

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กมล ไสระเวช. ปัจจัยค่านิยมและส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, 2557.
- กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย. “ประชากรอายุระหว่าง 25-39 ปี”, ข้อมูลสถิติประชากรไทย ปี 2523-2538. https://www.dopa.go.th/public_service/service1. 27 เมษายน, 2562.
- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วังอักษร, 2550.
- กานต์ชนก ทองวัฒนากุล. การศึกษาพฤติกรรมตอบสนองต่อโฆษณาอุปกรณ์เสริมสวยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเพศหญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาลัยขอนแก่น, 2562.
- กิตติบดี คุณโลหิต. การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552.
- กุศลสิน ชติยะ. การวิเคราะห์องค์ประกอบและแนวทางการออกแบบเว็บไซต์ประเภทแฟชั่นผลงานอิเล็กทรอนิกส์สำหรับนักศึกษาระดับอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- กัลยา กนกกุลพลพงศ์. บริโภคนิยมของเด็ก: ศึกษากรณีความต้องการและการได้มาซึ่งสิ่งของจากพ่อแม่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- กัลยา จยุติรัตน์. หลักการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: ออลบุ๊กส์พับลิชชิง, 2551.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- ขวัญชนก กมลศุภจินดา. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจนเอเรชั่นกรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์และเจนเอเรชั่นวาย. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.
- ขวัญรัตน์ ทรัพย์ประเสริฐ. ค่านิยมพฤติกรรมผู้ใช้และความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางค์แบรนด์เนมเกาหลีของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559.
- จรรยา สุวรรณทัต. ความเชื่อเกี่ยวกับการเลี้ยงดูลูก เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาพัฒนาการเด็กและการเลี้ยงดู. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2552.
- จันทวดี พุ่มศิริ. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารความเชื่อทางศาสนาและความทันสมัยของชาวไทยมุสลิมในอำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- จีรพรรณ กาญจนะจิตรา. การพัฒนาชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- จีหยาง และบุญทวรรณ วิงวอน. “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคจังหวัดลำปาง”, **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**. 9(2): 24-41; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2557.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วี พรินท์ (1991), 2552.
- ชญาน์ ลำเภา. **การศึกษาทัศนคติการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคตามกระแสเกาหลีนิยม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2557.
- ชนันพร เขียนดวงจันทร์. **พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคนในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2561.
- ชูชัย สมितिไกร. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561.
- ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. **IMC & Marketing Communication กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ บั๊คส์, 2556.
- ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู. **รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี, 2553.
- ธิตพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. **การประยุกต์นิตศาสตร์ด้านการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนา**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554.
- ธีรพล ภูรัต. (2557). “มีอบ กปค กาเร็ตป้อปคอรัน อร่อยจริงหรือใช่เหอ”, **โดยหนังสือพิมพ์ ASTV. ผู้จัดการรายวัน**. <http://www.manager.co.th/daily/viewnews.aspx?NewsID=9570000011408>. 13 พฤษภาคม, 2562.
- ธัญรัฐ ไพศาลวงศ์ดี. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเกาหลีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2556.
- นพดล สมฤกษ์ผล. **ความเชื่อและพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีที่ตรงกับราศีเกิดของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2552.
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. (2549). “ความต่างของวิถีชีวิตต่อวัฒนธรรมกระแสนิยม”, **เอกสารวิชาการ**. https://www.sac.or.th/databases/anthropology-concepts/articles/index?Articles%5Bkeyword_id%5D=8. 20 พฤษภาคม, 2562.
- นิเวศน์ ธรรมะ. (2552). “GEN B, GEN X, GEN Y”, **The Power of Generation**. <http://guru-marketing-thailand.blogspot.com/2009/05/gen-b-gen-x-gen-y-power-ofgeneration.html>. 20 พฤษภาคม, 2562.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2553.
- บุษบา ชำนาญสุรายุทธ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือแฟชั่นของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2559.
- ปิโยรส สีสาวีวิลาศ. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2558.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานพ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คพับลิเคชั่น, 2552.
- พรจิต สมบัติพานิช. การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- พิมพ์ หิรัญกิตติ. (2556). “ค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภคของคนไทย”, วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 1(1): 22-32; กุมภาพันธ์, 2547.
- พีระยุทธ พัฒนายนนท์. “อิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”, วารสารเกษมบัณฑิต. 1(19): 11-17; มกราคม-มิถุนายน, 2560.
- แพรว ไกรฤกษ์. อิทธิพลของเว็บไซต์บล็อกเกอร์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมความงามของสตรีไทยในยุคสื่อสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559.
- ภาณุ อิงคะวัตติ. (2556). “Fashion’s World เมื่อการตลาดเปลี่ยนโลกแฟชั่น”, Creative Knowledge. <http://www.tcdc.or.th/src/17087/www-tcdcconnect-com/Fashion%E2%80%99sWorld>. 20 ธันวาคม, 2560.
- มณี พยอมยงค์. ความเชื่อของคนไทยในวัฒนธรรมพื้นบ้าน: คติความเชื่อ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- มหาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชามนุษย์กับสังคม หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2556.
- ระบบสถิติทางทะเบียน. (2560). “จำนวนประชากรแยกอายุจังหวัดยโสธร”, ข้อมูลสถิติจังหวัดยโสธร. http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php. 20 ธันวาคม, 2562.
- รายงานสุขภาพคนไทย. สุขภาพคนไทย ปี 2559. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาลัยมหิดล, 2559.
- รัชตะ รัชตะนาวิน. (2556). “ความหมายของคำว่า สังคมออนไลน์”, Social network สังคมออนไลน์ <https://sites.google.com/site/papearppp/social-network-sangkham-xxnlin>. 20 ธันวาคม, 2562.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ลภัสรดา พันแยง. (2555). “E - Learning ไทยในยุค Gen Y”, การจัดการความรู้.
<http://www.lp2.go.th/>. 20 ธันวาคม, 2560.
- ละม่อม โขมพัฒน์. รายงานวิจัยความเชื่อพื้นบ้านเกี่ยวกับอนามัยแม่และเด็กของสตรีไทยมุสลิม
 ใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2536.
- ลือรัตน์ อนุรัตน์พานิช. Generation Y ยังรัยอยู่. กรุงเทพฯ: ไทยเอฟเฟกต์สตูดิโอ, 2558.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. ตำราหลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ, 2545.
- วุฒิ สุขเจริญ. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: จีพีซีเบอร์พริ้นท์, 2555.
- ศรินธร รัตน์เจริญจร. มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย.
 กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2546.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. Power Gens Branding. กรุงเทพฯ: แบรนดิ้งเอบู้ค, 2548.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อิน บิสซิเนส เวิร์ด, 2553.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2546.
- _____. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา, 2550.
- _____. การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2553.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. พฤติกรรมผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2554.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์. (2559). “TCIJ: สำรวจ 'ความฝัน Gen-Y’”,
 ข่าวเจาะ. <https://www.tcijthai.com/news/2016/06/scoop/6527>. 10 มกราคม,
 2562.
- สุขุมล เกษมสุข. การปลูกฝังจริยธรรมแก่เด็ก. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
 ศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.
- สุชา จันทรเฒ. จิตวัยรุ่น. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2531.
- สุชาดา เอียวงามทรัพย์. พฤติกรรมผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.
- สุภาวรรณ นวลนิล. “ประเภทของ Social Media”, การจัดการความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม
 เพื่อการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษา. <https://supawannuannil.wordpress.com/>.
 18 กุมภาพันธ์, 2562.
- สุวรรณ แก้วไชย. ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเสริมเซลล์ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย.
 การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2557.
- สุวีรา ตันติศรีเจริญกุล. ปัจจัยการเลือกซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าในตลาดระดับกลางบน.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557.
- สุรพล กาญจนจิตรรา. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
 2549.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุรพี หมิ่นประเสริฐดี. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าตามกระแสนิยมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. **การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือสวนสุนันทา, 2549.
- สุริชัย หวันแก้ว. **การวิจัยเพื่อฟื้นฟูชุมชน: มิติใหม่ของสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- เสรี วงษ์มณฑา. **กลยุทธ์การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย, 2547.
- _____. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: อีระพีสมและไซเท็กซ์, 2553.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดยโสธร. **รายงานประจำปี 2563**. ยโสธร: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดยโสธร, 2563.
- หนึ่งฤทัย อยู่เอี่ยม และไกรชิต สุตะเมือง. **ทัศนคติการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ของเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2557.
- เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล. **พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2561.
- องอาจ ปทะวานิช. **การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย = Advertising and sales promotion strategy**. กรุงเทพฯ: แสงดาว, 2550.
- อรรถลัญช์ แซ่ก๊ก, อุทุมพร สมาน และสุนีย์ วรรณโกมล. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้าตามกระแสนิยมของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย”, **วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา**. 29(100): 120-126; มิถุนายน, 2559,
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. “พฤติกรรมการใช้สื่อของอายุระหว่าง 18-34 ปี”, **วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม**. 6(1): 11; มกราคม-มิถุนายน, 2559.
- อนันตรา อินทราอักษร. “Grand Opening กลยุทธ์การตลาดแบบสร้างกระแส (Fad Marketing)”, **Creative Knowledge**. http://uat.tcdc.or.th/src/16848?sphrase_id=3869330. 10 มกราคม, 2562.
- Al-Jeraisy, K. I. A. **Consumer Behavior: an Analytic Study of the Saudi Family's Purchase Decisions**. 3rd ed. Olaya, Riyadh, Saudi Arabia: King Fahd National Library Catalog-in-Publication Data, 2008.
- Belch, G. E. and Belch, M. A. **Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective**. New York: Oxford University Press, 1993.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W. and Engel, J. F. **Consumer Behavior**. 7th ed. Fort Worth: The Dryden Press, 2012.
- Bovee, C. L., Houston, M. J. and Thill, J. V. **Marketing**. New York: McGraw-Hill, 1995.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Campbell, D. T. and Stanley, J. C. **Experimental and quasi-experimental design for Research: Hope-Well**. New Jersey: Houghton Mifflin, 1963.
- Eawpiroamkul, D. and Phenratchatapun, S. **NewBIES 8 new buyers who turn Thaimarket upside down**. Bangkok: Bangkokbiznews, 2011.
- Fill, C. **Marketing Communication**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1995.
- Goodenough, W. H. **Cooperation in chang**. New York: Russell Seage Foundation, 1963.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. and Coney, K. A. **Consumer behavior: Building marketing strategy**. Boston: McGraw-Hill, 2010.
- Herbert, H. E. **“Hydraulic control systems**. New York: John Wiley & Sons, 1967.
- Kotler, P. and Keller, K. L. **Marketing Management**. 14th ed. New York: Prentice Hall, 2012.
- Maslow, A. **Motivation and Personality**. 2nd ed. New York: Harpers and Row, 1970.
- Moreno, F. M. and et al. “The Characterization of the Millennials and Their Buying Behavior”, **International Journal of Marketing Studies**. 9(5): 17-589; May, 2017.
- Myers, J. H. and Gutman, J. (1974). “Chapter 10 of Life Style and Psychographics”, **Life Style: The Essence of Social Class**.
<https://www.marketingclassicspress.com/books/chapter-10-life-style-the-essence-of-social-class/>. March 27, 2019.
- Reeder, G. D., Fletcher, G. J. O. and Furman, K. “The role of observers' expectations in attitude attribution”, **Journal of Experimental Social Psychology**. 25(2), 168-188; March, 1979.
- Reynolds, L. A. “Communicating total rewards to the generations”, **Benefits Quarterly**. 21(2): 13-17; April-June, 2005.
- Richins, M. L. and Dawson, S. “A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation”, **Journal of Consumer Research**. 19(3): 303-316; December, 1992.
- Robert, B. D. **Managing human behavior in public and nonprofit organizations**. Los Angeles: SAGE, 2016
- Rokeach, M. **The nature of Human Values**. New York: The Free Press, 1993.
- Rogers, E. M. **Diffusion of Innovations**. New York: The Free Press, 1995.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Rugimbana, R. “Generation Y: How cultural values can be used to predict their choice of electronic financial service”, **Journal of Financial Service Marketing**. 11(4): 301-313; June, 2007.
- Schermerhorn, J. R. **Management**. 7th ed. New York: John Wiley & Sons, 2000.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. **Consumer behavior**. 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 2014.
- Schwartz, S. H. Research **Basic Human Values: theory, methods, and application**. Jerusalem: The Hebrew University of Jerusalem, 2006.
- Sharon, S. B. and Saul, M. K. **Social psychology**. 3rd ed. Boston: Houghton Mifflin, 2004.
- Solomon, R. M. **Consumer behavior: Buying, having, and being**. 9th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, 2017.
- Strauss, W. and How, N. **Generations: the history of America’s future, 1584 to 2069**. New York: William Morrow and Company, Inc, 1991.
- TerraBKK. (2019). “Where Y? สัดส่วน Gen Y ในประเทศไทย”, **เกาะกระแสตามเทรนด์**. <https://www.terrabkk.com/articles/191968>. March 27, 2019.
- Tim, K. “Materialistic Values and Goals”, **Annual Review of Psychology**. 67(1): 489-514; August, 2016.
- Van den Bergh, J. and Behrer, M. **How cool brands stay hot: branding to generation Y**. London: Kagan Page Limited, 2011.
- Yamane, Taro. **Statistics, an Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row, 1973.
- Yarrow, K. and O’Donnel, J. **Gen Y: How Tweens**. San Francisco: A Wiley Imprint, 2009.