

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ สดวกการ. “พฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในร้านซีพีเฟรชมาร์ทของผู้บริโภคในเขตฝั่งธนบุรี”, **วารสารนวัตกรรมการศึกษาและวิจัย มหาวิทยาลัยสยาม**. 2(1): 37-46; มกราคม-เมษายน, 2561.
- กัญญาวิรี อินทร์สันต์ และบุษกรณ์ ลิ้ใจยะระ. “การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์”, **วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. 10(3): 79-91; กันยายน-ธันวาคม, 2563.
- กรมการปกครอง. “สถิติจำนวนประชากรประจำปี”, **จำนวนประชากรประจำปี**. <https://www.dopa.go.th>. 15 กันยายน, 2565
- ขวลิต โรจนประภาณต์ และธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภคพงศ์. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร”, **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี**. 12(27): 134-144; มกราคม-เมษายน, 2561.
- ชนม็กสานต์ อภิเศกตกานต์. **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเกริก, 2560.
- ชยุต เสงพระธานี. **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะเลือกซื้อเนื้อหมูในระบบควบคุมความเย็น**. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2562.
- ชัยวุฒิ กวินธีรภาพ. **ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้บริโภคผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ครบวงจรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2560.
- ณัฐวดี หอมบุญยงค์. **กลยุทธ์ทางการตลาดอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารเปิดใหม่ กรณีศึกษา ร้านอาหารครัวบ้านยายอาหารทะเล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2563.
- ณิชาภา ศรีคุณารักษ์. **การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2565.
- เทศบาลตำบลกุ๊ดข้าวปุ้น. “เขตการปกครองออกมาจากอำเภอกุดข้าวปุ้น”, **ข้อมูลพื้นฐาน**. <https://kudkhaopun.go.th/index.php>. 25 กันยายน, 2565.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- บุญยงษ์ บุญเฉลิมรัตน์. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2560.
- ปรารธนา ปากพลีนอก. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชิ้นส่วนไก่สดของผู้บริโภคในจังหวัดปราจีนบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2564.
- ปรีดี นกุลสมปรารธนา. “กระบวนการตัดสินใจซื้อ 6 ขั้นตอน”, กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. <https://www.popticles.com>. 6 มกราคม, 2566.
- ปิยจิตา พุทธา และคณะ. “พฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน”, วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 8(2): 75-88; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2564.
- เพียว สนสาข. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารสดของประชาชนในเขตตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร”, วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 1(1): 25-34; มกราคม -มิถุนายน, 2561.
- มนตรี ตันติถาวร. “ปัจจัยสำคัญและแนวโน้มสำหรับอนาคตของอุตสาหกรรมอาหาร”, Marketeer. <https://marketeeronline.co/archives/266157>. 20 กันยายน, 2565.
- ศรัณญา ธรรมศิริพงษ์. “พฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม”, วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. 6(1): 138-151; มกราคม-มิถุนายน, 2562.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing management) ฉบับปรับปรุงใหม่ ปี 2552. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2552.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงไทย. “อุตสาหกรรมอาหารยังก้าวไกลทั้งในไทยและระดับโลก”, ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ. <https://sme.krungthai.com>. 18 เมษายน, 2561.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. “มูลค่าการใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มในประเทศ 2565”, แนวโน้มธุรกิจ. <https://www.kasikornresearch.com>. 20 กันยายน, 2565.
- สุภัคพร คล้ายแพร และบัญชา วงศ์เลิศคุณากร. “การโฆษณา ณ จุดขาย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแช่แข็งในเขตกรุงเทพมหานคร”, วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์. 1(2): 189-198; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2560.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “มูลค่าผลิตภัณฑ์”, **ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ**. <https://www.nesdc.go.th>. 21 กันยายน, 2565.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “เศรษฐกิจไทยในปี 2565”, **ภาวะเศรษฐกิจรายไตรมาสและแนวโน้มเศรษฐกิจไทย**. <https://www.nesdc.go.th>. 10 พฤศจิกายน, 2565.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. “ค่าใช้จ่ายครัวเรือน”, **สำมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม**. <https://www.nso.go.th>. 15 พฤศจิกายน, 2565.
- สำนักงานคลังจังหวัดอุบลราชธานี. “ภาวะเศรษฐกิจจังหวัดอุบลราชธานี ในปี 2564”, **รายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัดอุบลราชธานี**. <https://www.cgd.go.th>. 11 ธันวาคม, 2565.
- หอการค้าจังหวัดอุบลราชธานี. “สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 6”, **มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล**. <https://www.ubonchamber.net>. 6 กรกฎาคม, 2562.
- อริยธาดา จันทร์เกษม. **พฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคในอำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2562.
- อารีรัตน์ โพธิ์สุภาพ. **การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2562.
- Arens, F. W. **Contemporary Advertising**. New York: McGraw-Hill, 2002.
- Cronbach, L. J. **Essentials of psychological testing**. 5th ed. New York: Harper Collins Publishers, 1990.
- Duncan, T. **Principle of Advertising and IMC**. London: McGraw-Hill Irwin, 2005.
- Etzel, M. J. and et al. **Marketing**. 12th ed. Boston: McGraw-Hill, 2007.
- Kaygisiz, F. and et al. “Determining Factors Affecting Consumer’s Decision to Purchase Organic Chicken Meat”, **Brazilian Journal of Poultry Science**, 21(4): 1-7; January, 2019.
- Kotler, P. **Marketing management**. New Jersey: Prentice-Hall, 2003.
- Kotler, P. and Armstrong, G. **Principles of Marketing**. 12th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2008.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Kotler, P. and Keller, K. L. **Marketing Management**. 12th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2006.
- Lamb, C. W., Hair, J. F. and McDaniel, C. **Principles of Marketing**. Cincinnati, OH: South-Western Publishing, 1992.
- Rovinelli, R. J. and Hambleton, R. K. "On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity", **Dutch Journal of Educational Research**. 1(2): 49-60; April, 1977.
- Schramm, W. **The Process and Effects of Mass Communication**. Champaign, Illinois: University of Illinois Press, 1973.
- Shiffman, L. G. and Kanuk, L. **Consumer behavior**. 5th ed. New Jersey: Prentice Hall International, 1994.
- Shust, O. (2018). "Features of consumer behavior in the market of meat cattle breeding in Ukraine", **International Scientific Days 2018**.
<http://www.slpk.sk/elido/2018/dl/9788075981806/files/02/s2-3p10.html>.
 December 1, 2023.
- Yamane, T. **Statistic an introductory analysis**. New York: Harper & Row, 1967.