

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- กิตติพิชญ์ เพ็ชรปาน. (2561). พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคอลลาเจนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กุลทลี รื่นรมย์. (2549). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จักรพันธ์ ใจเจตน์สุข. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหารประเภทการขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 3 (5), 80-92.
- เจชะยน์ล มุหะมะสะเล็ม. (2562). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. ใน สังคมผู้สูงอายุ: โอกาสและความท้าทายของอุดมศึกษา. (หน้า 1-7). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา. (การประชุมวิชาการระดับชาติ จัดโดย วิทยาลัยนครราชสีมา วันที่ 30 มีนาคม 2562).
- ชนาภา ม่วงศรีงาม. (2563). ผลกระทบของ COVID 19 ต่อคุณภาพการเรียนการสอนและคุณภาพชีวิตของนิสิตคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2563. โครงการวิจัยทางเภสัชศาสตร์ปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชาญชัย ชัยประสิทธิ์. (2565). พฤติกรรมผู้บริโภคกับความคาดหวังต่อธุรกิจที่เปลี่ยนไปในยุคหลังโควิด. ค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc>.
- ณัฐชญา ศรีวิทยา. (2562). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของมิลเลนเนียลไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐรุจา พงศ์สุพัฒน์. (2561). การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2554). พฤติกรรมบุคคลในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: เจริญพัฒน์.
- ธนรัตน์ ศรีสำอางค์. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อการใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ผ่านเว็บไซต์. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. กรุงเทพมหานคร: บิสนิเนสอาร์แอนด์ตี.
- นภาพรรณ คณานุกรักษ์. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ซีวีแอลการพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. (2559). กลยุทธ์การตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- นิชาภา เหมือนภาค. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพกับพฤติกรรมการป้องกันสารเคมีกำจัดศัตรูพืชในเกษตรกร อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาลัยนครราชสีมา, 1 (1), 1-10.
- นิยม กริมใจ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูม ในจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิชาการเชอร์รี่อีสท์บางกอก, 6 (2), 1-16.
- นิเวศ จินะบุญเรือง. (2565). ผลกระทบ การเปลี่ยนแปลงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ในจังหวัดเชียงราย ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19. วารสารสหวิทยาการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, 12 (2), 1-22.
- เนเจอร์ไบโอเทค. (2563). ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คืออะไร ? รวมทุกอย่างที่คุณต้องรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมอัปเดต 2022. ค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.naturebiotec.com/dietary-supplement-products2022>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- พิมพ์มณฑา บุญธนาพิริชต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนัสชนก ไชยรัตน์. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปช่วงสถานการณ์ COVID-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2563). รู้จัก "New Normal" ฉบับราชบัณฑิตยสภา. ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2563, จาก <https://news.thaipbs.or.th/content/292126>.
- วีรินทร์ อินทมะโน. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บมจ.ธนาคารกรุงไทย สำนักงานเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2559). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์.

- ศดานันท์ วิกจพิสุทธ์. (2560). **พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สั่งอาหารออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). **กระแสรักสุขภาพจากโควิด.** ค้นเมื่อ 14 มกราคม 2566, จาก <https://www.kasikornbank.com/SiteCollectionDocuments/business>.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสมุทรปราการ. (2564). **สสจ.สมุทรปราการ เตือนอย่าหลงเชื่อสรรพคุณยาลดความอ้วนบนโลกออนไลน์เสี่ยงอันตรายถึงชีวิต.** ค้นเมื่อ 14 มกราคม 2566, จาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/>.
- สืบชาติ อันทะไชย. (2556). **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพมหานคร: เอส. พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2556). **การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- สุพัตรา รุ่งรัตน์. (2563). **ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากสถานการณ์โควิด-19 ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองยะลา จังหวัดยะลา.** รายงานการวิจัย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรัญญ์ เลิศวรรณวิทย์. (2559). **การวางแผนการตลาด.** กรุงเทพมหานคร: แอนด์เอ็มเลเซอร์พริ้นต์.
- อาทิตย์ ปานนิล. (2561). **พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเสริมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.** สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก.
- Cronbach, L. J. (1984). **Essential of psychology testing.** New York: Harper.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. and Miniard, P. W. (2001). **Consumer behavior.** Fort Worth, TX: The Dryden Press.
- Kotler, P., & Gerry, A. (2015). **Marketing.** England: Pearson Education.
- Meldrum, M. and McDonald, M. (2007). **Marketing in a nutshell.** Oxford: Elsevier.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). **Consumer behavior.** New Jersey: Pearson Education International.
- Smart SME. (2563). **ความแตกต่างระหว่าง New Normal กับ Next Normal.** ค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2565, จาก <https://smartsme.co.th/content/238468>.
- ZEN BIOTECH. (2562). **6 รูปแบบผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่นิยมในการสร้างแบรนด์.** ค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2565, จาก <https://www.zenbiotech.co.th/688>.