

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. “ข้อมูลนิติบุคคลและข้อมูลงบการเงิน”, สถิติข้อมูล.
<https://datawarehouse.dbd.go.th/>. 19 ธันวาคม, 2566.
- กอบกาญจน์ เจริญทอง. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสยาม, 2556.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. **สถิติสำหรับงานวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2552.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560.
- ขวัญเรือน สุมิพันธ์. “ภาพลักษณ์และคุณภาพให้บริการของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”, **วารสารการบริหารและการจัดการ**. 10(2): 28-40; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2563.
- จินตวีร์ เกษมสุข. **หลักการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.
- จุไรลักษณ์ จันทสิทธิ์. **อิทธิพลของภาพลักษณ์บริษัทที่มีต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.
- คิงส์ว็อดส์โฮมเซ็นเตอร์. “ประวัติความเป็นมาของบริษัท คิงส์ว็อดส์โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด”, **ประวัติคิงส์ว็อดส์**. https://www.kingwatsadu.com/index.php?p=king_about. 20 ธันวาคม, 2566.
- ชาคริยา ทองใบ และจุมพฏ บริราช. “ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ใน **การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 54: สาขาศึกษาศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์**. น.408-415. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2554.
- ชนินทร์ พุ่มบัณฑิต. “ภาพลักษณ์องค์กร คุณค่าตราสินค้า และความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด ธุรกิจบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าโรงแรมจันทร์เกษมปาร์ค”, **วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร**. 16(1): 58-76; มกราคม-เมษายน, 2564.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ชลลดา ไชยกุล. **ภาพลักษณ์องค์กร คุณค่าตราสินค้าและความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2555.
- ชูชัย สมितिไกร. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). “คุณภาพการให้บริการมุมมองในเชิงวิชาการ”, **บทความวิชาการ**. <http://www.tpa.or.th/writer/>. 15 กันยายน, 2563.
- ณัฐชา คงเพ็ญ. “ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการ”, **วารสารอินทนิลทักษิณสาร**. 16(2): 24-32; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2564.
- ณัฐนนท์ ขวัญทอง. **การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลกระบวนการและคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2560.
- ณัฐพร ดิสนิเวทย์. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าร้านกาแฟขนมหวาน**. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2559.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. **คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า**. กรุงเทพฯ: ประชุมทองพรินติ้งกรุ๊ป, 2549.
- ดูโฮม. “ประวัติบริษัท ดูโฮม จำกัด (มหาชน)”, **หน้าแรก**. <https://www.dohome.co.th/about-us>. 20 ธันวาคม, 2566.
- เดลินิวส์ ออนไลน์. “เปิดพิภพ ขยายทางหลวง 4 เลน 26 โครงการ 356 กม. ทั่วไทย”, **ข่าวเศรษฐกิจ**. <https://www.dailynews.co.th/news/2003031/>. 20 ธันวาคม, 2566.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. **หลักและวิธีวิจัยตลาดเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: วังอักษร, 2543.
- ตรีภักดิ์ บุญทม. “คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์และความจงรักภักดีต่อโรงแรมระดับ 3 ดาวของนักท่องเที่ยว ชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี”, ใน **การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563**. น. 606-616. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2563.
- ไทวส์ด. “เหตุการณ์สำคัญ”, **หน้าแรก**. <https://www.thaiwatsadu.com/th/page/about>. 20 ธันวาคม, 2566.
- ธนะวรรณ รุ่งใหญ่. “รูปแบบความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”, **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร**. 8(1): 41-51. พฤศจิกายน-เมษายน, 2560.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธัญรัฐ ไพศาลวงศ์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเกาหลีของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2556.
- นุชนารถ อินทโรจน์ และคณะ. รายงานวิจัยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในทัศนะ ประชาชนจังหวัดปทุมธานี. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2553.
- นุศรา อินแถลง. “คุณภาพบริการและการตัดสินใจซื้อที่มีต่อความภักดีของลูกค้าร้านวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอวัง จังหวัดลำปาง”, วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคล ล้านนา. 9(1): 11-18; มกราคม-มิถุนายน, 2564.
- นันทมน ไชยโคตร. ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของ ลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2557.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2560.
- ปณิศา มีจินดา. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2553.
- ปรียาภรณ์ หารบุรุษ. ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.
- พนิดา เพชรรัตน์. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 2556.
- พิมพ์ภัทร์ สุดประเสริฐ. คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 2562.
- พิมพ์ใจ ลิ้มวัฒนา และคณะ. “การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา”, วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 33(2): 85-99; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2563.
- พิมพ์ศรี ขอเจริญ. “คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างกรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนเจริญธรรมวัสดุ 2”, วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์. 3(3): 25-38; กันยายน-ธันวาคม, 2565.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- พีชญาดา พันผา. สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2566.
- มหัศจรรย์ ใจจิต. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก วัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ (Modern trade) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”, *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 9(2): 1-11; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2560.
- มะลิวรรณ ชื่องาม. “ความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงแรมอมารีตอมเมือง”, *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 10(2): 229-237; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2559.
- มะลิวรรณ ชื่องาม และภัทรารุณี โนรี. “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับรีสอร์ทในจังหวัดนครนายก”, *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 8(2): 104-117; กรกฎาคม-ธันวาคม, 2564.
- ระชานนท์ ทวีผล. การพัฒนามาตรฐานทักษะการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่มุ่งความเอาใจใส่พิเศษเพื่อยกระดับการให้บริการที่เป็นเลิศในระบบโรงแรมประเภทบูติคของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2560.
- วชิรวัชร งามละม่อม. *ทฤษฎีมีส่วนร่วม*. ปทุมธานี: สถาบันวิชาการไทยวิจัยพัฒนาการจัดการ TRDM, 2558.
- วรรณษา พลอยพยัคฆ์. “อิทธิพลที่มีผลต่อความภักดีในการใช้บริการธุรกิจจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในเขตจังหวัดนครปฐม”, *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*. 5(1): 21-32; มกราคม-มิถุนายน, 2563.
- วลัย ช่อนกลิ่น. “ส่วนประสมการค้าปลีกที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ร้าน ซี.เจ. เอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานคร”, *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*. 15(1): 151-160; มกราคม-เมษายน, 2564.
- ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ. *การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสม สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา, 2538.
- ศุภิสรา กิจเจริญ และคณะ. “อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรต่อความภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟสตาร์บัคส์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. 10(3), 92-105; กันยายน-ธันวาคม, 2563.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

ศูนย์วิจัยกรุงศรีอยุธยา. (2564). “สรุปสถานการณ์ภาคการก่อสร้างและภาวะธุรกิจก่อสร้าง”,
อุตสาหกรรม. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook>. 3 ธันวาคม, 2566.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). “ผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง”, **แนวโน้มธุรกิจ**.
<https://www.kasikornresearch.com/th>. 3 ธันวาคม, 2566.

โคกิชฐา เต็มรัตน์. **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ
 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
 มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2561.

สมชาย ศรีวิรัตน์. **สมรรถนะ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานข้าราชการพลเรือน, 2556.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. **เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอล บั๊คส์, 2550.

สิริวรรณ บุตรตา. **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความจงรักภักดีของลูกค้า
 บริษัทวัสดุก่อสร้างแห่งหนึ่ง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, 2559.

สุดาตวง เรืองรุจิระ. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ประกายพริก, 2543.

สุภาภรณ์ พลนิกร. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เอ อาร์ บีซีเนส เพรส, 2548.

เสรี วงษ์มณฑา. **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2542.

เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ. **อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผล
 ต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร**.
 การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2564.

โสธยา สุภาพล และคณะ. “ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการ
 ตัดสินใจเข้าใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเดิม
 บางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี”, **วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา**. 9(1):
 32-4; มกราคม-มิถุนายน, 2563.

โสรัจจะราช เถระพันธ์. **คุณภาพการให้บริการและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ส่งผลต่อ
 ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัด
 ปทุมธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
 2561.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สัมฤทธิ์ จำนงค์. ภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าไปรษณีย์
ด่วนพิเศษ ในประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- อภิชา แพงชาลี. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าแอปพลิเคชัน
K PLUS ธนาคารกสิกรไทย ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร”, **วารสารมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**. 8(3): 216-232; กันยายน-ธันวาคม, 2565.
- โฮมวัน. “ประวัติความเป็นมา”, **เกี่ยวกับเรา**. <https://homeone.co.th/about-us/>. 20 ธันวาคม,
2566.
- Daniel, J. B. (1973). “Historian, Critic, and American Man of Books”, **The New Atlantis**.
<https://www.thenewatlantis.com/publications/daniel-j-boorstin-rip>. December
10, 2023.
- David, L. K. and Boone, L. E. **Marketing**. Florida: Dryden Perss, 1989.
- Gronroos, C. “Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing
and Organizational Behavior Interface”, **Journal of Business Research**.
20(1): 3-17; January, 1990.
- Karnchang. S. S. “ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง”, **ศ.ศิวัช การช่าง**. <https://s-siwa.com/>. January 5,
2024.
- Kotler, P. **Principles of Marketing**. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1997.
- Kotler, P. **Marketing Management**. The millennium ed. New Jersey: Prentice, 2000.
- Kotler, P. and Keller, K. L. **Marketing Management**. 14th ed. Shanghai: Shanghai
People’s Publishing House, 2016.
- Leblance, G. “Cues used by customers evaluating corporate image in service firms
and empirical study in financial institutions”, **International Journal of
Service Industry Management**. 7(2): 44-56; February, 1996.
- Oliver, R. L. “Whence Consumer Loyalty”, **Journal of Marketing**. 63(4): 33-34;
October, 1999.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L. L. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, **Journal of Marketing**. 49(4): 41-51; January, 1985.

Wood, E. **Corporate identity**. London: Routledge, 2001.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี