

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2555, “F-commerce คลื่นลูกใหม่ โลกาการค้าออนไลน์” [Online], Available : <http://www.bangkokbiznews.com> [11 ธันวาคม 2557].

ชนิดา พัฒนกิจติวรกุล, 2553, E-word of Mount มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา E-marketing ประเทศไทย, การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 80-83.

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554, “สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต Social Media : Future Media”, วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ฉบับเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2011, หน้า 99-103.

ภัสสรนันท์ เอนกธรรมกุล, 2553, “ผลกระทบจากการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าหลากหลายตราสินค้าในงานโฆษณา”, การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 56.

ภาวธ พงษ์วิทยพานู, 2555, “ความรู้เบื้องต้น E-commerce eCommerce”, ใน คู่มือประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย, กรุงเทพฯ, หน้า 147-156.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541, “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค”, ใน พฤติกรรมผู้บริโภค, ไทยวัฒนาพานิช, กรุงเทพฯ, หน้า 125-126.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2557, สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ [Online], Available : <http://www.nstda.or.th/nstda-knowledge/18643-thailand-internetuser-profile-2014> [10 สิงหาคม 2557].

นิตนา ฐานิตชนกร และปรีศนิยากรณ์ สายปิมแปง, 2556, “Beauty Blogger : ผู้ทรงอิทธิพลด้านความงามบนโลกออนไลน์ Beauty Blogger: An Online Beauty Influencer”, วารสารสุทธิปริทัศน์, ปีที่ 27, ฉบับที่ 81, หน้า 6-7.

อุราเพ็ญ ขี้มประเสริฐ, 2556, “S-commerce : อนาคตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์”, **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, ปีที่ 5, ฉบับที่ 1, หน้า 147-158.

Assael, H., 1998, **Consumer Behavior and Marketing Action**, 6th ed., Cincinnati, Ohio : South-Western College Pub, pp.656-688.

Mimee and Tuirung, 2553, การตลาด 2.0 เลือกใช้ **Social Media** ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของคุณ, ซีเอ็ดยูเคชั่น, กรุงเทพฯ, หน้า 41-43.

Ohanion, R., 1991, “The impact on consumers' intention to purchase”. **Journal of Advertising Research**, Vol.31, pp.46-54.

Rohm, A., and Swaminathan, V., 2004, “A Typology of Online Shoppers Based on Shopping Motivations”, **Journal of Business Research**, Vol.57, pp.748-757.

Shim, S. Y., 1996, “Adolescent Consumer Decision-Making styles : The Socialization Perspective” **Psychology and Marketing**, Vol.13, No.6, pp.547-569.

Tukko, 2009, **Social Media มันคืออะไร**, [Online], Available : <http://www.marketingoops.com/media-ads/social-media/what-is-social-media/> [11 ธันวาคม 2557].