

บรรณานุกรม

- กฤษณี เวชสาร. 2540. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลวี พิโรจน์รัตน์. 2545. การเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าอาหาร
สำเร็จรูปไทย ในกลุ่มผู้บริโภคสิงคโปร์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จูติรัตน์ เลิศสุขศักดิ์. 2545. ทัศนคติของผู้บริโภคต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะ
ของร้านค้าปลีก ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บริษัทไทยเพอร์ซิเดนท์ฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน). 2546. “กลยุทธ์ทางการตลาด”.
รายงานประจำปีบริษัทไทยเพอร์ซิเดนท์ฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) 2546. กรุงเทพฯ:
บริษัทไทยเพอร์ซิเดนท์ฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน)
- บุปผา คำแปง. 2541. การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที
ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประยูร ญาสมุทร. 2544. ปัจจัยที่มีต่อการบริโภคขนมกึ่งสำเร็จรูปของพนักงานในนิคม
อุตสาหกรรมภาคเหนือ. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผู้จัดการออนไลน์. 2546. “มามา ถึงเวลาไล่ล่าทวงตลาดคืน” [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th> (10 สิงหาคม 2547)
- ผู้จัดการออนไลน์. 2545. “ไวไว-มามาเปิดศึก 30 ปี ชิงไหวพริบมัดใจเป้าหมาย” [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th> (20 ตุลาคม 2546)
- พรทิพย์ สัมปิตตะวานิช. 2536. พฤติกรรมผู้บริโภคหน่วยที่ 1-8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศรัณญา วงศ์แปง. 2543. พฤติกรรมของผู้ซื้อสินค้าในร้านซูเปอร์มาร์เก็ตแห่งหนึ่งในจังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร:
บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. 2545. “ตารางจำนวนประชากรชาย-หญิง จำแนกตามหมวดอายุ

อำเภอ และเขตการปกครอง พ.ศ.2545”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

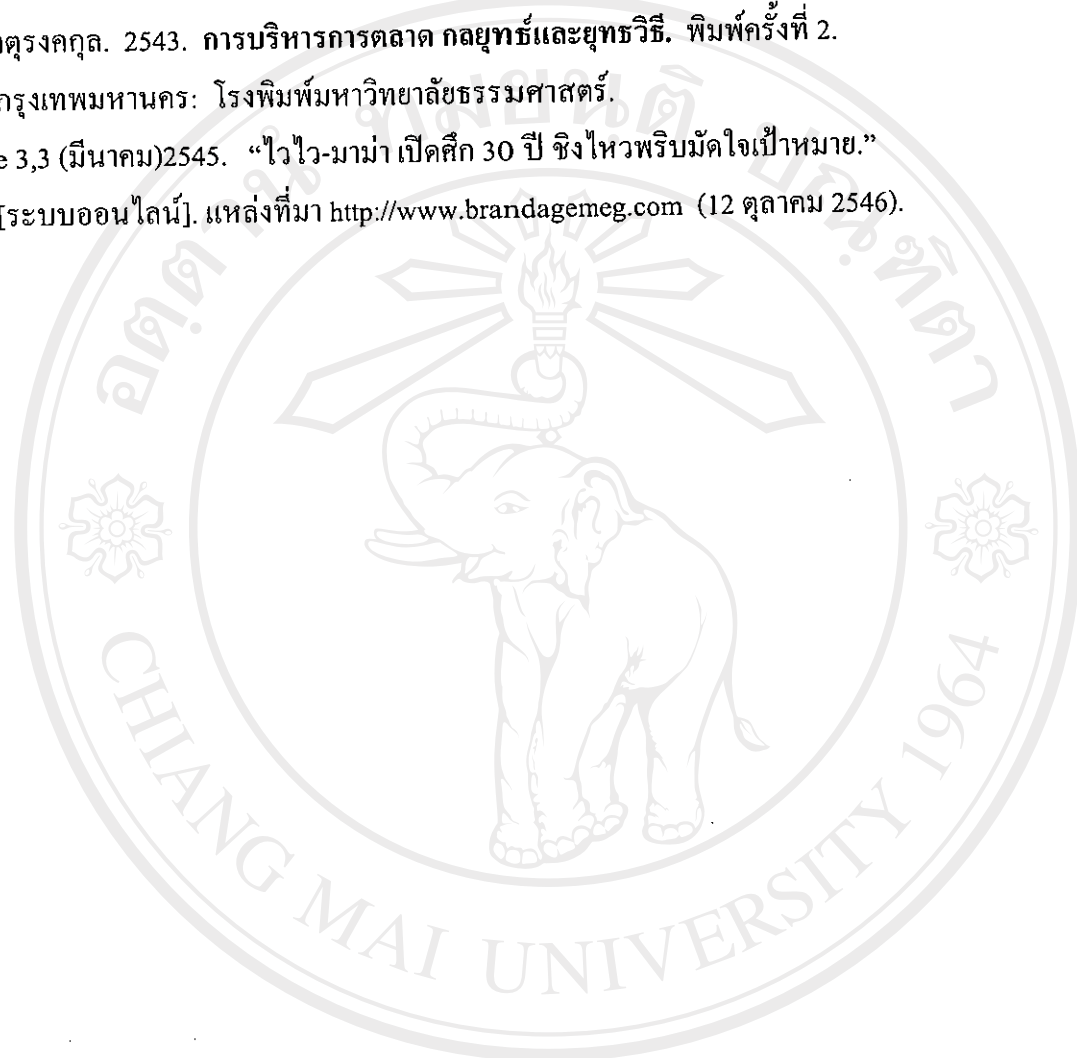
<http://www.nso.go.th/provweb/cwdweb/chmai/index.htm>. (12 ตุลาคม 2546).

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Brandage 3,3 (มีนาคม)2545. “ไวไว-มามา เปิดศึก 30 ปี ชิงไหวพริบมัดใจเป้าหมาย.”

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.brandagemeg.com> (12 ตุลาคม 2546).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved