บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2564). กลยุทธ์การตั้งราคา, https://bsc.dip.go.th/th/category/2017-10-27-07-51-56/2017-11-09-09-12-47. เข้าถึงวันที่ 1 มิถุนายน 2564.

เกวลิน ต่อปัญญาชาญ. (2560). “ทฤษฎี ปรัญชา แนวความคิด และหลักการสำคัญในการคุ้มครองผู้บริโภค” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า*, เล่มที่ 1, หน่วยที่ 1, สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

จุมพล นันทศิริพล. (2547). “การโฆษณาที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดภายใต้กฎหมายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศออสเตรเลีย” 16(1) *วารสารกฎหมายสุโขทัยธรรมาธิราช.*

ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์. (2523). “การควบคุมโฆษณาเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค” *วารสารนิติศาสตร์* 10(2).

เชาว์ โรจนแสง. (2537). “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคา” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา*, เล่ม 1, หน่วยที่ 1. พิมพ์ครั้งที่ 2, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เซนงะ ฮิเดโนบุ. (2563). *แบรนด์ดังๆ เขาตั้งราคาสินค้ากันยังไง*, พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ณัฐวรรณ เจริญรัตนพรชัย. (2565). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคจากการโฆษณาที่แฝงมาในรูปของบทวิจารณ์สินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต, นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดาราพร ถิระวัฒน์. (2542). *กฎหมายสัญญาสถานะใหม่ของสัญญาปัจจุบันและปัญหาข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม*, พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เดชอุดม ไกรฤทธิ์. (2558). *คำอธิบายพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เดือนเด่น บริคมบริรักษ์ และสุธีร์ ศุภนิตย์, *การคุ้มครองผู้บริโภค*, สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย.

ตะวัน เดชภิรัตรมงคล. (2560). “การคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายว่าด้วยราคาสินค้าบริการ และมาตราชั่งตวงวัด” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า*, เล่มที่ 2, หน่วยที่ 8, พิมพ์ครั้งที่ 1, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธนัชพร กังสังข์. (2560). “การคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณา” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า*, เล่มที่ 1, หน่วยที่ 3. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธิดารัตน์ โชคบัณฑิต. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้ามือสอง: กรณีศึกษาตลาดนัดจตุจักร, วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธีรวัฒน์ จันทรสมบูรณ์. (2562). “ขายตรงและตลาดแบบตรง” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชากฎหมายพาณิชย์1: ซื้อขาย เช่าทรัพย์ เช่าซื้อ*, เล่มที่ 1, หน่วยที่ 6, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธีรวัฒน์ จันทรสมบูรณ์. (2564). *ขายตรงและตลาดแบบตรง*, พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ: นิติธรรม.

นนทวัชร์ นวตระกูลพิสุทธ์. (2563). *กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*, พิมพ์ครั้งที่ 2, โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มณีรัตน์ แจ้งแจ่มจิตต์ และสมชาย อมรศักดิ์โสภณ. (2537). “วัตถุประสงค์และนโยบายด้านราคา” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา*, เล่ม 2, หน่วยที่ 9. พิมพ์ครั้งที่ 2, นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พินัย ณ นคร. (2561). *กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล*, กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

วิทยา จารุพงศ์โสภณ. (2556). *กลยุทธ์ราคา*, กรุงเทพฯ: แปลนพริ้นติ้ง จำกัด.

วิมาน กฤตพลวิมาน. (2560). “การคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการคุ้มครองผู้บริโภคและกฎหมายเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้า*, เล่มที่ 1, หน่วยที่ 1, นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิมาน กฤตพลวิมาน. (2564). “กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค 1” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาสัมมนากฎหมายสำหรับนักปกครองท้องที่*, เล่ม 2, หน่วยที่ 10, นนทบุรี, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศนันท์กรณ์ (จำปี) โสตถิพันธุ์. (2549). *คำอธิบาย นิติกรรม-สัญญา*, พิมพ์ครั้งที่ 11, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *ศัพท์การตลาดและการโฆษณา*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.

ศักดา ธนิตกุล. (2551). *คำอธิบายและกรณีศึกษาพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542*, พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.

สคบ. กับการคุ้มครองผู้บริโภค. (2553). พิมพ์ครั้งที่ 14, นครปฐม: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

สุวิทย์ ธนียวัน. (2537). “กลยุทธ์การตั้งราคา” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา.* เล่ม 2. หน่วยที่ 12. พิมพ์ครั้งที่ 2, นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, https://www.ocpb.go.th/ewtadmin/ewt/ocpb_web/news_view.php?nid=10782. เข้าถึงเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2565.

สำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2556). คู่มือการจดทะเบียนพาณิชย์ ประกอบพาณิชยกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการขอใช้เครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.

เสาวภา มีถาวรกุล และเอกพล หนุ่ยศรี. (2537). “ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการตั้งราคา” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา,* เล่ม 2, หน่วยที่ 10. พิมพ์ครั้งที่ 2, นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุษม ศุภนิตย์. (2530). รายงานการวิจัยกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย, สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุษม ศุภนิตย์. (2540). *คำอธิบายกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค*, พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุษม ศุภนิตย์. (2545). *เอกสารเพื่อประกอบการพิจารณากฎหมายของสมาชิกรัฐสภา เล่มที่ 7 เรื่อง ร่างพระราชบัญญัติกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ... : กรณีศึกษากฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักรอังกฤษ*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.

สุษม ศุภนิตย์. (2554). *คำอธิบายพัฒนาการกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคของไทย*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. (2554). *คำอธิบายพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544,* พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพฯ: จิรรัชการพิมพ์.

อดุลย์ ยุววิทยาพาณิชย์. (2556). *คำอธิบายกฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542*, กรุงเทพฯ: กรมการค้าภายใน.

อภินันท์ ศรีศิริ. (2564). *กฎหมายที่มีโทษทางอาญากับการคุ้มครองผู้บริโภค*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2564.

*อรพรรณ พนัสพัฒนา. (2545). การ*พาณิชย์ทางอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.

อรสา เบญจรุราวงศ์. (2560). การคุ้มครองผู้บริโภคจากการปลอมราคาเพื่อขาย, วิทยานิพนธ์ นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Advertising Standards Authority, UK Code of Non-broadcast Advertising and Direct & Promotional Marketing (CAP Code) and UK Code of Broadcast Advertising and Direct & Promotional Marketing (BCAP Code) Section 3: Misleading Advertising https://www.asa.org.uk/type/broadcast/code_section/03.html, accessed 19 June 2022.

Background. (2022). https://www.asa.org.uk/resource/reference-pricing-research.html. accessed 19 June 2022.

Blattberg R.C. and Neslin S.A. (1990). *Sales Promotions: Concepts, Methods and Strategies*, New York: Englewood Cliffs NJ Prentice Hall.

Chartered Trading Standards Institute. (2018). Modernising Consumer Markets: Green Paper. Chartered Trading Standards Institute Response (July 2018). Retrieved 9 November 2018. From https://www.tradingstandards.uk/media/documents/news--policy/consultation-responses/modernising-consumer-markets----ctsi-full-response.pdf, accessed 19 June 2022.

Dhruv Grewal & Larry D. Compeau. (1992). "Comparative Price Advertising: Information or Deceptive?" (1992) 11 *J. Pub. Poly & Marketing*.

Eastman J.K. and Eastman K.L.. (2011). "Perceptions of Status Consumption and The Economy" 11(2) *Journal of Business & Economics Research*.

Gaylord A. Jentz. (1973). *Federal Regulation of Advertising Consumerism: The External Triangle: Business, Government and Consumers*, Murray.

Gordon Borie and Aubrey L. Diamond. (1996). *The Consumer, Society and the Law*, London: Mac Gibbon & KU.

Gorkan Ahmet et al. (2014). "Pricing Practices: A Critical Review of Their Effects on Consumers" 21 *Journal of Retailing and Consumer Services.*

John P Dawson. (2021). "Unconsionable Coercion: The German Version" 33 *Havard Law Review.*

Joseph A Schumpter. (2019). "The American Economy in the Interwar Period, The Decade of the Twenties" 36(1) *American Economic Review.*

Kanchana Kariyawasam & Shaun Wigley. (2017). “Online shopping, misleading advertising and consumer protection” 26(2) *Information & Communications Technology Law.*

Katalin Judit Cseres. (2005). *Compettition Law and Consumer Protection*, European Mongraphs: Kluwer Law International.

Lowe B. (2010). “Consumer perceptions of extra free product promotions and discounts: The moderating role of perceived performance risk” 19(1) *Journal of Product & Brand Management.*

Mark Armstrong & Yongmin Chen. (2012). Discount Pricing, University of Oxford, Department of Econ, Dicussing Paper Series No. 605.

Meera Singh. (2012). “Marketing Mix of 4P’S for Competitive Advantage” 3(6) *Journal of Business and Management*.

Nuseir M.T. (2018). “Impact of misleading/false advertisement to consumer behavior” *International Journal of Economics and Business Research.*

Priceza Thailand Data. (2020). https://contentshifu.com/blog/ecommerce-trends-priceza/. accessed 12 August 2020.

Stephen Hamilton and Dan Werner. (2017). Keys To Estimating Damages In Deceptive Pricing Cases, September 22, 2017,https://onpointanalytics.com/wp-content/uploads/2017/09/Keys-To-Estimating-Damages-In-Deceptive-Pricing-Cases-Law360.pdf, accessed 8 June, 2023.

TCC Thailand consumer Council. (2023). https://www.tcc.or.th/, accessed 17 February 2023.

The office of Fair Trading. (2022). About the OFT, https://assets.publishing.service.gov.uk/

government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/247943/0301.pdf, accessed 5 june 2022.

Vithala R Rao. (2009). *Handbook of Pricing Research in Marketing*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Zheng Sophia Thang. (2009). *Electronic Consumer Contracts in the Conflict of Laws*, London: Hart Publishing.

Zolfagharian M., Weisstein F.L. and Fuat Fırat A. (2017). *Price: Meanings and Significance*, Bingley: Emerald Publishing Limited.