บรรณานุกรม

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คอทเลอร์, พี. (2550). *ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.* เข้าถึงได้จาก http://thaibuz.blogspot.com/ 2012/01/blog-post_4332.html.

คเณศ อธิรัตนกรัณฑ์. (2548). *ประเทศไทยกับสถิติการใช้ Facebook.* เข้าถึงได้จาก http://facebook.maahalai.com/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4/164.

จุฑามณี คายะนันทน์. (2554). *พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คดอทคอม (www.facebook.com).* รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เจาะลึกสถิติด้านการตลาดที่เกิดบน Facebook ปี 2012. (2555). เข้าถึงได้จาก http://thumbsup.in.th/2013/01/facebook-marketing-2012-year-review.

ชนะ เทศทอง. (2555). *เปิดร้านออนไลน์.* นนทบุรี: ไอดีซี.

ชวนวล คณานุกูล. (2553). *เอกสารประกอบการสอนวิชา 202461 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ.* ชลบุรี: โครงการจัดตั้งคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณัฐนันท์ มิมะพันธุ์. (2555). *ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบนเว็บไซต์เฟซบุ๊คของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* เข้าถึงได้จาก www.spu.ac.th/commarts/files/2013/09/บทความ-54500508.docx.

ดารา ทีปะปาล. (2546). *การสื่อสารการตลาด.* กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

ดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด.* กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

ธันยพัฒน์ วงศ์รัตน์. (2555). *จัดไป Like Ment Share Facebook+Instagram.* กรุงเทพฯ: สวัสดี ไอที.

ธีรภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์. (2551). *ประชากรศึกษา.* เข้าถึงได้จาก http://computer.pcru.ac.th/emoodledata/19/

ธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook/ Website (ตอนที่ 1). (2556). เข้าถึงได้จาก http://www.kasikornbank.com/TH/Personal/ThePremier/Knowledge/SMEClinics/Pages/ShopingOnline.aspx.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปรมะ สตะเวทิร. (2546). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ปิติพงษ์ วารีรัตน์. (2555). *รวยชัวร์ด้วยร้านค้าออนไลน์*. นนทบุรี : ธิงค์ บียอนด์ บุ๊คส์.

พัชกานต์ โพธิเบญจกุล. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในยี่ห้อวาโก้ของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพ*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พิชามญชุ์ มะลิขาว. (2554). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ค*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Facebook คืออะไร ประวัติของ Facebook และวิธีการสมัคร Facebook. (2554). เข้าถึงได้จาก http://www.dmc.tv/pages/top_of_week/ประวัติFacebook-และวิธีการสมัคร Facebook.html.

มหาวิทยาลัยออนไลน์. (2555). เข้าถึงได้จาก http://facebook.maahalai.com/fanpage/1442

รชวิกร สถาวร. (2553). *พฤติกรรมการเลือกซื้อและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้บริโภคในตลาดนัด "ถนนคนเดินมีโชคพลาซ่า"*. เข้าถึงได้จาก http://www.tourism.mju.ac.th/download/research/3.pdf.

รวีวรรณ อำนวยชัย. (2550). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้ายี่ห้อ OLAY ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิมลพรรณ อาภาเวท, สาวิตรี ชีวะสาธน์ และชาญ เดชอัศวนง. (2554). *รายงานการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ค (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

สาระดีดี.คอม. (2553). *แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร*. เข้าถึงได้จาก http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=76 :conceptual-framework-population-demographic-communication&catid=25:the-project&Itemid=72.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

สำรวจพฤติกรรมประชากรบน Facebook. (2555). เข้าถึงได้จาก http://www.ondims. com.

สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2556). *เฟซบุ๊คการใช้สื่อเครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือทางการศึกษา*. เข้าถึงได้จาก http://www.addkutec3.com/wp-content/uploads/2011/11/facebook.pdf.

อรยา ธนจรูญรัตน์. (2553). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟลดน้ำหนักเนเจอร์กิฟ*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล. (2553). 8 เทรนด์ดิจิตอลมาร์เก็ตติ้งปี 54 "Apple Google Facebook" 3 ผู้ทรงอิทธิพลแห่งโลก "ดิจิตอลมาร์เก็ตติ้ง". *eLeader, 21*(262), 42-45.

Belch, G. E. & Belch, M. A. (1998). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (4th ed.). New York: Irwin/ McGraw-Hill.

Bilal, N., Muhammad, B., & Uzma, N. (2013). Integrated marketing communication: A review paper. *Interdisciolinary Journal of Contemporary Research Business,* 5(5), 124-133.

Boone, L. E. & Kurtz, D. L. (1995).*Contemporary marketing* (8th ed.). Unites States. The Dryden Press Harcourt Bruce College Publishers.

Duncan, T. R. (2005). *Principles of advertising & IMC* (2nd ed.). Boston, MASS.: McGraw-Hill/Irwin.

Facebook Country Stats January 2013-Brazil And India Are Adding Millions. (2012). Retrieved form http://www.quintly.com/blog/2013/01/facebook-country-stats-january-2013-brazil-and-india-are-adding-millions.

Farooq, F., & Jan, Z. (2012). The impact of social networking to influence marketing through. *Product Reviews, 2*(8), 627-637.

Fill, C. (2002). *CIM coursebook 02/03 integrated marketing communications*. Oxford: Butterworth-Heinemann

Kotler, P. (2001). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey: Prentince Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1997) *Marketing an introduction* (4th ed.). New Jersey: Prentince Hall International.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (6th ed.). Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.

Lamb, C. W., Hair, J. F.. & McDaniel, C. D. (1992). *Principles of marketing.* New York: South-Western Publishing.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

Mihart, C. (2012). Impact of integrated marketing communication on consumer behavior: Effects on consumer decision-making process. *International Journal of Marketing Studies, 4*(2), 121-129.

Paquette, H. (2012). *Social nedia as a marketing tool, literature review.* Unites States: University of Rhode Island.

Russell, J. T., & Lane, W. R. (1996). *Advertising procedure* (13th ed.). Unites States: Prentice Hall.

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University