



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กมล ชัยวัฒน์. (2553). การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- กฤตภัค บุญนายกค์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชุมพร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- แคทรียา ตั้งเจริญ. (2554). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการสร้าง ภาพลักษณ์องค์กรของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉันทวัน ทามณี. (2564). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อวิดีโอเกมรูปแบบดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์. (2545). ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนัดดา พิมพ์พรม และศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์. (2560). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการครองใจผู้บริโภคของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด. ประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2558.
- ชัชฎา อัครศรีวร และกฤษณ์ท สานทวิ. (2557). “การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อการขับเคลื่อนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวเพื่อสุขภาพ,” วารสารวิชาการ นวัตกรรมสื่อสารสังคม. 7 (1) : 20 - 22.
- ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2558). “การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม,” สมาคมปรัชญาคุณธิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์. 6 (1) : 20 - 25.
- ณรงค์รัฐ ร่วมพรภาณุ. (2558). อิทธิพลของการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เกม Dota 2 และ League of Legends. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนพัทธ์ เอมะบุตร. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นวพร จริยะนันต์กุล. (2556). การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรของบริษัทประกันชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นันทวัน ชาวสวนแดง. (2563). พฤติกรรมและการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิต ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดกาญจนบุรี. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

- ปัทสนันท์ กฤตยานุพงศ์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต บริษัท เอไอเอ จำกัด ของลูกค้าในจังหวัดชลบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธนบุรี.
- พิชชากร ขอบเที่ยงธรรม. (2563). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันโควิด-19 ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พิชญภา ชินคำ. (2561). กลยุทธ์การจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันชีวิตของตัวแทนประกันชีวิตในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด. ร้อยเอ็ด : มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.
- พิสิษฐ์ พจนจารุวิทย์. (2560). “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย,” วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 8 (2) : 33 - 36.
- ภาณิกา สัจจะบุตร. (2559). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วรวรรณ องค์กรุฑรศึกษา. (2559). การสื่อสารการตลาดระหว่างประเทศเบื้องต้น (1). กรุงเทพฯ : โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชา อุ่มบางตลาด. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแพคเกจมอออนไลน์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2555). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็ก (City Car) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- ศุภกิตต์ โพธิ์สุวรรณ. (2562). กลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม (Event marketing) ที่ส่งผลต่อการเลือกเล่นกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ (E-sport) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา เกม ROV. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมบัติ กุสุมาวดี. (2559). แนวทางการบริหารจัดการและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การของบริษัทในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สาลินี ชัยวัฒน์พร, ภาควิภา ภัควิภาส, รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และเบญญาภา กันทะวงศ์วาร. (2563). “การตัดสินใจเลือกการลงทุนการออมของบริษัทประกันชีวิตในกลุ่มคนทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร,” วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 10 (3) : 187 - 197.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง. (2564). การทำประกันชีวิต. กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง.
- สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดจันทบุรี. (2564). ข้อมูลประชากร จังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2564. จันทบุรี : สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดจันทบุรี.

- สุจิตรา ศรีเมืองบุญ, ไกรจิต สุตะเมือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2557). **ปัจจัยทางด้านการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการโฮมโปรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- สุวรรณ เลียงหิรัญถาวร. (2556). **การศึกษาสภาพการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธ์ พัฒนา จำกัด.
- _____. (2542). **กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและโซเท็กซ์ การพิมพ์.
- อนงลักษณ์ อินดาวง. (2561). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญของบุคลากร มหาวิทยาลัยแม่โจ้**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อนุวัฒน์ รักษ์ทอง. (2562). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของชนเคอกรสิทธิ์ไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแจ้งวัฒนะ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2548). **สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อังคณาภรณ์ สิงโต และพิทักษ์ ชูมงคล. (2564). **ปัจจัยพยากรณ์การจดจำตราสินค้าที่เป็นผู้สนับสนุนกีฬาอีสปอร์ตของนักเล่นเกมออนไลน์**. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อารณี ทองเจริญสุขชัย. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ: กรณีเปรียบเทียบช่วงอายุของกลุ่มผู้ซื้อ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิสยาภรณ์ กุลอภิสิทธิ์เสนา. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำประกันสุขภาพตามหลักพุทธธรรมของพระสงฆ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- เอกพงศ์ เกยงค์. (2560). “การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง,” **วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข**. 11 (1) : 118 - 126.
- Andrews, J.C. and Shimp, T.A. (2017). **Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications**. Boston : Cengage Learning.
- Asadi, A. and Hedayati Biland, M. (2019). “The Impact of Insurance Services Quality on the Intention to Buy Universal Life Insurance considering the Mediating Role of Previous Buying Experiences in an Insurance Company,” **Iranian Journal of Insurance Research**. 34 (2) : 72 - 87.
- Belch, G.E. and Belch, M.A. (2004). **Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective**. 6th. New York : McGraw-Hill.
- Brand, M., Wegmann, E., Stark, R., Müller, A., Wölfling, K., Robbins, T.W., and Potenza, M.N. (2019). “The Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) Model for Addictive Behaviors : Update, Generalization to Addictive Behaviors Beyond Internet-

- use Disorders, and Specification of the Process Character of Addictive Behaviors,” **Neuroscience & Biobehavioral Reviews**. 104 (1) : 1 - 10.
- Brannan, P.A. (1995). “Missouri v. Jenkins: The Supreme Court Reconsiders School Desegregation in Kansas City, Criteria for Unitary Status, and Remedies Reaching Beyond School District Lines,” **Howard LJ**. 39, 33.
- Copley, P. (2007). **Marketing Communications Management**. London : Routledge.
- David, S., and Martina, R. (2011). Marketing Communications Mix of Universities-Communication with Students in an Increasing Competitive University Environment,” **Journal of Competitiveness**. 3 (1) : 58 - 71.
- Egan, J. (2007). Conceptualization and Measurement of Multidimensionality of Integrated Marketing Communications,” **Journal of Advertising Research**. 47 (3) : 31 - 33.
- Fill, C. and Turnbull, S.L. (2016). **Marketing Communications: Brands, Experiences and Participation**. Canada : Pearson.
- Holm, O. (2006). “Integrated Marketing Communication: from Tactics to Strategy,” **Corporate Communications: An International Journal**. 11 (1) : 23 - 33.
- Kitchen, P.J. and Burgmann, I. (2010). “Integrated Marketing Communication,” **Wiley International Encyclopedia of Marketing**. (Online). Available : <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781444316568.wiem04001/full>.
- Kitchen, P.J. and Schultz, D.E. (2000). “A Response to ‘Theoretical Concept or Management Fashion,’” **Journal of Advertising Research**. 40 (5) : 17 - 23.
- Kliatchko, J. (2005). “Towards a New Definition of Integrated Marketing Communications (IMC),” **International Journal of Advertising**. 24 (1) : 7 - 34.
- Kotler, P. (2003). **Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know**. New York : John Wiley & Sons.
- Kotler, P. (2012). **Kotler on marketing**. New Jersey : Prentice Hall.
- Lane Keller, K. (2001). **Mastering the Marketing Communications Mix: Micro and Macro Perspectives on Integrated Marketing Communication Programs**. New Jersey : Prentice Hall.
- LI ZHEN. (2017). “Marketing by, for and of the Project: Project Marketing by Three Types of Organizations,” **International Journal of Managing Projects in Business**. 10 (4) : 36.
- Mulhern, F. (2013). “Redefining Neuro Marketing as an Integrated Science of Influence,” **Frontiers in Human Neuroscience**. 8 (1) : 1073.
- Porcu, L., del Barrio-García, S., Kitchen, P.J. and Tourky, M. (2012). “The Antecedent Role of a Collaborative vs. a Controlling Corporate Culture on Firm-wide Integrated Marketing

- Communication and Brand Performance,” **Journal of Business Research**. 119 (1) : 435 - 443.
- Reid, M., Luxton, S. and Mavondo, F. (2005). “The Relationship between Integrated Marketing Communication, Market Orientation, and Brand Orientation,” **Journal of Advertising**. 34 (4) : 11 - 33.
- Robert, N. Bostrom. (1984). **Communication Yearbook 7**. Bostrom, Robert N.(editor). Beverly Hills, CA : Sage Publications.
- Russell, J.T. and Lane, W.R. (2002). **Kleppner’s Advertising Procedure**. 15 th ed. New Jersey : Prentice Hall.
- Shapiro-Mendoza, C.K., Bombard, J.M., Kortsmitt, K., Warner, L., Cox, S., Kroelinger, C.D., and Barfield, W.D. (2015). “Vital signs: Trends and Disparities in Infant Safe Sleep Practices—United States, 2009–2015,” **Morbidity and Mortality Weekly Report**. 67 (1) : 39.
- Smith, P.R. and Zook, Z., (2011). **Marketing Communications: Offline and Online Integration, Engagement and Analytics**. New York : Kogan Page Publishers.
- Smith, T.A. (2019). “The Role of Customer Personality in Satisfaction, Attitude-to-brand and Loyalty in Mobile Services,” **Spanish Journal of Marketing-ESIC**. 24 (2) : 155 - 175.
- Yamane. (1967). **Taro Statistic: An Introductory Analysis**. New York : Harper & row.
- Yeshin, T. (2012). The Integration of Marketing Communications. In **The Marketing Book** (pp. 36). London : Routledge.