

## บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม, สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2548. “ทองรูปพรรณ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://itc.excise.go.th/tisi/fulltext/TIS303-2548.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล 7 สิงหาคม 2556)
- คม ชัด ลึก. 2553. “ถึงยุคลงทุน"ทองกระดาศ" "ตู้แดง" สะเทือนต้องคืนเพื่ออยู่รอด.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.komchadluek.net/detail/20100118/.html>. (วันที่ค้นข้อมูล 19 มีนาคม 2556)
- เจนจิรา ลิ้มธนสาร. 2554. กระบวนการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณ 96.5 % ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เชียงใหม่นิวส์. 2556. “ราคาทองปีนี้ยังผันผวนแนวโน้มขึ้นลงแรงมาก.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.chiangmainews.co.th/page/?p=146759>. (12 กุมภาพันธ์ 2556)
- ช่อนกลิ่น สมอ. 2551. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณของลูกค้า กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต . 2546. ทำเนียบชมรมร้านทอง จังหวัดเชียงใหม่ ประจำปี 2546-2547. เชียงใหม่: ทำพานินน์.
- ไทยโพสต์. 2553. “ร้านทองซิมยอดขายปีใหม่วูบ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.thaipost.net/node/32241>. (วันที่ค้นข้อมูล 4 สิงหาคม 2556)
- ผู้จัดการ 360 องศา. 2552. “เขวราช ถนนสายทองคำ ยุคสมัยเปลี่ยน การค้าเปลี่ยน.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=81455>. (วันที่ค้นข้อมูล 19 มีนาคม 2556)
- พัฒนา สิริโชติบัณฑิต. 2548. การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: แม็ค, 2548.
- ภัทรพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันทนา จันทร์สนธิสกุล. 2542. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมาคมค้าทองคำ. 2552. “ประวัติศาสตร์ทองคำ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา :

<http://www.goldtraders.or.th/PageView.aspx?page=6>. (วันที่ค้นข้อมูล 11 กุมภาพันธ์ 2556)

สุรินทร์ ดันนวิจิตร. 2539. พฤติกรรมการบริโภคของรูปพรรณของปัจเจกบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

เอ.อาร์.ไอ.พี. 2547. “ยุคทองเงินผ่อน ดอกเบี้ยต่ำ กลยุทธ์มัดใจลูกค้า รับกระแสราคาพุ่ง.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.arip.co.th/businessnews.php?id=406938>. (วันที่ค้นข้อมูล 4 สิงหาคม 2556)

เอมอร เหล่าวัฒนา. 2549. กระบวนการตัดสินใจซื้ออัญมณีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

Zikmund, William G. et al. 2013. **Business Research Methods**. 9th ed. Australia: South-Western Cengage Learning.