

บรรณานุกรม

- ชัชจรียา ไบลี. (2556). การศึกษารูปแบบการจัดการความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการใหม่. เลย: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ชนะ เทศทอง. (2555). **เปิดร้านออนไลน์บน Facebook**. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติมา ผกัรัตน์สกุล และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์. (2558). นวัตกรรมนิเทศศาสตร์และการจัดการ. **กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์**. (หน้า 1-20). กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 จัดโดย คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ วันที่ 9 มิถุนายน 2558).
- ณัฐศักดิ์ วรวิทยานนท์. (2555). **ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์**. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). **องค์การและการบริหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนกฤต วันตะเมธ. (2554). **หลักการโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธัญวรรณ เยาวงษ์. (2554). **พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทFacebookในด้านปัจจัยทางการตลาดในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี**. บทความวิจัย. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- ธัญพัฒน์ วงศ์รัตน์. (2555). **สร้างร้านค้าออนไลน์ง่าย ๆ บน FACEBOOK**. กรุงเทพมหานคร: สวิสดีไอที.
- นฤชิต แวศรีผอง. (2544). **คอมพิวเตอร์เบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2536). **กลยุทธ์การตลาดและการประยุกต์ใช้จริงในทางธุรกิจในแต่ละกรณีตัวอย่าง**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- พรพิมล บุรณเบญญา และเพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน : กรณีศึกษาแอปพลิเคชัน “ไลน์” ที่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์**. (หน้า 442-453). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต. (การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2557).

พิรุมา พันธุ์ทวี และคณะ. (2544). **ทำอะไรได้บ้างกับปัญหาพลาสมกและการล่อลวงบน**

อินเทอร์เน็ต. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพลส แอนด์ กราฟฟิค.

รัชณี ไพศาลวงศ์ดี และคณะ. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเสื้อผ้าสตรีทาง**

อินเทอร์เน็ตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

_____. (2548). **การวิจัยธุรกิจ: ฉบับปรับปรุงใหม่**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**.

กรุงเทพมหานคร: ไดมอนด์ อินบิสสิเนส วีร์ล.

_____. (2546). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์.

ศุภศิศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2556). โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะทศวรรษใหม่ของนวัตกรรมสื่อสารแห่ง
อนาคต. วารสาร Veridian E-Journal กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6 (1), 132
– 142.

_____. (2556). **ไลน์รูปแบบการสื่อสารบนความสร้างสรรค์ของสมาร์ทโฟน : ข้อดีและข้อจำกัด**
ของแอปพลิเคชัน. วารสารนักบริหาร Executive Journal, 33 (4), 42-54.

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (2560). **ประวัติความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต**. ค้นเมื่อ 24 สิงหาคม
2560, จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=25&chap=6&page=t25-6-infodetail01.html>.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2559). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้**

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2559. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทาง
อิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน).

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). **ธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ในประเทศไทย**. ค้นเมื่อ
15 สิงหาคม 2560, จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/new_e-comm.jsp.

สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. (2560). **ระบบสารสนเทศข้อมูล**
นักศึกษาปีการศึกษา 2560. (ข้อมูล ณ วันที่: 5 พฤษภาคม 2560).

สุกัญญา ชินผา. (2555). **พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเสื้อผ้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ**
นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

- สุวิมล ขำล้วน. (2553). **กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **กลยุทธ์การตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อำพล นววงศ์เสถียร. (2557). พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. **วารสารปัญญาวิวัฒน์**, 5 (2), 134-149.
- Best, J. W. (1977). **Research in education**. 3rd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Best, J. W. and Kahn, J. V. (1998). **Research in education**. 8th ed. Singapore: Allyn and Bacon.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management**. 11th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Krejcie, R. V. and Morgan, E. W. (1970). **Educational and psychological measurement**. New York: McGraw-Hill.
- Nielsen. (2016). **Internet usage statistics 2016**. Retrieved November 29, 2016, from www.nielson.com.
- Pay, Pal. (2559). **ผลการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกปี 2016**. ค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID>.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1994). **Consumer behavior**. 5th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis**. 3rd ed. New york: Harper and Row.
- www.brandbuffet.in.th/2017. (2560). **จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก (Global Internet Usage)**. ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2560, จาก www.brandbuffet.in.th
- www.thaigoodview.com/2016. (2559). **จุดกำเนิดอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย**. ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2560, จาก www.thaigoodview.com.