

บรรณานุกรม

กรมการค้าภายใน. 2548. “การควบคุมราคา.” (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.dit.go.th>
(23 พฤษภาคม 2550).

เบญจพร พรหมมา. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิริยา สุกะประเสริฐ. 2546. ความคิดเห็นของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสารให้ความหวาน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิศิษฐ์ เอียงประเสริฐ. 2546. ทักษะคิดของผู้บริโภคที่มีต่อนมเปรี้ยวโยเกิร์ตพร้อมดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรมสาร จำกัด.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2548. “เผยคนไทยบริโภคน้ำตาลเพิ่มสวนกระแสเศรษฐกิจชะลอตัว.” (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th> (6 สิงหาคม 2548).

สมยศ เจริญศักดิ์. 2549. วิกฤต น้ำตาลแพง โอกาส ลดคนกินหวาน. จดหมายข่าวกรมอนามัย 7, (2 ธ.ค. 2548-ม.ค. 2549).

สุรพล เสถียรมาศ. 2542. ความต้องการของตลาดและพฤติกรรมการบริโภคสารให้ความหวานแทนน้ำตาล. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการอ้อย และน้ำตาลทราย. 2549. “ชนิดและคุณภาพน้ำตาลทราย.” (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.ocsb.go.th> (23 พฤษภาคม 2550).

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.). 2549. “บทความ ผลกระทบของการปรับขึ้นราคาน้ำตาลทรายต่อเศรษฐกิจไทย.” (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://sugarzone.in/th> (7 มีนาคม 2549).

“Mitr Phol Brand, It's not just sugar”. แปรนิต์เอง 7, (1 ม.ค 2549): 102-104.