

บรรณานุกรม

กนกวรรณ ดุษฎีพานิชย์. (2555). การนำเสนอเนื้อหาทางเฟซบุ๊กเพจในประเทศไทย.
บริหารธุรกิจดุษฎีบันพิท สาขาวิชาธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง มหาวิทยาลัยศรีปุทธ.

กิตติ ภักดีวัฒนาภุต แฉพนิตา พานิชกุล. (2546). คัมภีร์การวิเคราะห์และออกแบบระบบ:
System analysis and design. กรุงเทพฯ : เคทีพี แอนด์ คอนซัลท์.

ศึกฤทธิ์ ปราโมช, ม.ร.อ. (2516). “สังคมสมัยอยุธยา” ในประวัติศาสตร์และการเมือง.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุฑามณี คายะนันทน์. (2554). พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
เฟซบุ๊กดอทคอม (www.facebook.com). รายงานโครงการเข้าบุคลากรสารศาสตร์
มหาบันพิท, สาขาวิชารัฐศาสตร์สื่อสารมวลชน, คณะวิชาสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชนนิกานต์ จุลมกร. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเตอร์เน็ต
ของนิสิต ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ปญหาพิเศษ
หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติ ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ฉลองศรี พิมลดุมพงศ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 4).
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตรศรี ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 5).
สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ชัยณรงค์ ทรายคำ. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของ
ผู้บริโภค ในจังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์.วท. (การจัดการอุดสาหกรรม). เชียงใหม่ :
บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชีนจิตต์ แจ้งเจนกิจ. (2544). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ทิปปี้พอยด์.

ฐิติกานต์ นิธอุทัย. (2554). Facebook Marketing. กรุงเทพมหานคร : ดรีม แอนด์ แพชชั่น.

ธงชัย สันติวงศ์. (2546). พฤติกรรมผู้บุริโภคทางการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ :
บริษัท ประชุมช่าง จำกัด.

_____. (2554). พฤติกรรมบุคคลในองค์การ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เจริญพัฒนา.

นกุณล วัฒนศิริ. (2551). ศึกษาส่วนประเมินการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
ลดรั้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาค้น
ครัวอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
ถ่ายเอกสาร.

ประภาส จันทร์ธิโนทัย. (2551). ปัจจัยส่วนประเมินทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถจักรยานยนต์ของผู้บุริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาค้นครัวด้วย
ตนเอง. บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประยุรศักดิ์ ชาญเดชะ. (2539). มุสลิมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ. (พิมพ์ครั้งที่ 2).
ทดสอบ.

ปรัชญ์ เลนาเวอร์. (2554). ชนะคู่แข่งด้วยการตลาดกับ Facebook + Twitter Marketing.
(ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร วิดีโอ กู๊ป.

พราชนพลด มังกรพิศม์. (2553). Blackberry Social Network. Device Master. Barndage,

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7)
กรุงเทพมหานคร : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัย ศรีนครินทร์-
วิโรฒ

พิทักษ์ ก่อเกียรติพิทักษ์. (2543). ศักยภาพด้านการผลิตอาหารอาลาล : ศึกษากรณีจังหวัดปัตตานี.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาณุวรรณ์ กองราช. (2554). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook.ปริญญาดุษฎีการศึกษามหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กิเจก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพมหานคร : วิตรีกุป.

ยุบล เมฆจารุคกิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฤทธิพร ผ่องสุภาพ. (2551). การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์.นศ.ม (ประชาสัมพันธ์). กรุงเทพมหานครจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฤทธิ เดชะบูรณ์เทพากรณ์. (2554). แรงจูงใจ และปัจจัยทางการตลาดบนเฟซบุ๊กที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิมลพรพรรณ อาภาเวท, สาวิตรี ชีวะสาธน์ และชาญ เดชอัศวนง. (2554). พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

วิลาศ ช่าเดิศวัฒน์ และคณะ. (2554). I Marketing10.0 10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เขย่าโลก.กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.

วิภาศนี แจนอุลิตรัตน์. (2555). ตลาดยาลาล็อกาสธุรกิจไทยสู่ตลาดโลก. สืบค้นเมื่อวันที่ 4
มกราคม 2559 จาก. สืบค้นจาก

[www.dft.go.th/Portals/0/ContentManagement/Document_Mod684/
ตลาดยาลาล็อกาสธุรกิจไทยสู่ตลาดโลก@25550503-1147042537.pdf.](http://www.dft.go.th/Portals/0/ContentManagement/Document_Mod684/ตลาดยาลาล็อกาสธุรกิจไทยสู่ตลาดโลก@25550503-1147042537.pdf)

ทันพิมา เขื้อเขียว. (2550). พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์. บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บริษัท
ธรรมสาร จำกัด.

ศิริเพ็ญ มโนศิลปกร. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศิรุฤทธิ์ พงศกรวงศิลป์. (2548). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ.

ศิรช จันทนาสุภารัณ. (2553). หัตถศิลป์ที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคม
ออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
ปริญญาบัตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
อีสาน.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). Value of E-Commerce Thailand มูลค่าพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2559, จาก
<https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2015.html>

สิงห์ ศิทธิกรณ์. (2550). การส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นิวยาลัยราชภัฏเชียงราย.

สุดาพร กุณกุลบุตร. (2549). หลักการตลาด (สมัยใหม่). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

_____. (2552). หลักการตลาด (สมัยใหม่). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุธรรมาศ จันทร์กาล. (2556). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก
ซื้อสินค้าน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.

สุวасา ชัยศรีตัน. (2537). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ภูมิบัณฑิตการพิมพ์
สุวิมล ว่องวนิช. (2550). การประเมินผลการเรียนรู้แนวใหม่. (พิมพครั้งที่ 2).
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงศ์มนษา. (2554). กลยุทธ์การตลาดวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ดวงกุมลสมัย.
อดุลย์ ชาตุรุ่งคุณ. (2542). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Armstrong, Gary and Kotler, Philip.(2007). Marketing An Introduction. (8th ed). New
jersey : Pearson Education.

Ball-Rokeach, S.J., & DeFleur, M.L. (1976). A Dependency Model or Mass - Media
Effects. Communication Research.

Baur, D. C., Irvin, W. R., & Misenko, D. R. (2004). Putting "protection" into marine protected areas. *Vermont Law Review.*

Kelly B, Baur LA, Bauman AE, and King L. (2011). Tobacco and alcohol sponsorship of sporting events provide insights about how food and beverage sponsorship may affect children's health. *Health Promot J Austr.*

Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management.* (10th ed). New Jersey : Prentice – Hall, Inc.

Likert. (1961). *New Patterns of Management.* New York. McGraw – Hill Book.

Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie L. (2007). *Consumer behavior.* (9th ed). New Jersey: Prentice Hall.

Walters C. Glenn. (1978). *Consumer behavior : Theory and practice.* (3rd ed). Homewood Illinois: Richard D.Irwin, Inc.

Yamane Taro. (1973). *Statistics : An introductory analysis.* Third edition. Newyork : Harper and Row Publication.

Zocialinc, (2015). Thailand Zocial Award 2015 Insightful information of Thai people on social media ສຶບຄ້ນເມືຂອງວັນທີ 9 ມកການ 2559 ຈາກ <http://www.zocialinc.com/zocialawards2015/slides/thailandzocialawardsslide3.pdf>