

## เอกสารอ้างอิง

- กัญญา นักราเรือง. (2547). “ประสิทธิผลกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มุ่งต่อผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลังคาราบาวแดง”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กานต์ธีร์ เพิ่มเพียร. (2553). “กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับร้านกาแฟขนาดเล็กในบริเวณสถาบันอุดมศึกษาจังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *โลกของสื่อ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา รูปะวิเชตร. (2547). “การโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่มชูกำลังผ่านสื่อโทรทัศน์ตามทัศนคติของผู้ประกอบอาชีพขับรถสี่ล้อแดง ในจังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ณัฐพงษ์ หริรักษาพิทักษ์. (2540). “การศึกษาวิเคราะห์การใช้ภาพอุปมาอุปไมยในงานโฆษณาของสื่อสิ่งพิมพ์”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนิดา คำมูล. (2545). *อิทธิพลของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อผู้บริโภคเครื่องดื่มชูกำลัง*. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นที บุญพรหมณ์. (2546). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิไล.
- วิรัชญา มลารัตน์. (2555). “พฤติกรรมและความเต็มใจจ่ายค่าเช่าของผู้ขายในกิจกรรมถนนคนเดินจังหวัดเชียงราย”. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. 2546. *หลักเศรษฐศาสตร์ 1: จุลเศรษฐศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันรักษ์ มีงมณีนากิน. 2535. *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญกิจ ว่องไวกิจไพศาล. 2533. เศรษฐศาสตร์ภูมิภาค. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมสุข หินวิมาน. (2544). **สื่อโฆษณาในมิติทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุทธิณี ละไมเสถียร. (2538). “กลยุทธ์การสื่อความหมายความเป็นไทยในชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทรถบินไทย จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี พ.ศ.2530-2537”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสกสรร สายสคดี. **หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2542.

เสรี วงษ์มณฑา. **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย**. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมลสมัย, 2540.

โสมสกา เพชรานนท์ และ วลัยภรณ์ อุตตะนันท์. **มูลค่าความเสียหายทางทัศนียภาพของเมืองจากป้ายโฆษณา**. วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม) ปีที่ 34 : 30 – 42, 2556.

อัจฉรา ปันทรานูวงศ์. (2551). “มายาคติและอุดมการณ์ในโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งของพรรคไทยรักไทยในการเลือกตั้งทั่วไปวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 : การวิเคราะห์ด้วยวิธีสัญวิทยา”. วิทยานิพนธ์ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Beckmann, Martin, *Location Theory*, New York: Random House, 1968

Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. *Microeconomics*. Eighth edition, 2013

Richardson, Harry W. *Regional Economics*, London: Weidenfeld and Nicolson, 1976

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved