

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร ฐานะเจริญกิจ และวรัญญา ตีโลกะวิชัย. “พฤติกรรม การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเซรั่มวิตามินซีบำรุงผิวของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย”, **วารสารมหานครจุฬาพรศน์**. 11(5): 118-127; พฤษภาคม, 2567.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. “กรมเจรจา ปลื้ม FTA ดันส่งออกเครื่องสำอาง 8 เดือน พุ่ง 1.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ”, **เศรษฐกิจ**. <https://www.ryt9.com/s/beco/3366838>. 21 ตุลาคม, 2565.
- จุฑารัตน์ ทองสนิท และคณะ. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าออร์แกนิกของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร”, **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์**. 3(2): 9-19; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2562.
- ฉัตรเมือง เป้ามานะเจริญ. “พฤติกรรม การเลือกซื้อเครื่องสำอางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร”, **วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม**. 7(2): 17-31; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2562.
- ฐานิสร์ ไกรกังวาร. **การตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2561.
- ณพิชญา หนูแก้ว และสุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ. “พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ”, **วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 6(1): 141-154; มกราคม-กุมภาพันธ์, 2566.
- นิชาภา ศรีคุณารักษ์. **การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2565.
- ณัฐวดี หอมบุญยงค์. **กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจ ร้านอาหารเปิดใหม่ กรณีศึกษา ร้านอาหาร ครั้วบ้านยายอาหารทะเล**. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2563.
- ดิน ปรัชญพฤทธิ. **ทฤษฎีองค์การ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2542.
- ธงสรวง ศรีธัญรัตน์. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษา ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้ออาคเนย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2563.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธินิดา เอยแสง และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล. “พฤติกรรม การซื้อและส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแมค (M.A.C.) ของผู้หญิงวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร”, วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์. 7(2): 179-193; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2564.
- ประภาพร คงเขียว และนาถรพี ต้นโซ. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลีใต้และญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเจนเอเรชั่น Z”, วารสารวิชาการ การตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 7(1): 1-14; มกราคม-มิถุนายน, 2563.
- พรเทพ ทิพย์พชรกุล. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559.
- พิชชาภา ไบศรี. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน (ไลน์) ของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2564.
- พัชรภรณ์ เมธีการย์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อของธุรกิจการจำหน่ายเครื่องสำอางผ่าน เฟซบุ๊ก. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2561.
- พัสดมน อภิปวินทวงศ์. การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอางบนใบหน้าของ ผู้บริโภคตะวันออกและตะวันตก. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557.
- มธุรส พลพวก. ความต้องการของผู้บริโภคที่จะเข้าใช้บริการ ร้านชาบูอินดี้ในอำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี, 2565.
- วรรณันท์ แสนอุดม. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวา ผ่านช่องทางการจำหน่ายบนตลาดออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทเศรษฐศาสตร มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2564.
- วัลย์ลักษณ์ พันธุ์ และหัสชัย ตั้งมั่งมี. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าออนไลน์ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก”, วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น. 8(1): 81-95; มกราคม-มีนาคม, 2564.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2560.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ศิริลักษณ์ คำพึง. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตแช่แข็ง กรณีศึกษาเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, 2562.
- สุพิชชา ศรีภา. การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีใต้ของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2560.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. “รายงานการศึกษา ยกระดับเครื่องสำอางไทยให้ตรงกับตลาดใหม่”, เอกสารเผยแพร่. <https://www.tpsso.go.th>. 2 พฤศจิกายน, 2567.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. “สรุปผลข้อมูลเบื้องต้น สำนะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม พ.ศ.2566 (ข้อมูลพื้นฐาน) ทัวราชอาณาจักร”, สำนะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม. <https://www.nso.go.th/nsoweb/index>. 2 พฤศจิกายน, 2567.
- อรวิ พรหมวัง. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในภาวะวิกฤตการระบาด โควิด-19 ของผู้หญิงที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2564.
- อลิศยานันท์ เจริญกุล. กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบโมบายคอมเมิร์ซ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2561.
- Cortina, J. M. and et al. “What is coefficient alpha? An examination of theory and applications”, *Journal of Applied Psychology*. 78(1): 98; February, 1993.
- Cronbach, L. J. *Essentials of psychological testing*. 5th ed. New York: Harper & Row, 1990.
- Hoyer, W. D. and Macinnis, D. J. *Consumer Behavior*. 5th ed. Ohio: South-Western Cengage Learning, 2010.
- Kotler, P. *Marketing Management: An Asian Perspective*. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall, 1999.
- _____. *Marketing Management*. 10th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2000.
- _____. *Marketing Management*. 11th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2003.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Solomon, M. R. **Consumer Behavior: Buying, Having, and Being.** 8th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2009.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี