

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). “ตีป่า” คาดอุตสาหกรรมเกม เงินสะพัด 3 หมื่นล้าน. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/tech/922939>.
- กอบชัย ชันติชัยวรรณ และปฐมมา สตะเวทิน. (2561). การเปิดรับสื่อออนไลน์ของธุรกิจเกมออนไลน์ กรณีศึกษา : เกม Legend of Swordman. วารสารการสื่อสารและการจัดการ (นิด้า), 4 (2), 33-45.
- ฉวีรัตน์ ทามณี. (2564). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและอิทธิพลทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อวิดีโอเกมรูปแบบดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จิรฉิมพา เรืองกล. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วี ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณรณฤทธิ์ รัตนพิมล. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเล่นเกมผ่านอุปกรณ์โมบาย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนพงศ์ ธนาวุฒิสกุลชัย และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล. (2563). กลุ่มอ้างอิงและคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเกมมิ่งเกียร์ แปรนด์โลจitech เกมมิ่งของลูกค้าชาวไทย. ใน รายงานสืบเนื่องจากการประชุม (Proceedings). (หน้า 317-328). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต. (การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 โดยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต วันที่ 13 สิงหาคม 2563).
- ธนพร ชูเวทย์. (2561). การศึกษาพฤติกรรมและผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพมหานคร: ปิสนิเนสอาร์แอนด์ดี.
- พิจาริน สุขกุล. (2560). ผลของความสอดคล้องของการวางสินค้าในเกมและความเกี่ยวพันของสินค้าต่อการตอบสนองของผู้เล่นเกมการโฆษณาในเกมต่อการตอบสนองของผู้เล่นเกม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์. (2561). Principles of marketing. สงขลา: สเตรนเจอร์ส บুক.
- วรลัญญา สิงห์ทองวรรณ. (2562). การศึกษาความตั้งใจในการซื้อไอเท็มในเกมออนไลน์ แบบเล่นตามบทบาท. วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB), 5 (3), 20-30.
- วิชา อุ่มบางตลาด. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแพคเกจเติมเงินเกมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). “**GAME ONLINE**” อีกหนึ่งธุรกิจรับอานิสงส์ โควิด-19. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/GameOnline- FB240420.aspx>.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์. (2564). “**เกม**” โอกาสธุรกิจใหม่มาแรง คาดปี 2023 ผู้เล่นสมาร์ทโฟนสูงถึง 1 ใน 3 ของประชากรโลก. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2565, จาก https://res.scbsonline.com/stocks/extra/44522_20210211170230.pdf.
- Aleem, S., Capretz, L., & Ahmed F. (2016). A digital game maturity model (DGMM). *Entertainment Computing*, 17, 55-73.
- Andreasen, A. R., Kotler, P., & Parker, D. (2008). **Strategic marketing for nonprofit organizations**. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing**. 5th ed. New York: Harper & Row.
- Discord Thailand Community. (2564). **ชุมชนดิสคอร์ด**. Retrieved January 10, 2022, from <http://www.disboard.org/servers/tag/thai#Home>.
- Egenfeldt-Nielsen, S., Smith, J. H., & Tosca, S. P. (2013). **Understanding video games: The Essential introduction**. London: Routledge.
- Hizenburg. (2017). **เคยเห็นยัง? เกมบนโทรศัพท์มือถือเกมแรกของโลก**. ค้นเมื่อ 10 มกราคม, 2565, จาก <https://1th.me/1KF1>.
- Ivy, J. (2008). A new higher education marketing mix: The 7Ps for MBA marketing. *International Journal of Educational Management*, 22 (4), 288-299.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management: The Millennium edition**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). **Marketing 4.0: Moving from traditional to digital**. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). **Marketing management**. 15th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., and McDaniel, C. (2000). **Marketing**. United States: South Western College Publishing.
- Lavoie, M. (2007). **Components of user experience in digital games**. Retrieved December 29, 2017, from <http://www.mclavoie.com/projects/gamingpaper/gamingpaper.htm>.
- Malliet, S. & De Meyer, G. (2005). The History of the video game. In Raessens, J. & Goldstein, J. (eds). **Handbook of Computer Game Studies**. Cambridge, MA and London: MIT Press.
- McCarthy, E. J. & Perreault, W. D. (1996). **Basic marketing: A Global managerial approach**. 12th ed. Chicago: Irwin.

- Nabi, R., & Oliver, M. (2009). **The SAGE handbook of media processes and effects**. Retrieved December 26, 2017, from <https://www.2k.com/games/nba-2k14>.
- Rollings, A., & Ernest, A. (2006). **Fundamentals of game design**. New York: Prentice Hall.
- Rowley, J. (2008). Understanding digital content marketing. **Journal of Marketing Management**, **24** (5-6), 517-540.
- Shaw, S. (2016). **Airline marketing and management**. New York: Routledge.
- Shurui, D., Xiao, P., and Zhixia, Z. (2021). Research on marketing mix of Mobile online games (Honor of Kings). In **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**. (pp.687-692). Atlantis Press. (Proceedings of the 2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (ICPRSS 2021), October 21, 2021).
- Wheelen, L. T., and Hunger, J. D. (2012). **Strategic management and business policy: Toward global sustainability**. 13th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory analysis third edition**. New York: Harper and Row Publication.