

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าต่างประเทศ. (2562). “การส่งออก”, **บริการจากกรม**. <http://www.dft.go.th/th-th/>. 12 กุมภาพันธ์, 2564.
- การตลาดออนไลน์. (2560). “ทำความเข้าใจกับกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่น่าสนใจ บางอย่างคุณอาจคาดไม่ถึง”, **กลยุทธ์ทางการตลาด**. <https://www.1belief.com/article/marketing-strategy/>. 12 สิงหาคม, 2564.
- กฤษณิณี รื่นรมย์. **การวิจัยการตลาด**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2556.
- จิรารัตน์ จันทวัชรกร และคณะ. **รายงานวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดเล็ก กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค: การศึกษาเปรียบเทียบ ร้านค้าปลีกดั้งเดิมกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2561.
- เจริญ โสภา และคณะ. “พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยของผู้บริโภคจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว”, **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี**. 12(28): 294-305; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2561.
- เจษฎา ความคุ้นเคย. “การพัฒนาารูปแบบเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-กัมพูชา เพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน”, **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 12(3): 1-16; กันยายน-ธันวาคม, 2561.
- ชีวรรณ เจริญสุข. **กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2547.
- ซัชชล ทะสระระ. **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2563.
- ฐิติมา เกษมสุข. “การพัฒนาการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันการค้าชายแดนโดยกระบวนการจัดการความรู้ ตำนอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว”, **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**. 21(1): 25-35; มกราคม-มิถุนายน, 2562.
- ด่านศุลกากรช่องเม็ก. (2561). “ประวัติด่านศุลกากรช่องเม็ก”, **สำนักงานศุลกากรภาคที่ 2 ส่วนประมวลผลและคลังข้อมูล สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร**. <http://chongmek.customs.go.th/>. 26 พฤศจิกายน, 2564ก.
- _____ . (2563). “ข้อมูลด่านศุลกากรช่องเม็ก”, **สำนักงานศุลกากรภาคที่ 2 ส่วนประมวลผลและคลังข้อมูล สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร**. <http://chongmek.customs.go.th/>. 26 พฤศจิกายน, 2564ข.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. “กลยุทธ์ด้านสินค้าไทยได้รับความนิยมค่อนข้างมากในตลาด สปป.ลาว”, **อุตสาหกรรมไทยสู่อนาคต**. <http://www.exim.go.th/>. 9 กุมภาพันธ์, 2565.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. **การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์ Service marketing concepts and strategies**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธัญรัตน์ ภัคคะสิริวัฒน์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทางอินเทอร์เน็ตสำหรับ
ซูเปอร์เซ็นเตอร์. การค้าคว่ำอึสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.
- นภัทร ไตรเจตน์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านโช
ห่วย ตลาดไท ปทุมธานี. การค้นคว่ำอึสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ, 2559.
- นารา กิตติเมธิกุล. “พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคชายวัยชวลาในนครหลวงเวียงจันทน์ต่อ
อาหารทะเลสดในจังหวัดหนองคาย”, วารสารรัชต์ภาคย์. 10(19): 44-54; มกราคม-
มิถุนายน, 2559.
- เนตรดาว เถาถวิล และพฤกษ์ เถาถวิล. “เครือข่ายการค้าข้ามพรมแดนในพื้นที่ชายแดนไทย-ลาว”,
วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. 11(1): 215-244; มกราคม-มิถุนายน,
2563.
- บุญทวารณ วิงวอน. การเป็นผู้ประกอบการยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2556.
- บุษยมาส ชื่นเย็น. การรับรู้ของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่
ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี. การค้นคว่ำอึสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2563.
- ปณิธาน จันทองจัน. มุมมองของผู้ผลิตที่มีต่อผู้ค้าปลีกสมัยใหม่ในช่องทางการจัดจำหน่าย
การศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกเพื่อหาปัจจัยแห่งความสำเร็จทางธุรกิจ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560.
- ประเสริฐ วิจิตรนพรัตน์. ทัศนคติผู้บริโภคชาวลาวต่อสินค้าและบริการที่มีศักยภาพส่งออกของ
SMEs ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2557.
- ประสิทธิ์ผล พรวันทา. “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดจำหน่ายระหว่างประเทศ สำหรับสินค้า
อุปโภคบริโภคระหว่างประเทศไทยกับ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว”,
สยามวิชาการ. 21(36): 66-80; มีนาคม-กรกฎาคม, 2563.
- ปรียวรรณ สิ้นชัย. กลยุทธ์การวางแผนตลาดเพื่อการเพิ่มยอดขายสินค้าปลีก กรณีศึกษาร้านรวม
สิน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย. การค้นคว่ำอึสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2558.
- พจจิตร สุวรรณแสง. พฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้ง ในครัวเรือนของผู้บริโภคช่วงโควิด 19 ใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
2563.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- พิทักษ์กล้า การะเกษ. “การพัฒนาตลาดการค้าชายแดนบริเวณจุดผ่อนปรนช่องสายตะกู ตำบล จันทบเพชร อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์”, *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*. 11(1): 20-29; มกราคม-มิถุนายน, 2559.
- พิมพ์พิศา พรหมสาส์น. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันของลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ FMCG**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2564.
- พิมล เอี่ยมผา. **การศึกษาโครงสร้างองค์กร เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานของบริษัท NG จำกัด**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2554.
- มณีนรัตน์ โชติขารี. “รูปแบบความร่วมมือการค้าชายแดนของผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ไทย-ลาว จังหวัดบึงกาฬประเทศไทย และแขวงบอลิคำไซ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี”, *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิง*. 5(2): 12-25; กุมภาพันธ์, 2563.
- มณีนรัตน์ สุวรรณวาริ. “การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร”, **ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของโครงการ**. <https://www.gotoknow.org/posts/460465>. 15 สิงหาคม, 2564.
- วสุธร มั่งมีมั่น. **การซื้อสินค้าออนไลน์อุปโภคบริโภคในยุคโควิดในอำเภอเมืองสุโขทัย**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2563.
- วิรัตน์ เตชะนิรติศัย. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทดแทนมื้ออาหารประเภทการขึ้นทะเบียน อ.18 ในกรุงเทพมหานคร”, *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 3(5): 79-92; กันยายน-ตุลาคม, 2564.
- เวชพิสิฐ ศักดิ์แสงไกล. **รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2558.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา, 2552.
- ศุภร เสรีรัตน์ และคณะ. **การบริหารการตลาด ยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2552.
- สถาบันการขนส่ง. “ศูนย์กลางองค์ความรู้ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์”, **จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**. <https://www.chula.ac.th/academic/transportation-institute/>. 15 สิงหาคม, 2564.
- สิริรัฐ สุกันธา. “การบริหารจัดการการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย”, *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. 8(1): 20-50; มกราคม-มิถุนายน, 2559.
- Aguilar, F. T. *Scanning the Business Environment*. New York: The MacMillan Co., 1967.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Booms, B. H. and Bitner, M. **Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms**. Chicago: American Marketing Association, 1981.
- David, F. R. and David, F. R. **Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases**. 17th ed. Harlow: Published by Pearson Education, cop, 2017.
- ECBER. **E-SAAN Center for Business and Economic Research, Consumer Behavior Habitudes in Vientiane**. Laos: ECBER, 2020.
- Kotler, P. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. 15th Global ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 1997.
- Kotler, P. and Armstrong, G. **Principles of Marketing**. 7th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 1996.
- World Bank. (2016). “Enterprise Surveys What Businesses Experience”, **Enterprise Survey 2016**. <https://microdata.worldbank.org/index.php/catalog/2805>. 20 December, 2021.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร