



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กนกพร พิทักษ์รุ่งเรือง. (2559). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริการธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กนกพรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). บทวิเคราะห์ธุรกิจ ธุรกิจซักอบรีด ประจำเดือนตุลาคม 2562. https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201910.pdf.
- กฤษมันต์ วัฒนานรงค์. (2536). เทคโนโลยีเทคนิคศึกษา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กัลยา จยศิริรัตน์. (2550). หลักการสื่อสารการตลาด. ออลบุ๊คส์พับลิชชิง.
- กฤษณลี รื่นรมย์. (2558). การวิจัยการตลาด. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิษฐา เชื้ออุทัย. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมในจังหวัดบุรีรัมย์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จันทร์จิรา นันตีสู้. (2560). อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดและภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีต่อคุณค่าตราสินค้า. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จันทร์วิทย์ อัครเมธานนท์. (2558). การวิเคราะห์รูปแบบและเส้นทางสู่กระบวนการสร้างแบรนด์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาภาคธุรกิจบริการซึ่งได้รับรางวัล Best Brand Awards ปี 2007 ในประเทศไทย. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- จิตรานุก ฟุ่นเตย. (2564). คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักในเขตจังหวัดสุโขทัย. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- จินตนา บุญบงการ และณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2549). การจัดการเชิงกลยุทธ์. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฉกาจ ชลายุทธ. (2559). 5 วิธีเปลี่ยนแฟนในแฟนเพจให้เป็นลูกค้าขึ้นมา. <https://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/5-way-to-change-fan-infanpage-to-customer/>.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชนะชัย เจนอักษร (2565). จากเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญสู่บริการสะดวกซัก. สำนักเจรจาการค้าบริการและการลงทุน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.

- ชนาธิป แก้วบ้านดอน. (2557). ความหมาย หลักการ ทฤษฎีการเผยแพร่ข่าวสาร. <https://www.gotoknow.org>.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2561). ชักผ้าหยอดเหรียญ 24 ชั่วโมงโดนในคนเมือง. <https://www.thansettakij.com/business/266972>.
- ฐิติกร บุญเรือง. (2564). ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภค ในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณฐมน กัสปะ และฐิตารีย์ ศิริมงคล. (2563). ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (เฟสบุ๊ก) ของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 11(1), 100-114.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2556). การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ฉบับปรับปรุงใหม่). ซีเอ็ดดูเคชั่น
- ธนภัทร ศรีบุญเรือง. (2564). นวัตกรรมสื่อยุคปัจจุบัน สู่ช่องทางการตลาดยุคใหม่ ผ่าน TikTok. <https://www.thansettakij.com/blogs/columnist/502371>.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2549). คลื่นความคิด : การสื่อสารตราสินค้า (Brand Communication). มติชนรายวัน. ปีที่ 29 ฉบับที่ 10265.
- _____ . (2544). กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร. บริษัททิปปิง พอยท์.
- นที จันทุมมา. (2563). การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์: กรณีศึกษาตราสินค้าแม่ ประนอม. สารนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นาริส. (2562). วิเคราะห์ ตลาด “สะดวกซื้อ” มูลค่า 400-500 ล้านบาท ทำไมมาแรงในไทยและยังโตเรื่อย ๆ. <https://marketeeronline.co-m/archives/120309>.
- นิชาวดี ตานีเหิง. (2562). การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผลิตภัณฑ์จักสานจากเตยหนามสู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ภายใต้แนวคิดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ชุมชนพวงบูโล๊ะ ตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. รายงานวิจัยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2543). นวัตกรรมทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 5). RS Printing.
- บุริม โอทกานนท์. (2555). “4 C's การตลาดปฎิวัติ”. <https://inside.com>.
- ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. (2547). การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด. แพคอินเตอร์กรุ๊ป.
- ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2560). BRANDING 4.0. (พิมพ์ครั้งที่ 8). อมรินทร์ฮาวทูมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- พรพรรณ พิทยบำรุง. (2562). การศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมการบอกต่อ (World of Mouth) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาแบรนด์แอปเปิล (Apple). สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรพลย์ ประเสริฐวุฒินา. (2559). รูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อการสร้างแบรนด์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ กรณีศึกษากลุ่มเกษตรอินทรีย์ไร้รังสี. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัทธ์พงษ์ วัฒนสินธุ์ (2541). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พันธุ์อาจ ชัยรัตน์. (2547). *บทนำเบื้องต้นของการจัดการนวัตกรรม*. ใน การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ : สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- พิภพ วังเงิน. (2547). *พฤติกรรมองค์กร*. รวมสาสน์.
- พิมลวรรณ ชิวเกรียงไกร. (2564). “ลอนดรีบาร์” จับมือแบงก์บัวหลวง จัดดอกเบี้ยวพิเศษ เพิ่มทางเลือกให้ผู้ลงทุนแฟรนไชส์. <https://www.brandage.com/article/23603>.
- พุทธิ วรชาติ. (2564). *แผนธุรกิจร้านสะดวกซัก 24 ชั่วโมง ภายใต้แบรนด์ “One for All Laundry”*. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4260/1/TP%20BM.074%202564.pdf>.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2551). *บันทึกความสำเร็จธุรกิจดอทคอม e-Commerce Success Case Study*. มุมมองการตลาดและกรณีศึกษาเว็บไซต์ไทย. พงษ์วารินการพิมพ์.
- ลออรัตน์ สุขสุแพทย์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญของบริษัทเค-เน็กซ์คอร์ปอเรชั่น จำกัด ภายใต้แบรนด์ “อ็อตเทรีวอช แอนด์ดราย”(otteri wash and dry) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-3-1_1564739694.pdf.
- วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2561). *หลักการจัดการการสื่อสารองค์กร*. (เอกสารประกอบการเรียนการสอน วิชา วจ.603). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรกานต์ เชื้อสำราญ. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซัก และความพึงพอใจในการใช้บริการร้านสะดวกซัก (Laundromat) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วรรณ วิทยานุกุล. (2564). *การตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซักของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยรามคาแหง.
- วรางคณา ผลประเสริฐ. (2554). *แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรินทร์ชญา ภูติพรสวัสดิ์ และมนตรี ศรีราชเลา. (2562). *ธุรกิจซักผ้าด้วยเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ เพื่อลูกค้าพัฒนาธรรมการใช้และการรับบริการในจังหวัดนครราชสีมา*. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*. 8(1), 288-298.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). *หลักการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์ มาร์เก็ตติ้งมูฟ จำกัด.
- วิรัช ลภิตานุกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ*. (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่). (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- วิรัตน์ เตะชนะนิติศัย (2562). *กลยุทธ์การตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ ร้านกาแฟพรีเมียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand management*. เลิฟ แอนด์ลิฟ.
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2551). *สร้างแบรนด์อย่างพอเพียง*. ผู้จัดการรายสัปดาห์.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). *ทฤษฎีการตลาดแบบดั้งเดิม*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุงใหม่)*. ธรรมสาร.
- _____. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์ บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กจำกัด.
- _____. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (Marketing management) ฉบับปรับปรุงใหม่* ปี 2552. ธรรมสาร.
- _____. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน*. ธรรมสาร.
- ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. (2563). ทฤษฎีด้านนวัตกรรม. *วารสารเซนต์จอห์น*, 251-265.
- สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, สุวินัย ต่อศิริสุข, และอดุลย์ สาวนายน. (2545). *ยุทธวิธีการแข่งขัน*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2546). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). บริษัทอัมรินทร์พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). *Service Marketing*. NUT REPUBLIC.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2551). *การจัดการ : จากมุมมองของนักบริหาร*. จี.พี.ไซเบอร์พรินท์.
- สุกรี กีโร. (2565). “อัลไลแอนซ์ ลอนดรี” ยักษ์เครื่องซักผ้าโลก รุกหนักไทย ส่งสินค้าเจาะร้านสะดวกซักทุกอำเภอ โยกยอด 4.8 พันลบ. <https://moneyandbanking.co.th/2023/21312/>.
- สุชาติ พลาชัยภิรมย์ศิลป์. (2554). แนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน. *วารสารนักบริหาร (Executive Journal)*. 31(4), 110-115.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2540). *หลักการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). ประกายพริก.
- _____. (2543). *หลักการตลาด*. ประกายพริก.
- สุภานัน ศิริสกุลวัฒน์. (2565). อิทธิพลคุณค่าของตราสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด (4C) และการสื่อสารแบบปากต่อปากส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อซ้ำอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งผ่านออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์ และปรีชา สวน. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการใช้บริการร้านสะดวกซักของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ปี 2563 (หน้า 672 – 682). กรุงเทพฯ ประเทศไทย.
- _____. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการใช้บริการร้านสะดวกซักของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยรังสิต ปี 2563 (หน้า 672 – 682). กรุงเทพฯ ประเทศไทย.
- เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์. (2565). *อยากเป็นเจ้าของ แพรนไชส์ร้านสะดวกซัก รวมมาให้แล้ว แปรนต์* ดึงนำลงทุน. https://www.sentangsedtee.com/exclusive/article_205626.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. ซีระฟิล์มและไซเท็ก.
- เสรีวงษ์ มณฑา และชัชณะ เตชคณา. (2550). *ลุ่มลึกกับแบรนด์*. ฐานบุ๊คส์.
- อริสรา ไวยเจริญ. (2555). รูปแบบการโฆษณาสินค้าประเภท FMCG บนสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ กรุงเทพฯ.

- เอกสิทธิ์ อุ๋ขนุ และประภัสสร วิเศษประภา. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องซักผ้าและอบผ้าแบบหยอดเหรียญของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of Brand Name*. The Free Press, New York.
- _____. (1996). Measuring Brand Equity across Products and Markets. *California Management Review*, 38, 102-120.
- Abbass, F. (2003). *Strategic Management Formulation, Implementation, and Control in a Dynamic Environment*. Haworth Press.
- Armstrong & Kotler. (2009). *Marketing an introduction*. (9th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Auken. (2002). *The Brand Checklist*. Kogan Page.
- Barwise. (1991). *Why Do People Drive to Shop? Future Travel and Telecommunications Tradeoffs*. Institute of Transportation Studies, University of California, Irvine.
- Belch & Belch. (1993). *Introduction to advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. (2nd ed.). Richard D. Irwin.
- _____. (1998). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. (4th ed). McGraw-Hill.
- Boone, L. E. & Kurtz, D. L. (1995). *Contemporary Marketing*. (8th ed.). The Dryden Press.
- Bovee, C. L., Houston, M. J., & Thrill, J. V. (1995). *Marketing*. (2th ed). McGraw-Hall.
- Dolak, D. (2003). *Building a strong brand: Brands and Branding Basics*.
<http://www.davedolak.com/articles/dolak4.htm>.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). *Marketing*. (14th ed.). McGraw-Hill.
- Evens & Berman. (1997). *Marketing*. (7th ed). Prentice-Hall, Inc.
- Hootsuite และ We are social. (2563). *digital Thailand 2020: สรุป 30 สถิติดิจิทัลของคนไทย ประจำปี 2020*. https://library.coj.go.th/pdfview.html?fid=11183&table=files_biblio.
- Keller, K. L. (1998) *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall, Upper Saddle River.
- _____. (2003). Understanding Brands, Branding and Brand Equity. *Interactive Marketing*, 5, 7-20.
- _____. (2013). *Strategic Brand Management Building Measuring, and Managing Brand Equity*. (4th ed.). Pearson Education.
- Kotler and Keller, K. L. (2005). *Marketing Management*. (12th Edition). Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ.
- _____. (2009). *Marketing management*. (13th end). Pearson Education Inc.,

- Kotler. (1993). *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*. (7th Edition). Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- _____. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control*. (5 th ed). Prentice Hall.
- _____. (2010). *Marketing management*. (12 th ed.). Dorling Kindersley Pvt.
- Lamb, Hair, & McDaniel. (1992). *Principles of Marketing*. South-Western Arbitrating Co., Mason.
- Payne, A. (1993). *The Essence of Services Marketing. The Essence of Management Series*. Prentice Hall.
- Pearce and Robison. (2009). *Strategic Management, Formulation, Implementation and Control*. (11th Edition). McGraw-Hill International.
- Pitts, R. A., & Lei, D. (2000). *Strategic management building and sustaining competitive advantage*. Southern Methodist University.
- Robbins, S. P. & Coulter, M. (2002). *Management*. (7th ed). Prentice-Hall.
- Russell, T., & Lane, D. (1996). Advertising and the marketplace: A content analysis of advertising's image. *Journal of Business Research*, 35(3), 203-213.
- Schermerhorn, J. R. Jr. (2002). *Management*. (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Think With Google. (2563). คนไทยกำลังดูอะไรบนออนไลน์: YouTube มีสิ่งที่ตอบโจทย์สำหรับทุกคน. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/th-th/consumer-insights/consumer-trends/there-something-everyone-what-are-thais-watching-online/>.
- Thumb sup. (2020). 10 สถิติของ Youtube ที่นักการตลาดควรรู้ในปี 2020. <https://www.thumbsup.in.th/10-stat-youtube-for-marketer>.
- Vanauken. (2002). *The brand management checklist : Proven tools and techniques for creating winning brands*. Kogan Page.
- Walton. (2008). Proleptic Argumentation. *Argumentation and Advocacy*, 44(3), 143.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2006). *Strategic Management and Business Policy*. (10th ed). Pearson Prentice Hall.
- Wikipedia. (2021). *Self-service Laundry*. https://en.wikipedia.org/wiki/Self-service_laundry.
- Zeithaml, V. & Bitner, M. (2000). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm*. (2 ed.). McGraw-Hill.