

บรรณานุกรม

- โกวิท กังสนันท์. (2549). **กระบวนการตัดสินใจด้านการบริหารและกรอบความคิดทั่วไป**.
กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิฎาดา แก้วแทน. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จิตาภา ทัดหอม. (2560). **การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้ประกอบการออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ซีพี ออลล์. (2554). **การเติบโตของเฟซบุ๊กในประเทศไทย**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<https://www.cpall.co.th>.
- ธนพร แต่งขาว. (2541). **พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**.
กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปริญญา ลักษิตานนท์. (2536). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อติสันเพรสโปรดักส์.
- ปิยมภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิศุทธิ อุปลัมภ์ และนิตนา ฐานิตธนกร. (2557). **ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์**. ใน การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 4. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ระวี แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสาโล. (2556). **เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟซบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน**. Princess of Naradhiwas University Journal, 5 (4), 195-205.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วชิรวรรณ งามละม่อม. (2558). **แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blogpost_11.html.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). **ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.** กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- _____. ปริญุ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. (2541). **การวิจัยธุรกิจ.** กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- _____. ปริญุ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- _____. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: วิสิตย์พัฒนา.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- สุทธิชัย เกศยานนท์. (2559). **การนำเสนอตัวตนต่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคม ประสบการณ์ที่ดี และการสื่อสารระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2551). **นวัตกรรมไตรมาสแรกและการสื่อสารเปลี่ยนวิถีโลก.** *วารสาร กทช*, 8, 13-8.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2549). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Duhe, S. C. (2007). **New media and public relations.** Michigan: The University of Michigan.
- Kapook. (2561). **แฟนเพจเฟซบุ๊ก.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://fbguide.kapook.com/howto/fan_page.php.
- _____. (2561). **วิธีการสมัครและการทำงานอินสตาแกรม.** (ออนไลน์). เข้าถึงข้อมูลได้จาก: <https://instagram.kapook.com/view58993.html>.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control** (14th Global ed.). Upper Saddle River. New Jersey: Prentice-Hall.
- _____. (2000). **Marketing management** (10th ed.). New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (1994). **Consumer behavior** (5th ed.). New Jersey: Prentice – Hall, Inc.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Walters, C.G. (1978). *Consumer behavior* (3rd ed.). Homewood illonois: Richard D.Irwin, Inc.

Wikipedia. (2561). **อินสตาแกรม**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.th.wikipedia.org/wiki>.

Zocialrank. (2561). **การใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คในประเทศไทย โดยแบ่งจากแอปพลิเคชันที่
เข้าโซเชียลเน็ตเวิร์คของคนไทย**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.zocialrank.com>.

_____. (2561). **การเติบโตของเฟซบุ๊กในประเทศไทย**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.zocialrank.com>.

_____. (2561). **สถิติการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คของคนไทย ปี 2560**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.zocialrank.com>.