



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการ. (2563). **เปิดร้านออนไลน์ ขายให้ปัง! ดังทุกช่องทาง**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท โปรวิชั่น จำกัด.
- กิตติ กันภัย. (2556). **การวิเคราะห์ผู้รับสารสื่อมวลชน**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจริญบุญการพิมพ์ (1988).
- กิตติ กันภัย และคณะ. (2558). **นมแม่ นมแท้ นมผง นมเทียม**. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : สมาพันธ์ เครือข่ายนมแม่แห่งประเทศไทย.
- จันทิมา สุขเกิด. (2558). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนมผงสำเร็จรูปสำหรับทารกแรกเกิด ถึงหนึ่งปีของสตรีเจนเนอเรชั่นวาย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิราภรณ์ ศรีนาถ. (2556). **การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหา และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2546). **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ : เอ็กเปอร์เน็ท.
- รัชมน ศรีแก่นจันทร์. (2546). **สื่อสารมวลชนเพื่อการโฆษณา**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นงนุช ใจชื่น. (2558). “การเปิดรับการสื่อสารการตลาดนมผงกับการเลี้ยงลูกด้วยนมผง ของหญิงไทย”. **วารสารนิเทศศาสตร์**. ปีที่ 33 (ฉบับที่ 2). หน้า 121-131. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/86089> สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2564.
- นงนุช ศิริโรจน์. (2560). **การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 2 : กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พัชรี วิจิจะกุล และอรพร ดำรงวงศ์ศิริ. (2563). “สถานการณ์การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ปัจจัยเอื้อ และอุปสรรค นโยบายและมาตรการการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในประเทศไทย”. **วารสารโภชนาการ**. ปีที่ 55 (ฉบับที่ 1). หน้า 68 – 75. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JNAT/article/download/231663/163975/831616> สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2564.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). **การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social media**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- บุพยง แห่งเชาวนิช และคณะ. (2550). **กลยุทธ์การตลาดและสื่อโฆษณาของนมผงดัดแปลงเลี้ยงทารก**. กรุงเทพฯ : ศูนย์นมแม่แห่งประเทศไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สถาบันออกแบบอนาคตประเทศไทย. **สถิติการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ 6 เดือนในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน**. แหล่งที่มา : <https://www.facebook.com/FutureInnovative thailand/> สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2563.

- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : พิมพ์พัฒนาภาษา.
- เหมือนฝัน คงสมแสง และบรรสวรรค์ เกียรติรุ่ง. (2564). **การออกแบบและการรับรู้ของสตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีต่อฉลากบรรจุภัณฑ์นมผงที่จำหน่ายในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP).
- อาภาพร อุดมพีช. (2552). **การวิเคราะห์ลักษณะของการโฆษณาแฝงที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Bell L. Martin (1979). **Marketing Concepts And Strategy**. United States of America : Houghton Mifflin Company
- Catherine Pereira, Rosalyn Ford, Alison B. Feeley, Lara Sweet, Jane Badham and Elizabeth Zehner. (2021). **Cross – sectional survey shows that follow – up formula and growing – up milks are labelled similarly to infant formula in four low and middle income countries**. United States of America.
- Jamie Stang, Kathleen Hoss and Mary Story. (2010). **Health Statements Made in Infant Formula Advertisements in Pregnancy and Early Parenting Magazines**. United States of America : The University of Minnesota.
- Jing Zhao, Mu Li and Becky Freeman. (2019). **A Baby Formula Designed for Chinese Babies: Content Analysis of Milk Formula Advertisements on Chinese Parenting Apps**. Australia : JMIR mHealth and uHealth.
- Kotler Philip. (1980). **Marketing Management : Analysis, Planning And Control**. United States of America.
- MAGDY SHEHATA ABDALLAH. (2015). **Indirect Marketing through Influencers on Social Media**. Sweden : The KTH Industrial Engineering and Management.
- Nina J Berry, Sandra Jones and Don Iverson. (2010). **It's all formula to me: women's understandings of toddler milk ads**. Australia : University of Wollongong.
- Nina J Berry, Sandra Jones and Don Iverson. (2011). **Toddler milk advertising in Australia: Infant formula advertising in disguise**. Australia : University of Wollongong.
- Pamela Mejia, Lillian Seklir, Karra Gardin and Laura Nixon. (2016). **Social media analysis Mother and child promotion : A preliminary analysis of social media marketing of infant formula**. America : The University of California, Berkeley.
- The Standard. **เปิดบ้านใหม่ Facebook ประเทศไทย คนไทยใช้งาน 51 ล้านคนต่อเดือน แชนซ็อยขายของมากที่สุดท็อป 5 ของโลก**. แหล่งที่มา : [https:// thestandard.co/facebook-thailand/](https://thestandard.co/facebook-thailand/) สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2564.
- Trish Dearlove. (2021). **Digital Marketing of Commercial Complementary Foods in Australia: An Analysis of Brand Messaging**. Australia : Curtin University.

- Shannon Han. (2022). **Content analysis of breast milk substitutes marketing on Chinese e-commerce platforms**. United States of America : Yale University.
- WHO/UNICEF. (2019). **Cross-promotion of infant formula and toddler milks**.



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี