

## บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสอนศรี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอชัยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. คณะเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิติมา สุนสนธิ. (2541). ความรู้ทางการสื่อสาร . กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กองข้อมูลธุรกิจ. (2559). ค้นวันที่ 10 มกราคม 2560 สืบค้นจาก [http://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2559/T26/T26\\_201603.pdf](http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201603.pdf)
- ชนิษฐา สุขสบาย. (2556). รูปแบบการสื่อสารการตลาดบิวตี้บล็อกเกอร์บนสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ข้อดีและข้อเสีย ของ facebook. (2557). ค้นวันที่ 10 มกราคม 2560 สืบค้นจาก <http://www.nightsiam.com/forum/ Index.php?topic=348.7.0>.
- ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง. (2521). ประชากรศึกษาและประชากรศาสตร์ . กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ฐานทัศน์ ชมภูพล (2554 ). การเปิดรับการสาธิตการใช้เครื่องสำอางผ่านสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้หญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธันต์ชนก สิทธิพันธ์. (2558). การเปิดรับสื่อและทัศนคติของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์ ประเภทผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่มีต่อการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมารับรองสินค้าผ่านอินสตาแกรม. การค้นคว้าอิสระปริญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2543). วิจัยวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: พี.เอ็น.การพิมพ์.
- ปณิชา นิติพรมงคล. (2554). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ปริญญา จเรวัชต์ และคณะ. (2546). ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ผลิตและผู้ใช้เสปียงสัตว์ จังหวัดสุพรรณบุรีรายงานวิจัยในการฝึกอบรมหลักสูตร พัฒนานักวิจัยกรมปศุสัตว์เบื้องต้น รุ่นที่ 1 กรมปศุสัตว์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- แผนพัฒนาสามปี (2559-2561). เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด อำเภอเมืองร้อยเอ็ด, จังหวัดร้อยเอ็ด.

ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559) , Branding 4.0. กรุงเทพฯ: Amarin HOW-TO.

พัชรา อร่ามศรี. (2558) , กลยุทธ์การตลาดผ่านผู้มีอิทธิพล (Net Idol) ทางสังคมออนไลน์.

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร  
แพรว ไกรฤกษ์ (2558) . อิทธิพลของบิวตี้บล็อกเกอร์กับการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมความงาม  
ของสตรีไทยในยุคสื่อสังคมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภัสสร พิพัฒน์นันท. (2553). นักการตลาดรุ่นเยาว์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยลรวี สิทธิชัย. (2552). Celebrity endorsement ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก  
<http://www.tatreviewmagazine.com/>.

ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

เยาวลักษณ์ จุลมกร.(2550). การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อธำรงรักษาอัต  
ลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เฉลิมพระ  
เกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิม  
พระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.

วาสิฎฐภรณ์ เกลี่ยวสัมพันธ์. (2557). อิทธิพลของบิวตี้บล็อกเกอร์ (Beauty blogger) ที่มีต่อ  
การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
โทมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทสุดา ทุมวงศ์. (2556). การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ Beauty Influencer : Paerypie และ  
พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทความงาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะ  
วารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิภาภรณ์ นันทสุทธิวารีย์. (2558). กลวิธีการสื่อสารสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านเน็ตไอดอล  
ทางสื่อสังคมออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่นหญิงไทย. การค้นคว้าอิสระ,  
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

วิยะดา จิตต์มีชัยมา. (2553). เครือข่ายสังคมออนไลน์: แนวโน้ม ปรากฏการณ์และจริยธรรม.  
วารสารนักบริหาร.

ศิริพงศ์ พงษ์พิพันธุ์ และพยัต วุฒิมรงค์. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มี  
ต่อคอนกรีตผสมเสร็จซีแพค. จุฬาลงกรณ์วารสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์ม  
และโซเท็กซ์ จำกัด.

สยามธุรกิจ ออนไลน์. (2555). จุดพลูอีคอมเมิร์ซ 7 หมื่นล้าน แปรนด์ทรูมองไกล ห้างใหญ่  
ออนไลน์ด้วย. ค้นวันที่ 10 มกราคม 2560 สืบค้นจาก

[http://www.siamturakij.com/home/news/print\\_news.php?News\\_id=413372565](http://www.siamturakij.com/home/news/print_news.php?News_id=413372565).

สำนักเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม. (2557). Thailand Zocial Awards 2014 เผยสถิติบนโลก

ออนไลน์และพฤติกรรมการใช้ Social Network ของไทย. ค้นวันที่ 10 มกราคม 2560

สืบค้นจาก <http://www.mculture.go.th/surveillance/index.php>.

สุรพล พะยอมแย้ม . (2541). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมการผลิตตรา  
และเอกสารการสอน คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัย ยศิลปากร.

เสถียร เษยประดับ. (2523). การสื่อสารงานวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

แสงเดือน ผ่องพุด. (2556). สื่อสังคมออนไลน์: แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้. บทความวิชาการ  
สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.

สุนตตรา จันทร์บุรี. (2559). ไทยกับการครองตลาดอุตสาหกรรมความงามในอาเซียน. ส่วน

อาเซียน สำนักงานการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์. ค้นวันที่ 10

มกราคม 2560 สืบค้นจาก [http://www.asean thai.net/ewt\\_news.php?nid=5790](http://www.asean thai.net/ewt_news.php?nid=5790)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Marketingoops. (2552). ผลวิจัยชี้ Social Media มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้น. ค้นวันที่ 10

มกราคม 2560 สืบค้นจาก <http://www.marketingoops.com/media-ads/social->

[media/social-media/](http://www.marketingoops.com/media-ads/social-media/social-media/)