

คณะกรรมการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

## เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ สัตยาพิมล. พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตแพลทินัมใน  
ห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.
- กุลธิดา เกิดแจ้ง. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่อง  
สมุนไพรตราจินเฮิร์บ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2562.
- กุลธิดา เปรมปราศิน. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยารักษาโรคในร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วไป  
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557.
- จूरพร ช้อนใจ. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตรากรินเมท ของ  
ผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร, 2563.
- ชวลิต ทับสีรัก. “ตัวแปรเชิงคุณภาพกับการวิเคราะห์การถดถอย”, วารสารการวัดผลการศึกษา.  
17(1): 31-42; กรกฎาคม, 2555.
- ณัฐนันท์ โชครศรีศิริ. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของ  
ผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2558.
- ณัฐพัศพนธ์ แสงวทรัพย์. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าของ  
ผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชน ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระ  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2561.
- ทิพวรรณ อาริยวงศ์สถิตย์. พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก.  
การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2563.
- ธธีร์ธร ชีรขวัญโรจน์. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546.
- นลรัฐพร กาญจนมหกุล. การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัด  
สมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจปริญญามหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง, 2562.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- น้ำทิพย์ เนียมหอม. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษา  
ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจรามอินทรา. การค้นคว้าอิสระปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเกริก, 2560.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2554.
- พระราชบัญญัติการทะเบียนราษฎร พ.ศ. 2565. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 140. ตอนพิเศษ 16-ง.  
หน้า 21. 23 มกราคม, 2566.
- พัชรภรณ์ เมธีการย์. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจการจำหน่ายเครื่องสำอางผ่าน  
เฟซบุ๊ก. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
เชียงใหม่, 2561.
- ภัทรวดี เอี่ยมศุภโชค. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ  
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมปรับอากาศในรถยนต์ของพนักงานสถานีวิทย์  
โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต:  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2561.
- ภัรจรา วันนอก และสาลิณี เชื้อบุญชาติ. รายงานสหกิจศึกษารูปแบบและวิธีส่งเสริมการตลาด  
สินค้าจากวัตถุดิบนำเข้าบริษัทปิ่นฉัตร ดิเวลอปเมนท์จำกัด กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์  
ไส้กรองและผ้ากรองตามคำสั่งซื้อของลูกค้า. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม, 2560.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: แสงดาว, 2548.
- รจนา สันติภานุโสภณ และคณะ. “การศึกษาพฤติกรรมทางเลือกร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัด  
ระยอง”, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต. 12(1): 1-13; พฤษภาคม-ตุลาคม,  
2560.
- วารีย์ สุกทักษิณา. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขต  
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์, 2558.
- วิชณู มณีวรรณ. พฤติกรรมและการใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อ  
โทรศัพท์มือถือไอโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเกริก, 2562.
- วีรดา ศานติวงศ์การ. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า  
ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาเดอะฟาร์มา ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- วัลยา สุนทรธา และศราววุฒิ อุพุฒินันท์. “ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 8Ps กับพฤติกรรมหลังการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ”, **วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์**. 5(4): 97-108; กรกฎาคม-สิงหาคม, 2565.
- ศิริลักษณ์ คำพั้ง. **พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตแช่แข็งกรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, 2562.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World, 2539.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **การบริหารการตลาด: ยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา, 2552.
- ศุภย์วิชัยกสิกร. “ตลาดยาปี 65 ยังโต 3-5%...แม้สัญญาณโควิดดีขึ้น”, **บทวิเคราะห์**.  
<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Drug-FB-04-02-22.aspx>. 14 สิงหาคม, 2565.
- สมประสงค์ แต่งพลอย. **พฤติกรรมกาซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.
- สลิลทิพย์ ขจรเงิน. **การตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของลูกค้า: กรณีศึกษาร้านเสรีชัย อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2560.
- สุจิตรา บุณยรัตพันธุ์. **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม, 2557.
- เสรี วงษ์มณฑา. **กระบวนการการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วลีทัศน์พัฒนา, 2542.
- \_\_\_\_\_. **กลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไฟเท็กซ์, 2547.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. “จำนวนใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วประเทศ พ.ศ. 2564”, กองยา สำนักงานอาหารและยา. <https://www.fda.moph.go.th/sites/drug/SitePages/Statistic.aspx>. 13 สิงหาคม, 2566.
- สำนักยา. “พระราชบัญญัติยาปี พ.ศ. 2510”, **เอกสารที่เกี่ยวข้อง**.  
[http://drug.fda.moph.go.th/zone\\_law/law039.asp](http://drug.fda.moph.go.th/zone_law/law039.asp). 8 ตุลาคม, 2565.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- หทัยทิพย์ แดงปทิว. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทศนคติและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2560.
- อานนท์ ศรีพงษ์. พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2556.
- อารียา มั่นอ่วม และชิตตะวัน ชนะกุล. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท”, *Journal of Modern Learning Development*. 7(8): 134-142; กันยายน, 2565.
- Cochran, W. G. **Sampling Techniques**. 3<sup>rd</sup> ed. New York: John Wiley & Sons, 1977.
- Hair Jr, J. F. and et al. **Multivariate Data Analysis**. 7<sup>th</sup> ed. Edinburgh: Pearson Education Limited, 2010.
- Kotler, P. **Marketing Management**. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc, 1994.
- \_\_\_\_\_. **Marketing management (The millennium ed.)**. New Jersey: Prentice Hall International, Inc, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Marketing Management**. 11<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2003.
- \_\_\_\_\_. **Marketing Management: Analysis Planning Implementation and control**. 13<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall International, Inc, 2011.
- Lovelock, C. and Wirtz, J. **Service marketing**. 6<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall International, Inc, 2007.
- Nitadpakorn, S. et al. “Factor affecting pharmacy engagement and pharmacy customer devotion in community pharmacy: A structural equation modeling approach”, *Pharmacy Practice*. 15(3): 1-8; July, 2017.
- Schiffman, G. L. and Kanuk, L. L. **Consumer Behavior**. 9<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 2007.
- Sokolov, A. **Business-to-Business Advertising in Social Media**. Master’s Thesis: Lapland University of Applied Sciences, 2017.

### เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

Valeriya, N. et al. "Factor of customer loyalty in pharmacy retail: a case from Bulgaria", *Scripta Scientifica Vox Studentium*. 1(1): 28-31; October, 2017.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี