

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ ภูประเสริฐ. (2538). จิตวิทยาผู้บริโภค. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- เฉลิมชัย คำแสน. (2536). พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัด เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงจันทร์ อาภาวัชรุทธิ์ เจริญเมือง. (2536). การเติบโตของเมืองและสภาวะแวดล้อมของเมือง เชียงใหม่. เชียงใหม่: สถาบันการวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2541). ธรรมชาติและผู้บริโภค. วารสารฉลาดซื้อ. กรุงเทพมหานคร: คณะสังคม มนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรวุฒิ ชูคำ. (2536). พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการศูนย์การค้าในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ คณะบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นฤมล แก่อินทร์. (2542). อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตเทศบาล เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2541). องค์การอิสระของผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2536). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ฟิงเกอร์ปรีน แอนด์ มีเดีย.
- พิทยา ว่องกุล. (2537). สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย. หนังสือชุดโลกสีเขียว. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง .
- พิบูล ทีปะपाल. (2537). หลักการตลาด. ม.ป.พ.
- พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์. (2542). จิตวิทยาการเรียนรู้. เชียงใหม่: ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). รายงานการวิจัยเรื่องการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมในทัศนะของนักศึกษา ที่กำลังศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา กรุงเทพฯ. ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศูนย์สตรีศึกษา. (2542). เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สรร เกษมสถิตจงกุล. (2538). การศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้บริการของ เซ็นทรัลซูเปอร์มาร์เก็ตและต้นตราภัณฑ์แอร์พอร์ตซูเปอร์มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่. (2539). ข้อมูลการตลาด. ม.ป.พ.
- สุกาญจนา ทิมปีสวัสดิ์. (2538). การศึกษารูปแบบการเลือกซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์ปริทัศน์. 17, 64 (มิถุนายน).
- สุธีรา เลิศวิสุทธิไพบูลย์. (2536). ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพฯ. ๑. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาสุขศึกษา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนิสา วิไลรักษ์ และ สุปัญญา ไชยชาญ. (2535). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.พ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระพีดีเอ็มและไอเท็กซ์ จำกัด.
- Andreasen, A. (1995). Changing behavior to promote health, social development and the environment. **Marketing Social Change**. San Francisco: Jossey - Bass.
- Balch, G. I. and Sutton, S. M. (1997). A plea for practical evaluation. **Social marketing. Advertising and consumer psychology**. NJ : Lawrence Erlbaum, 61-74.
- Bettnean, J. R. (1979). **An information processing theory of consumer choice**, Reading Massachusetts: Addison Wesley.
- Blair, J. E. (1995). Social Marketing : consumer focussed health promotion. **AAOHN Journal**, 43 (10), 527-531.
- Bloom, P. N., Hussein, P. Y. and Szykman, L. R. (1997). The benefits of corporate social marketing initiatives. **Social marketing. Advertising and consumer psychology**. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 313-331.
- Brown, K. M., Bryant, C. A., Forthofer, M. S., Perrin, K. M., Quinn, G. P., Wolper, M. and Lindenberger, J. H. (2000). Florida cares of women social marketing campaign. **American Journal of Health Behavior**, 24 (1), (Jan-Feb), 44-52.
- Currin, I., & Schneider, G. L. (1991). A Taxonomy of consumer purchase strategies in a promotion intensive environment. **Marketing Science**. 1 (2).

- Darden, W. R. & Ashton, D. (1974-1975). Psychographic profiles of patronage preference groups. **Journal of Retailing**, 50 (winter), 99-112.
- Darian, J.C. (1987). In-home shopping : Are there consumer segments?. **Journal of Retailing**, 63 (summer), 168-186.
- Dawson, S., Bloch, P. H. & Rideway, N. M. (1990). Shopping motives, emotional states and retail outcomes?. **Journal of Retailing**, 66 (winter), 408-427.
- Dickson, M. A. (2000). Personal values, beliefs, knowledge, and attitudes relating to intentions to purchase apparel from socially responsible business. **Clothing & Textiles Research Journal**, 18 (1), 19-30.
- Engel, F. J., Blackwell, D. R., & Winiard, W. P.(1995). **Consumer behavior**. Florida : The Dryden Press.
- Flora, J. A., Schooler, C. and Pierson, R. M. (1997). Effective health promotion among communities of color. **Social marketing. Advertising and consumer psychology**. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 353-373.
- Gillette, P. C. (1970). A profile of urban in-home shoppers. **Journal of Marketing**, 346 (July), 40-45.
- Goldberg, M. E., Fishbein, M. and Middlestadt, S. E. (1997). Theoretical and practical perspectives. **Social marketing**. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Haddad, L. G., Al-Ma'aitah. R. M. and Umlauf, M. G. (1999). Health promotion behaviors among Jordanians. **International Quarterly of community health education**, 18 (2), 223-235.
- Harvey, P. D. (1997). Advertising affordable contraceptives : The social marketing experience. **Social marketing. Advertising and consumer psychology**. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 147-167.
- Hawkins, D. I., Best, R. I. & Kenneth, A. C. (1992). **Consumer behavior : Implication for marketing strategy**, 4th ed. Homewood : Irwin.
- Hutt, M. D. and Speh, T. W. (1998). **Business marketing management**. Orlando : The Dryden Press, 202-215.

- Jacoby, J. & Chestnut, R. W. (1978). **Brand loyalty. Measurement and management.** New York : John Wiley and Sons.
- Jones, G. R., George, J. M. and Hill, C. W. (2000). **Contemporary management.** The McGraw-Hill, 136-170.
- Kernan, J. B. and Domzal, T. J. (1997). Hippocrates to hermes : The postmodern turn in public health advertising.
- Kotler, P. (1994, 1999). **Marketing management.** New Jersey : Prentice - Hall.
- Langerak, F., Peelen. E and Van der Veen. M. (1998). Exploratory results on the antecedents and consequences of green marketing. **Journal of the Market Research Society**, 40 (4), (October), 323-335.
- Lastovicka, J. L. (1982). On the validation of lifestyle traits. **Journal of Marketing Research**, 19 (February), 126-138.
- Lumpkin, J. R. & Hawes, J. M. (1985). Retailing without stores : An examination of catalog shoppers. **Journal of Business Research**, 13, 139-151.
- Maynes, E. S. (1976). Decision-making for consumers. **An introduction to consumer economics.** New York : Macmillan.
- McDermott, R. J. (2000). Social marketing : A tool for health education. **American Journal of Health Behavior**, 24 (1), (Jan.-Feb), 6-10.
- McDonald, W. j. (1993). The role of demographics, purchase histories and shopper decision-making styles in predicting consumer catalog loyalty. **Journal of Direct Marketing**, 7 (summer), 55-65.
- McKenzie, M. D. (2000). Fostering sustainable behavior through community-based social marketing. **American Psychologist**, 55 (5), (May), 531-537.
- Miller, R. L. (1981). **Economic issues for consumers**, 3rd ed. New York : West Publishing Company.
- Mintz, J. H., Layne, N., Ladouceur, R., Hazel, J. and Desrosiers, M.. (1997). Social advertising and tobacco demand reduction in Canada. **Social marketing. Advertising and consumer psychology.** NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 217-229.
- Moschis, G. P. (1976). Shopping orientations and consumer uses of information. **Journal of Retailing**, 52 (summer), 61-70, 93.

- Muldoon, K. (1984). **Catalog Marketing**. New York ; R. R. Bowker.
- Olivette, M. J. (1995). Belief and values as possible correlates of ethical awareness in business. **Journal of Business & Psychology**, 9 (4), (summer), 427-434.
- Prottas, J. (1994). Advertising and its role in organ donation. Social marketing. **Advertising and consumer psychology**. New Jersey : Lawrence Erlbaum.
- Richard, P., Managing Director of Auchan Chiang Mai Hypermarket. (1997). From interviewed.
- Schiffman, C. G. & Kanuk, L. L (1991). **Consumer behavior**, 4th ed. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman, C. G. & Kanuk, L. L (1994). **Consumer behavior**, 5th ed. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.
- Shrum, L. J., McCarty, Lowrey J. A. (1995). Buyer Characteristics of the green Consumer and their Implications for advertising strategy. **Journal of Advertising**. 24 (2), 71-82.
- Singhapakdi, A., Vitell, S. J. and Leelakuntanit , O. (1993). **A Cross-study of Moral Philosophies ethical Perception and judgments : A comparison of American and Thai marketers**. Bangkok: NIDA University.
- Singhapakdi, A. (1999). Perceived importance of ethics and ethical decisions in marketing. **Journal of Business Research**, 45 (1), (May), 89-99.
- Smith, W. A. (1997). Social marketing : Beyond the nostalgia. Theoretical and practical perspectives. **Advertising and consumer psychology**. New Jersey : Lawrence Erlbaum, 21-28.
- Smith, W. A. (2000). Social marketing : An evolving definition. **American Journal of Health Behavior**, 24 (1), (Jan.-Feb), 11-17.
- Solomon, R. M. (1999) **Consumer behavior**. New Jersey : Prentice - Hall.
- Sproles, G. B. (1979). Fashion. **Consumer behavior toward dress**. Minneapolis : Burgess.
- Sproles, G. B. (1985). From Perfectionism to Fadism : Measuring consumers' decision-making styles. **Proceedings American council on consumer interests**, 79-85.
- Sproles, G. B. & Kendall, E. L. (1986). A methodology for profiling consumers' decision-making styles. **The Journal of Consumer Affairs**, 20 (2), 267-279.

- Stanton, J. W., Etzel, J. M., Walker, J.B. (1994). **Fundamentals of marketing**. Von Haffmann Press.
- Statt, A. D. (1997). **Understanding the consumer : A Psychological approach**. London : Machillan Press.
- Stead, M., Hastings, G. (1997). Advertising in the social marketing mix : Getting the balance right. Social marketing. **Advertising and consumer psychology**. NJ : Lawrence Erlbaum, 29-43.
- Stephenson, P. R. & Willett, R. P. (1969). **Analysis of consumers' retail patronage strategies in marketing involvement in society and the economy**. Chicago : American Marketing, 316-322.
- Stone, G. P. (1954). City shoppers and urban identification : Observations on the social psychology of city life. **American Journal of Sociology**, 60 , 36-45.
- Thomas, R. J. (1993). Method and situational factors in sales forecast accuracy. **Journal of Forecasting** 12, (Jan), 75.
- Thorelli, M. B., Becker, H. & Engeldow, J. (1975). **The information seekers**. Cambridge, Massachusettes : Ballinger.
- Vilcassim, N. J. & Jain, D. C. (1991). Modeling purchase-timing and brand-switching behavior incorporating explanatory variables and unobserved heterogeneity. **Journal of Marketing Research**, 28 (February), 29-41.
- Wells, W. D. (1979). **Life style and psychographics**. Chicago : American Marketing .
- Westbrook, R. A. & Black, w. C. (1985). A motivation-based shopper typology. **Journal of Retailing**, 61 (spring), 78-103.
- Wongtada, N., Leelakuntanit, O., & Rice, G. (1993). **An investigation of a attitudes and environmentally concerned behavior of Thai consumers**. Bangkok: NIDA University.
- Zuckerman, M. E. and Carsky, M. L. (1990). Contribution of women to U.S. marketing thought : The consumer's perspective, 1900-1940. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 18 (4), (Faling), 313-318.