



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางบก จังหวัดจันทบุรี. (2565). จำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่จดทะเบียนสะสมใน
จังหวัดจันทบุรี ณ วันที่ 31 พฤศจิกายน 2565. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
<http://www.dlt.go.th/site/chanthaburi>. 3 ธันวาคม 2566.
- กัลณพัฒน์ รัศมีเมฆินทร์. (2563). **MD ชี้อะการธุรกิจ = Making decisions effectively**. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์ ไอ เอ็ม บุ๊คส์ จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2551). การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่อง การสื่อสารชุมชน. กรุงเทพฯ :
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ฉันทวัน ทามณี. (2564). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อ
ความตั้งใจซื้อวิดีโอเกมรูปแบบดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ (ปริญญาการ
จัดการมหาบัณฑิต) วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จังหวัดจันทบุรี. (2565). จำนวนประชากรและบ้าน จำแนกเป็นรายอำเภอ และรายตำบล จังหวัด
จันทบุรี ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/14.htm>.
30 ธันวาคม 2565.
- จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์. (2545). ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน.
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยพศ รื่นมถ. (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ ใน
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณรงค์รัฐ ร่วมพรภาณุ. (2562). อิทธิพลของการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) ต่อการ
ตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ในเขต กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา เกม Dota 2 และ
League of Legends . การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทรงยศ ชูราสี. (2563). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการซื้อซ้ำ
สินค้าและบริการของศูนย์บริการรถยนต์ ABC . งานนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ชนพัทธ์ เอมะบุตร. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชน
ในกรุงเทพมหานครปี 2558. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.
- นชกฤต วันตะเม็ล. (2557). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นันทสารี สุขโต. (2555). การตลาดระดับโลก. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด. (2565). ประวัติความเป็นมา. (ออนไลน์).
แหล่งที่มา : <https://www.honda.co.th>. 16 กันยายน 2565.
- บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. (2565). ข้อมูลบริษัท. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
<https://www.toyota.co.th>. 16 กันยายน 2565.
- บริษัท ค็อกพิท. (2565). ประวัติความเป็นมาศูนย์บริการยางรถยนต์ ค็อกพิท. (ออนไลน์).
แหล่งที่มา : <https://www.cockpit.co.th>. 16 กันยายน 2565.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ. (2562). การรับรู้กับพฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 9. ใน เอกสารชุดวิชา
พฤติกรรมผู้บริโภค. หน่วยที่ 1-8 นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปวิณ ภิรมย์ทอง. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเช่าพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค
ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พนิดา ทองคัน. (2563). ความน่าเชื่อถือกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการศูนย์บริการยางยนต์ของ
ลูกค้าในเขตจังหวัด ร้อยเอ็ด. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัย
ราชภัฏร้อยเอ็ด.
- พรสุดา ปานเกษม. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ
เลือกใช้ศูนย์บริการยางรถยนต์ : กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.
- พรสุมิตร เขียมบุญศรี. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ Mitsu
Auto Art. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิชา อุ่มบางตลาด. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแพคเกจเติมเงินเกมออนไลน์.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริกุล สุขจะนิวาสน์. (2562). ปัญหาภาษีอากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการยางรถยนต์ในเขตอำเภอ
เมืองเชียงใหม่. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ศิรินาถ สุขภาพ. (2564). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้อู่ซ่อมรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2561). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิสิทธิ์วัฒนา.
- ศุภกิตต์ โพธิ์สุวรรณ. (2562). “การสร้างการรับรู้ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลให้เป็นที่จดจำของผู้ชม”. **วารสารร่วมพฤษภมหาวิทยาลัยเกริก.** 34(4) : 79 - 98.
- วิเชียร วงศ์ณิชากุล. (2561). **การบริหารการส่งเสริมการตลาด.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมจิตร ล้วนจำริณู. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมชาย ชลารักษ์. (2563). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อมุมมองในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคลังจังหวัดจันทบุรี. (2565). **รายงานสถานะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดจันทบุรี ประจำเดือนมิถุนายน 2565.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.oic.go.th> 25 กรกฎาคม 2565.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2561). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อร้านหนังสือออนไลน์.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/984>. 30 พฤศจิกายน 2565.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการค้าปลีกการตลาด.** กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธิ์. พัฒนาจำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2562). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- โสภณ สุดสาหร่าย. (2564). **ปัจจัยการเลือกเข้าสู่ศูนย์บริการรถยนต์ที่ไม่เป็นผู้แทนจำหน่ายของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อนุวัฒน์ รัชทอง. (2562). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี.** การศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อนันต์ จันทร์พริ้ม. (2560). **การรับรู้คุณภาพการบริการของศูนย์ยางบางพลีของลูกค้า.** (การศึกษานเฉพาะบุคคล ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- อานนท์ เชื้อชาญกิจการ. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ศูนย์บริการยางรถยนต์ในจังหวัดระยอง**. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2548). **ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในการบริหารจัดการชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง**. ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2019). **Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated**. Marketing Communications: Cengage Learning.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). **Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (9th ed.)**. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Broderick, A., & Pickton, D. (2016). **Integrated Marketing Communications (2nd ed.)**. Harlow : Prentice Hall.
- Delozier, M.W. (1976). **The Marketing Communications Process**. New York: Met-Raw-Hill Book Company.
- Eliane Pereira et al. (2007). “Customer choice of a car maintenance service provider: A model to identify the service attributes that determine choice. International.” **Journal of Operations & Production Management**. 27 (5) : 464 - 81.
- Eliane Pereira Zamith Brito Ricardo Luís Beneduzzi Aguilar and L. Brito Luiz Artur. (2021). “Customer choice of a car maintenance service provider: A model to identify the service attributes that determine choice”. **International Journal of Operations & Production Management**. 27(5) : 464 - 81
- H.A. Simon. (2020). **Administrative Behavior (Vol. 3rd ed)**. New York: The free Press.
- John W. Best. (1977). **Research in Education (3rd ed.)**. New Jersey: Prentice Hall, Inc
- Kliatchko, J. (2021). “Towards a new definition of integrated marketing communications (IMC)”. **International Journal of Advertising**. 24(1) : 7 - 34.
- Kotler P. and Armstrong G. (2022). **Principles of Marketing**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler Philip. (2003). **Marketing Management. 11th ed. Upper Saddle River**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1999). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. 9th Edition, Prentice Hall College Inc.

- Lovelock C. and Wright L. (2019). **Service marketing**. New Jersey: Prentice Hall.
- McArthur, D.N. and Griffin, T. (2019). “A Marketing Management View of Integrated Marketing Communication”. **Journal of Advertising Research**. 37(5) : 19 – 26.
- Olga Godlevskaja Jos van Iwaarden and Ton van der Wiele. (2021). Moving from product-based to service-based business strategies: Services categorisation schemes for the automotive industry. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 28(1), 62-94
- R. Thaler. (1980). “Toward a positive theory of consumer choice”. **Journal of Economic Behavior and Organization**. 3(2) : 39 - 60.
- Robert N. Bostrom. (1984). **Competence in communication**. SAGE Publications Ltd.,
- Smith. P. R.. & Zook. Z. (2018). **Marketing communications: Integrating offline and online with social media (5th ed.)**. Philadelphia: Kogan Page Limited.
- Yamane Taro. (1967). **Statistics: An Introductory Analysis**, 2nd Edition, New York: Harper and Row. has been cited by the following article:

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี