บรรณานุกรม

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2545). **ความรู้เกี่ยวกับสื่อมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาหนังสือกรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา และคณะ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วังอักษร.

กัลยกร วรกุลวลัภฐานีย์ และคณะ. (2551). **การโฆษณาเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.

กิติมา สุรสนธิ. (2541). **ความรู้ทางการสื่อสาร**.คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กุลธิดา เอื้อมลฉัตร. (2545). **ทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จิณพงษ์ สิทธิรักษ์. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าเฉพาะของลูกค้าห้างบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ในจังหวัดอุบลราชธานี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.

ฉัตยาพร เสมอใจ และคณะ. (2551). **หลักการตลาด** Principle of Marketing. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.

ชูชัย สมิทธิไกร. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

_____.(2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____.(2556). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ญาณัญญา ศิรภัทร์ธาดา. (2549). **การพัฒนาพฤติกรรมการเรียนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาในการเรียนวิชาหลักการตลาด โดยการสอนแบบมีส่วนร่วม (Active Learning)**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยสวนสุนันทา.

ดารา ทีปะปาล และคณะ. (2553). **การสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

ทรงยศ คันธมานนท์. (2560). **เปิดเทรนช้อปปิ้ง**.(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://shopee.co.th/. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2560.

เทเรนซ์ แพง. (2560). **เปิดเทรนด์ช้อปปิ้ง แอพฯ Shopee&Shappy**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.aripfan.com/. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2560.

ธัชมน ศรีแก่นจันทร์.(2554). **สื่อสารมวลชนเพื่อการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธาตรี ใต้ฟ้าพูล. (2553). **เอกสารประกอบการสอนวิชาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2550). **การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเชิงปฏิบัติการ**. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพอยท์ จำกัด.

นธกฤต วันต๊ะเมล์. (2555). **การสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นภาวรรณ คณานุรักษ์. (2556). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.

นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2556). **การจัดการการตลาด**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นรวรรณ บริสุทธิ์. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีวีแอลการพิมพ์ จำกัด.

นสินภัสร์ ปรวัฒน์ปรียากร. (2560). **สูตรพ.GCochran**. (ออนไลน์).เข้าถึงได้จาก: http://vwww.it.kmutnb.ac.th/. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม2560.

นันทสาร สุขโตและคณะ. (2555). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

บงกช รัตนปรีดากุล. (2553). **อิทธิพลของทัศนคติและบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้น**. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปณิคา มีจินดา. (2553). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เหรียญบุญการพิมพ์.

ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผ่อนนภา คงวิจิตร์ และคณะ. (2551). **ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในไฮเปอร์มาร์เก็ตกรณีศึกษา : เทสโก้โลตัส สาขาลาดพร้าว-ถนนพหลโยธินและบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาสะพานควาย**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ. พิษณุโลก: มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยนเรศวร.

ผุสดี วัฒนสาคร. (2553). **การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ**.กรุงเทพฯ: โครงการสวนดุสิต กราฟพิคไซท์.

พิชญธิดา ลิ้มสวัสดิวงศ์. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. (2558). **การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE)**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ยุทธิพงศ์ แซ่จิว. (2555). **การสื่อสารตราสินค้าบุคคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนดังข้ามคืน**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2554). **การตลาดบริการ**. (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ราช ศิริวัฒน์. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://doctemple.wordpress.com/. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2560.

ฤดีพร ผ่องสุภาพ. (2551). **การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วงหทัย ตันชีวะวงศ์. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โมบายแอพพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วราพร ไตรทศพร. (2550). **พฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ. (2554). **หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพฯ: เพียรสัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ. (2552). **ธุรกิจค้าปลีก**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2556). **หลักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่9). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิมลศรี แสนสุข และคณะ. (ม.ป.ป.). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

วิเชียร วงศ์วาณิชชากุล. (2550). **การบริหารการส่งเสริมการตลาด** (Promotion Management). (พิมพ์ครั้งที่ 7).ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศรัญญา รัตนจงกล. (2554). **กลยุทธ์การสื่อสารด้านการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์** (Social media) **ของธุรกิจอาคารชุด: กรณีศึกษา บริษัท แสนสิริจำกัด (มหาชน) และ บริษัท เอเซี่ยน พร็อพเพอร์ตี้ดีเวลลอปเม้นท์จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัทดวง กมลสมัยจำกัด.

_____. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพ: บริษัทธีรฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546).**การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2551). **โครงการศึกษาระบบตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า**.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมาคมธุรกิจอินเทอร์เน็ตไทย. (2559).**E-commerce คืออะไร**.(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.atii.th.org/. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2560.

สัจจา ไกรศรรัตน์.(2553). **หลักการสื่อสารการตลาดCA5106**. ราชบุรี: โครงการสนับสนุนการผลิตเอกสารตำราคุณภาพมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). **มูลค่าอีคอมเมิร์ซไทย ปี 59 และคาดการณ์มูลค่า ปี 60**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.etda.or.th/. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2560.

สุชา จันทร์เอม. (2544). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

สุณีรัตน์ จิรเกรียงไกร. (2551). **การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินวิโรฒ.

สุดาพร กุณฑลบุตร. (2552). **หลักการตลาด (สมัยใหม่)**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.

สุภมาส ธาดาธนวงศ์. (2550). **ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อร้านค้าประเภทเคานท์โสตร์"เทสโก้โลตัส" สาขาพระราม 3**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินวิโรฒ.

สิทธิ์ ธีรสรณ์. (2552). **การสื่อสารการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____.(2555). **การสื่อสารการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพิทย์ กาญจนพันธ์. (2550). **รวมศัพท์เทคโนโลยีและสื่อสารเพื่อการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สุรางค์ โค้วตระกูล.(2541). **จิตวิทยาทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวิมล แม้นจริง และคณะ. (2550). **การส่งเสริมการตลาด การสื่อสารการตลาด แบบผสม**. กรุงเทพฯ: บริษัท ทริปเพิ้ล กรุ๊ป จำกัด.

เสรี วงษ์มณฑา. (2546). **หลักการโฆษณา**.กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

_____.(2547). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสารจำกัด.

_____.(2550). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

องอาจ ปทะวานิช. (2550). **การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย**. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

อมรพรรณ อินทร์ตัะสืบ. (2556). **การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่ส่งผลต่อการตลาดเชิงบูรณาการและส่วนประสมทางการตลาดของผู้ซื้อคอนโดมิเนียม**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเนชั่น.

_____.(2557).**การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมที่ส่งผลต่อ การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและส่วนประสมทางการตลาด**. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต.

อาภาภรณ์ วัธนกุล.(2555). **ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านองค์ประกอบเว็บไซต์ 7'C และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย**. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เอกณรงค์ วรสีหะ. (2552). **การวิจัยเพื่อการโฆษณา**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด วี.เจ. พริ้นติ้ง.

Armstrong and Kotler. (2009).**Marketing: An introduction (9th ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Chun-Chen,K. (2008). **A study of the relationship between UK consumers' purchase intention and store brand food products-take Nottingham city consumers for example**. Master dissertation: the Nottingh University.

Duncan. (2008). **Principles of Advertising &.IMC**. (2nd ed.). New York: McGaw-Hill/Irwin.

Etzel, walker and Stanton. (2007). **Marketing**. (12th ed).Boston: McGraw-Hill.

Gupta S. (2009). **Contingencies in The Effects of Pay Rage on OrganizationalEffectiveness**. Personnel Psychology. 62(3): 497-531.

Hawkins and Mothersbaugh. (2010). **Consumer Behavior Building marketing strategy**. New York: McGraw-Hill.

Kollat & Blackwell.(1996). **Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control**. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

Kotler Philip&Armstrong. (2000). **Marketing management**. (10th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Gary. (2012). **Principles at Marketing**. New York: Pearson Hall.

Kotler. (1997). **Marketing Management. : Analysis planning implementation and control**. (5th ed).Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Lamb et al. (2008). **Introduction to Marketing**. (9th ed.) China: Thomson/South-Western.

Moriarty et al. (2009). **Advertising: Principles &Practice**, (8th ed). Upper Saddle River, NewJessy: Pearson Premtice.

Philip Kotler. (1997). **Marketing Management**, analysis, planning, implementation and control. (7th Ed). EnglewoodCliffs: PranticeHall.

Schiffman & Kanuk. (2000). **Consumer Behavior**. NJ: Pearson Prentice Hall.

Shimp. (2000). **Advertising &promotion: supplemental aspects of integrated marketing communications**. Boston, MA: Thomson South - Western.

Tarrance. (1962). **Guiding creative talent**. New Jersey: Prentice Hall.