

บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการ. (2554). มาเล่น Facebook LINE Instagram กันเถอะ. สำนักพิมพ์ โปริวิชั่น , กรุงเทพฯ.
- ชยาวิฐู ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา และคณะ. การศึกษาอิทธิพลของ Traditional media เปรียบเทียบกับ Social media ในยุคปัจจุบัน. ทีมงาน SMEs ผู้จัดการ และจินตนา อัญมณี. (2558). คู่มือ Online พันล้าน. สำนักพิมพ์ GMR306, กรุงเทพฯ.
- ปวีณา มีป้อม และคณะ. (2559). เปิดร้านปิ่น Like ขายอะไรก็รวย. สำนักพิมพ์ โปริวิชั่น , กรุงเทพฯ.
- ปิยะ นาคสงค์ และคณะ. (2558). สร้างรายได้เสริม แล้วรวยด้วย หาเงินออนไลน์. สำนักพิมพ์ Simplify, กรุงเทพฯ.
- ปิยะ นาคสงค์ และคณะ. (2558). เปิดร้านให้ได้เงินล้านบน facebook. สำนักพิมพ์ Simplify, กรุงเทพฯ.
- วันวิสาข์ เจริญนาน. พฤติกรรมการใช้โซเชียล มีเดีย (Social Media) ของคนกรุงเทพฯ. ศูนย์วิจัย แอแบคนวัตกรรมทางสังคม การจัดการและ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, กรุงเทพฯ, 2555.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). การสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ.
- Efraim Turban. (2012). Electronic Commerce a Managerial perspective. Person Education, sixth edition.
- Kenneth C. Laudon and Carol Guercio. (2016). Traver E-commerce 2016 business. Techology. Society. Person Education, Twelfth edition.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และศิวกร อโนริย์. (25 มีนาคม 2560). อิทธิพลสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า Smart Phone ของกลุ่ม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <http://conference.nu.ac.th/nrc12/downloadPro.php?piD=334&file=334.pdf>.
- กุลนิดา แยมทิม และวรัชญ์ ครุจิต. (25 มีนาคม 2560). การวิเคราะห์การสื่อสารของธุรกิจร้านค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคเจเนอเรชันวายในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ. สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2559/4.pdf>.
- แค็ตตาล็อกออนไลน์. (25 มีนาคม 2560). บริษัท ทริปเปิ้ล ซิสเต็มส์ จำกัด สืบค้นจาก <http://www.triplesystems.co.th/ebook-itoutsources/index.php/th/e-catalogue-th-menu>
- ณพล ผลการกุล และบุหงา ชัยสุวรรณ. (23 มีนาคม 2560). ผลกระทบจากโฆษณาบนเฟซบุ๊ก และแนวทางการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาบนเฟซบุ๊ก. สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/public-action/Journal/Vol.1-59/2.pdf>.
- ดาณี ทรงศิริเดช และพัชนี เขยจรรยา. (23 มีนาคม 2560). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบพันธมิตรกับการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. สืบค้นจาก

- <http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2559/3.pdf>.
- ธัญชนกภรณ์ โตชมบุญ. (25 มีนาคม 2560). ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการ
ประมวลสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์. สืบค้นจาก
www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF01/2558/GB/43.pdf.
- พจน์. (25 มีนาคม 2560). จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต. สืบค้นจาก
<http://www.drphot.com/talk/archives/1946,2559>.
- พิชชาภรณ์ ศิริโสภา และปัทมา สุวรรณภักดี. (23 มีนาคม 2560). แรงจูงใจในการเปิดรับสารและความ
น่าเชื่อถือของสารในเฟสบุ๊คกับการตัดสินใจเลือกบริโภคของกลุ่มเจนเออร์ซันวาย.
สืบค้นจาก <http://203.131.210.100/ejournal/>.
- พิก พิเฮส. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การใช้เฟสบุ๊คของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. 2555. โรงเรียน
พะเยาพิทยาคม. Available at : [http://guboklewnaisus.blogspot.com/2013/03/2-
facebook-5-1.html](http://guboklewnaisus.blogspot.com/2013/03/2-facebook-5-1.html). Accessed March 23, 2017.
- ลัดดา โกรติ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม. (23 มีนาคม 2560). มหาวิทยาลัยสุรนารี.
สืบค้นจาก www.sut.ac.th/ist/coursesonline/204201/is2-1.doc.
- วีรวรรณ แซ่จ้าว. (23 มีนาคม 2560). อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการ
ท่องเที่ยว. สืบค้นจาก
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1103/1/veerawan_saej.pdf.
- สมาคมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อธุรกิจท่องเที่ยว. (23 มีนาคม 2560). สถิติพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปี
2558-2559. 2559. สมาคมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อธุรกิจท่องเที่ยว, 2559. สืบค้นจาก
[http://www.etathai.com/single-
post/2016/09/27/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%93%E0%B8%B4%E0%B8%8A%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B8%AD%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B9%87%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%AA%E0%B9%8C%E0%B8%9B%E0%B8%B5-2558-2559](http://www.etathai.com/single-post/2016/09/27/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%93%E0%B8%B4%E0%B8%8A%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B8%AD%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B9%87%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%AA%E0%B9%8C%E0%B8%9B%E0%B8%B5-2558-2559).
- สมาคมการบริหารโรงแรมไทย. (25 มีนาคม 2560). ผลวิจัยชี้ Social Media มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้น.
สมาคมการบริหารโรงแรมไทย. สืบค้นจาก
<http://www.thma.or.th/index.php?lay=show&ac=article&id=538859265>
- สินค้าไทยตำบล. (25 มีนาคม 2560). สืบค้นจาก <http://thaitambon.com>. 2560.
- สุรัชย์ ศรีณรงค์ และคณะ. (23 มีนาคม 2560). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านทาง
อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ. สืบค้นจาก
<http://ncteched.org/NCTechEd09/NCTechEd09TEM01.pdf>.
- หัตถกรรมไทย. (25 มีนาคม 2560). สืบค้นจาก <https://thailandhandmadebuu.wordpress.com>
- อภิชญา ญัฐพงศ์พฤทธิ และพัชนี เขยจรรรยา. (23 มีนาคม 2560). รูปแบบการการดำเนินชีวิต การรับรู้
ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว

ต่างประเทศ. สืบค้นจาก

<http://gscm.nida.ac.th/public-action/Proceeding/2559/16.pdf>.

IH Digital. (25 มีนาคม 2560). ข้อมูลและสถิติที่น่าสนใจของ Social media marketing ส่งท้ายปี 2016.

สืบค้นจาก <http://www.ihdigital.co.th>.

Digital Insight. (25 มีนาคม 2560). สถิติที่น่ารู้ Digital Movement ทั่วโลกปี 2017. สืบค้นจาก

<http://www.brandbuffet.in.th/2017/02/digital-overview-global-stat-2017>

Dunay, Paul; Krueger, Richard. Facebook Marketing for Dummies. Series: For Dummies.

Hoboken : John Wiley & Sons, Inc. 2010. **Retrieved from**

[http://eds.b.ebscohost.com/ehost/results?sid=5eef6965-63af-47e9-a6ee-](http://eds.b.ebscohost.com/ehost/results?sid=5eef6965-63af-47e9-a6ee-f0b75f58feab%40sessionmgr103&vid=0&hid=121&bquery=(AN+295990)&bdata=JmRiPW5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU%3d)

[f0b75f58feab%40sessionmgr103&vid=0&hid=121&bquery=\(AN+295990\)&bdata=JmRiP](http://eds.b.ebscohost.com/ehost/results?sid=5eef6965-63af-47e9-a6ee-f0b75f58feab%40sessionmgr103&vid=0&hid=121&bquery=(AN+295990)&bdata=JmRiPW5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU%3d)

[W5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU%3d](http://eds.b.ebscohost.com/ehost/results?sid=5eef6965-63af-47e9-a6ee-f0b75f58feab%40sessionmgr103&vid=0&hid=121&bquery=(AN+295990)&bdata=JmRiPW5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU%3d).

Internet Usage in AISA. Available at : <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>.

Accessed March 23, 2017.

Suwaidi, Jamal S. Abu Dhabi. From Tribe to Facebook : The Transformational Role of

Social Networks, United Arab Emirates : ECSSR. 2013. Retrieved from

[http://eds.a.ebscohost.com/ehost/results?sid=3914f158-85fb-41d1-a9b9-](http://eds.a.ebscohost.com/ehost/results?sid=3914f158-85fb-41d1-a9b9-0a64921c7b49%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4203&bquery=(AN+812631)&bdata=JmRiPW5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU%3d)

[0a64921c7b49%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4203&bquery=\(AN+812631\)&bdata=](http://eds.a.ebscohost.com/ehost/results?sid=3914f158-85fb-41d1-a9b9-0a64921c7b49%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4203&bquery=(AN+812631)&bdata=JmRiPW5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU%3d)

[JmRiPW5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU](http://eds.a.ebscohost.com/ehost/results?sid=3914f158-85fb-41d1-a9b9-0a64921c7b49%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4203&bquery=(AN+812631)&bdata=JmRiPW5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU%3d)

[%3d](http://eds.a.ebscohost.com/ehost/results?sid=3914f158-85fb-41d1-a9b9-0a64921c7b49%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4203&bquery=(AN+812631)&bdata=JmRiPW5sZWJrJmNsaTA9TkwmY2x2MD1ZJnR5cGU9MCZzaXRlPWWob3N0LWxpdmU%3d).