



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์. (2552). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ :
เท็กซ์แอนด์เจอร์นัลบลิคชั่น.
- กมล ชัยวัฒน์. (2561). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4.
นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจผลิตกาแฟ บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือนมกราคม 2562.
(ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.dbd.go.th/>. 28 พฤษภาคม 2564.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2557). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ. (ออนไลน์).
แหล่งที่มา : <http://www.dip.go.th>. 28 พฤษภาคม 2564.
- กวิน กิตติบุญญา. (2559). แนวโน้มธุรกิจแฟรนไชส์ปี 2559. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
<http://www.thaifranchisecenter.com>. 28 พฤษภาคม 2564.
- กุลธิดา ก้าวสัมพันธ์ และประวีณี อเนก. (2561). การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรม
การบริโภคกาแฟสดแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
วารสารบัณฑิตวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- เกรียงวัชร์ ชัยกุล. (2542). การโฆษณาและพฤติกรรมผู้บริโภค. ปทุมธานี : คณะวิทยาการจัดการ
สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตกรณ.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 12.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุทธิรักษ์ ชูชาติ. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ในโครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติ
เนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ
พุทธศักราช 2542. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์.
- เชาว์ โรจนแสง. (2561). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด.
พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- ณัฐพล ไช้ไพโรจน์. (2557). Digital Marketing: Concept & Case Study. นนทบุรี :
บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์จำกัด.
- คารา ทีปะปาล. (2553). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรรการพิมพ์.
- ชนวุฒิ พิมพ์ก. (2556). การเป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

- รัชฎ์กาญจน์ แท่งทอง และกรเอก กาญจนโกกิติน. (2563). การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ส่งผลต่อ
การตัดสินใจสั่งอาหารแก็ร์บฟู้ดผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค. นักศึกษาโครงการพิเศษ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
ค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพฯ : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ธัญวรรณ จรัสศิริภักดี และคณะ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของกลุ่มลูกค้าธุรกิจ
ร้านกาแฟในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- ธัญญา ยอดเชื้อ. (2554). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกาแฟ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://it.kbtc.ac.th>.
11 กุมภาพันธ์ 2564.
- นานา ตรีไพบูลย์. (2560). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การใช้บริการร้านกาแฟและขนมหวาน ร้าน After You ของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นุติพงษ์ สุกติ และพรรณวดี ขำจริง. (2562). ศึกษาวัฒนธรรมการบริโภคกาแฟของประชากร
ในจังหวัดภูเก็ต. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ “วลัยลักษณ์วิจัย” ครั้งที่ 11
ระหว่างวันที่ 27 - 28 มีนาคม 2562. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช.
- ประพันธ์พงศ์ ใจเฟื้อแผ่. (2555). เนื้อหาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการจัดทำ
เว็บไซต์เพื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. ปทุมธานี : คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปวีณา พานิชชัยกุล และธิดินันท์ ชาญโกศล. (2563). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ
ของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอางค์มากขึ้นไม่มากเพื่อรองรับผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย
ในกรุงเทพมหานคร. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.
9(1) : 78 - 87.
- ปฐยาพร กลดแก้ว. (2559). กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการซื้อซ้ำครีมหน้าขาวของผู้บริโภค
บนเฟซบุ๊ก (Facebook). วิทยานิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต. พะเยา :
มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พรพิไล เลิศวิชา. (2544). มัลติมีเดียเทคโนโลยีกับโรงเรียนในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช.

- ภัทรพล ยินดีจันทร์. (2565). การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- รัชชานนท์ ศรีอุดมพร. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ประเภทสินค้า Gadget กรณีศึกษา เนื้อหาที่สามารถดึงดูดให้อ่านเกิดความประทับใจและสนใจในสินค้า. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิลาศ น้าเลิศวัฒน์ และคณะ. (2559). Re: digital การตลาดยุคใหม่ เจาะใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : บริษัท โปรวิชั่นจำกัด.
- วิไลภรณ์ ลำภาทอง. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). ธุรกิจร้านกาแฟบริการอย่างไรให้รุ่ง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://kasikornbank.com>. 13 กุมภาพันธ์ 2564.
- ศราวุธ พูนนวล. (2562). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในจังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 13 กุมภาพันธ์ 2564.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2560). ความหมายของเฟซบุ๊ก. (พจนานุกรม). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.royin.go.th>. 28 พฤษภาคม 2564.
- สุวิณา ดั่งโพธิสุวรรณ. (2561). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์. (2561). เผยคนไทยดื่มกาแฟ 300 แก้ว/คน/ปี มูลค่าธุรกิจพุ่งถึง 1.7 หมื่นล้านบาทเร่งเฟ้นหา “บาริสต้า” คู่เวทีโลก. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : https://www.sentangedtee.com/exclusive/article_85954. 31 มีนาคม 2563.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). 225 กลยุทธ์การตลาด : แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ. กรุงเทพฯ : ไคมอนอินบิสซิเนส เวิร์ด.
- อารมณ์ ธรรมเขต. (2550). แหล่งปลูกกาแฟของไทย. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.purichawon.com>. 11 กุมภาพันธ์ 2564.

- เอกอุทธร ภูมิภูณ. (2558). **ปัจจัยการสื่อสารการตลาดของร้านกาแฟ Specialty กับรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการใช้บริการและทัศนคติของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เอื้องฟ้า ภาณุรักษ์กษณ. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการและบริโภคเครื่องดื่มของร้านสตาร์บัคส์ (Starbucks)**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Aaker, D. A. (1996). **Building Strong Brands**. New York : Free Press.
- Boone, L. E. and Kurtz, D. L. (1995). **Contemporary Marketing**. (ed.8). Fort worth : Dryden press.
- Draton Bird. (2009). **Commonsense Direct Marketing**. 4th ed. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Duncan, T. (2008). **Principles of Advertising and IMC**. ed.2. New York : McGraw-Hill/Irwin.
- Fayossy. (2558). **3 วิธีโปรโมทคอนเทนต์ Paid Media, Owned Media และ Earned Media**. (Online). Available : <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/how-topromote-your-content-earned-paid-owned-media/>. 11 February 2021.
- Hootsuite & Wearesocial. (2018). **Digital in 2018 in Southeast Asia Part 1: North-West**. **The Southern College Network Journal of Nursing and Public Health**. (Online). Available : <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asiapart-1-northwest-86866386>. 11 February 2021.
- Manning G. L. and Reece B. l. (1998). **Selling Today : Building Quality Partnership**. ed.7. New Jersey : Prentice-hall.
- Phillip Kotler and Armstrong, G. (1997). **Marketing: an Introduction**. ed.4. New Jersey : Prentice-hall.
- Vicktor T. C. Middleton. (1994). "Marketing Implications for Attractions," **Tourism Management**. 10 (3) : 229 - 232.