

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2565). “สถิติรถจดทะเบียนใหม่ (กลุ่มสถิติขนส่ง)”, <https://web.dlt.go.th/Statistics>. 15 สิงหาคม, 2566.
- กระทรวงพลังงาน. (2564). “แนวทางการส่งเสริมยานยนต์ไฟฟ้า”, <https://www.eppo.go.th/index.php/en/component/k2/item/17415-ev-charging-221064-04>. 14 สิงหาคม, 2566,
- กฤตนิษฐ์ อินันชัย และธนกร สิริสุคันธา. “ส่วนประสมทางการตลาดบริการการยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง”, *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*. 12(3): 127-135; กันยายน-ธันวาคม, 2565.
- กัญจน์นิษฐ์ กำเนิดเพชร. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”, *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 13(3): 82-95; มิถุนายน-พฤศจิกายน, 2563.
- เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ และนิธนา ฐานิตชนกร. *การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรม ผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2559
- คณะกรรมการนโยบายยานยนต์ไฟฟ้าแห่งชาติ. (2565). “บอร์ดอีวีเคาะมาตรการหนุนการใช้รถปลักรถบรรทุกอีวี”, <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/79255>. 14 สิงหาคม, 2566.
- คมสิงห์ วิวัฒน์ภูษิต และคณะ. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร”, *วารสารนวัตกรรมการจัดการการศึกษาและการวิจัย*. 5(1): 183-188; มกราคม-กุมภาพันธ์, 2566.
- จรรยา ยุกยุทธ์ และนลินี ทองประเสริฐ. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็กของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุบลราชธานี”, *วารสารวิชาการราชภัฏอุตรดิตถ์*. 11(1): 38-48; มกราคม-มิถุนายน, 2559.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2545
- ชลติกานต์ ทิศเสถียร. *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคระหว่างสถานการณ์โควิด-19ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2564.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

ชูพงษ์ อุดมสมุทรศิริ และวิษณุ สุमितสุวรรณ. นโยบายและความตั้งใจในการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้า
วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2565.

ณิชา จิราพัชรสินและพิชญะ อุทัยรัตน์. “แนวทางสู่ความสำเร็จในการบริหารการตลาดของ
ผู้ประกอบการเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในพื้นที่กรุงเทพมหานคร”, วารสารมจร.
พุทธปัญญาปริทรรศน์. 8(3): 246-254; พฤษภาคม-มิถุนายน, 2566.

ณัฐชา ทองอิทร์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล. “แรงจูงใจ นโยบายภาครัฐ และส่วนประสม
ทางการตลาด 4Es ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวช่วงวิกฤตโควิด 19 ของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, วารสารวิจัย
วิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. 6(2): 90-105; พฤษภาคม-สิงหาคม,
2565.

ทิมมพร ทวีเดชและสมบัติ ทิมทรัพย์. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์
ไฟฟ้าแบตเตอรี่ของผู้ที่อาศัยในจังหวัดปทุมธานีด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ
ขั้นตอน”, วารสารสารสนเทศ. 19(1): 57-70; มกราคม-มิถุนายน, 2567

ทิพย์วรรณ จักรเพชร ฤเดช เกิดวิชัย และศรีปริญญา ฐประจ่าง. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้หลอดแอลอีดีในโรงงานควบคุมและอาคารควบคุม”, วารสารสมาคมนักวิจัย.
24(1): 214-224; มกราคม-เมษายน, 2562.

ธนเดช สุวรรณโชติ และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์. “คุณลักษณะของรถยนต์ไฟฟ้าที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”, วารสารสมาคมนักวิจัย. 26(1): 67-78;
พฤษภาคม-สิงหาคม, 2563.

ภาคจิรา นามบัวน้อย และคณะ. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลชนิดเชื้อเพลิงไฟฟ้า
ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล”, วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา.
5(1): 201-214; มกราคม-มีนาคม, 2566.

นัทรรัตน์ เปี่ยมสุวรรณ. ทศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้ม
พฤติกรรมการซื้อเบียร์ข้างคลาสสิก ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.
การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2559
บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2535.
บุริม โอทกานนท์. (2555). “4C's การตลาดปฎิวัติ”, http://thaifranchisedownload.com/dl/group13_6445_20140108150608.pdf. 14 สิงหาคม, 2566.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ประกาศรี พงศ์ธนาพาณิช. “ปัจจัยการตลาดกับการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในกลุ่มเจนเนอเรชั่นซีในเขตกรุงเทพมหานคร”, วารสารปัญญาภิวัฒน์. 15(2): 1-15; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2566.
- พิชญ์ปิยา เพ็งผ่อง. การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ การเน้นราคาประหยัด และความแปลกใหม่ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ: 2558.
- พิชชาภา กิตตินันท์วัฒนา. ทักษะและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้อิเล็กทรอนิกส์ มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2555.
- พีชญาดา พันผา. สถิติธุรกิจ. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2560.
- พิทยุทธ์ โตคำ และคณะ. “อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบบแบตเตอรี่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร”, วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 5(1): 53-72; มกราคม-เมษายน, 2565.
- เมธิณ ใจเกื้อ และกฤตภาส มงคลธำรงกุล. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดระยอง”, วารสารบริหารธุรกิจ. 12(1): 5-10; มกราคม-มิถุนายน, 2565.
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. “ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ”, วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง. 1(1): 1-21; มกราคม-มิถุนายน, 2555.
- สุชาดา บวรกิตติวงศ์. สถิติประยุกต์ทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- วชิรวิทย์ ชัยสิทธิ์. การศึกษาปัจจัยทางด้านการรับรู้ข่าวสารและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตร มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2564.
- วารสารการพิมพ์ไทย. (2020). “กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่น่าสนใจ บางอย่างคุณอาจคาดไม่ถึง”, <https://www.thaiprint.org>. 14 สิงหาคม, 2566.
- วิภาวรรณ มโนปารโมทย์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ศศิธร สุ่มหลิม วอนชนก ไชยสุนทร และสิงหะ ฉวีสุข “ความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย”, **วารสารบริหารธุรกิจ**. 13(1): 92-104; มกราคม-มิถุนายน, 2566.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). “มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประจำปี”, https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=gross_regional. 14 สิงหาคม, 2566.
- อัครเดช ปิ่นสุข,และนิตนา ฐานิตธนกร. **การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ** มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559
- อาจารย์ อุดมพันธ์ และ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี. “ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคต่ออาหารฟังก์ชันในกรุงเทพมหานคร”, **วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ**. 30(1): 331-354; มิถุนายน-ธันวาคม, 2565.
- อุษณีย์ เสวกวัชร. “การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด 4C’S ที่นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าร้านหนังสือ”, **วารสารมนุษยสังคมสาร (มสส.)**. 21(2): 261–278, พฤษภาคม-สิงหาคม, 2566.
- Aaker, D. A. **Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name**. New York: Guildford Press, 1991.
- Admin. (2563). “4C คือ ? การตลาดแนวใหม่ที่พัฒนาเพื่อตอบโจทย์ธุรกิจ”, <https://www.im2market.com/2015/05/26/1207>. 14 สิงหาคม, 2566.
- Admin. (2562). “4C คืออะไร กลยุทธ์การตลาด 4Cs เป็นอย่างไร”. <https://www.thinkaboutwealth.com/-4cs/>. 14 สิงหาคม, 2566.
- Aksarapak C. (2565). “กลยุทธ์การตลาด 4P [Marketing Mix] คืออะไร”, https://contentshifu.com/blog/4p-marketing-mix#_4P_Marketing_Mix?. 14 สิงหาคม, 2566
- Athapaththu, J. C., and Kulathunga, K. “Factors affecting online purchase intention: Effects of technology and social commerce”, **International Business Research**. 11(10): 111-128; March, 2018.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Bhalla, P., Ali, I. S., and Nazneen, A. “A study of consumer perception and purchase intention of electric vehicles. European”, **Journal of Scientific Research**. 149(4): 362-368; May, 2018.
- Davis, F. D. and et al. “User acceptance of computer technology A comparison of two theoretical models”, **Management Science**. 35(8): 982-1003, September, 1989
- George, D., and Mallery, P. **SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference**. 11.0. 4th ed. Boston: Allyn and Bacon, 2003.
- Ghosh, A. **Retail management**. Chicago: Dryden, 1990.
- Howard, J. A. **Buyer Behavior in Marketing Strategy**. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall, 1994.
- International Energy Agency. (2022). “World Energy Outlook 2022 (IEA, Paris)”, <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2022>. 17 August, 2023.
- Kothandapani, V. **A psycholological approach to the prediction of contraception behavior**. North Carolina: Popilation Center, 1971.
- Kotler, P. **Marketing management : analysis, planning, implementation and control**. 5th ed. New Jersey : Prentice Hall, 1997.
- _____. **Marketing Management**. 11th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2003.
- Kim, S., and Thorndike Pysarchik, D. “Predicting purchase intentions for uninational and binational products”, **International Journal of Retail & Distribution Management**. 28(6): 280-291; January, 2000.
- Lauterborn, B. “New Marketing litany; Four Ps passe; C-words take over”, **Advertising Age**. 61(41); 1-26; May, 1990.
- Matjaz K. and Matevz O. “Policies for Promotion of Electric Vehicles and Factors Influencing Consumers' Purchasing Decisions of Low Emission Vehicles”, **Journal of Sustainable Development of Energy Water and Environment Systems**. 5(2): 151-162; June, 2017
- M Report. (2022). “จุดประเด็นเลิกขายรถเครื่องยนต์สันดาปภายในปี 2040”, <https://www.mreport.co.th>. 14 August, 2023.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- McCarthy, E. J., and Perreault, W. D. **Basic marketing: a global-managerial approach**. 11th ed. Melborne: Irwin, 1993.
- Ooi, & Tan. “Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card”, **Expert Systems with Applications**. 59(2): 33–46; May, 2016.
- Parasuraman, A. and et al. “A multiple-Item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, **Journal of Retailing**. 64(1): 12-40; July, 1988.
- Randall-Page, P. “On Theme and Variation”, **Interdisciplinary Science Reviews**. 38(1): 52-62; May, 2013.
- Rogers, E. M. **Diffusion of innovations**. 5th ed. New York: Free Press, 2003.
- Robert F. Lauterborn. (1990). “Marketing Mix”, <https://bigworkthailand.com>. 16 september, 2023
- Taylor, M., and fujita, K. (2018). “Consumer Behavior and the Plug-In Electric Vehicle Purchase Decision Process: A Research Synthesis. UC Berkeley”, <https://escholarship.org/uc/item/4hj203w3>. 17 August, 2023.
- United Nations. (2023). “Electric Future”, <https://unfccc.int/news/electricfuture#:~:text=COP26%20saw%2024%20countries%20and,regions%20by%202030%20or%20sooner>. 14 September, 2023.