

## บรรณานุกรม

กัญจนา แก้วเทพ. (2555). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ : โครงการเมธีวิจัยอาชูโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

กัญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล. 2555. คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพ พิมพ์.

กั้กกร ยั่งยืน. (2557). กลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ เครื่องสำอางทางอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

กัลยา วนิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ขวัญเรือน บรรเทาทุกข์ (2548). ผลของโฆษณาทางโทรทัศน์ต่อการซื้อเครื่องสำอางประทินผิว. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เขมิกา ทองประพันธ์. (2552). ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากสาธารณรัฐ เกาหลีของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จักรกริช ปียะ. (2557) การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อการบริหารงาน ก่อสร้างกรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคโนบิวเดอร์ (2001) จำกัด เมือง จังหวัด นครราชสีมา. นครราชสีมา : วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชา การบริหารงานก่อสร้างและสารเคมีป้องกัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จิตรา เอื้อจิตรบำรุง. (2544). การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข้อมูล ข่าวสารยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณาผ่านสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. คณะสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชื่นจิตร์ แจ้งเจนกิจ. (2548). กลยุทธ์สื่อสารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร : ยูเรก้า.

ชนากิตต์ ราชพินิจลย์. (2553). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครื่องข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อ  
นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์  
ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
ธนบุรี.

เชาว์ ใจน眷แสง. (2554). การตลาดระหว่างประเทศ. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมชาติราช.

ณงลักษณ์ จารวัฒน์ และประภัสสร วรรณสถิต. 2551. Digital Marketing เปิดโลกนิวมีเดียและ  
การตลาดดิจิทัล. กรุงเทพฯ : บริษัท เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด.

ณัฐรดา นันทตันติ. (2557). การสื่อสารการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเกาหลีผ่านสื่อ  
ออนไลน์และการรู้เท่าทันสื่อของผู้บริโภค. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กระทรวง. 2557. รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้  
อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557.

ธงชัย ถันติวงศ์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ประชุมช่าง จำกัด.

นนกฤต วันตีระเมล. (2555). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปณิชา มีจินดา. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด,  
พัฒน์, กระทรวง. กรมพัฒนาธุรกรรมการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2555. โครงการเตรียมความพร้อม  
ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์รองรับการเปิดเสรีด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.

พระราชนูญติเครื่องสำอาง. (2558). เล่มที่ 132 ตอนที่ 86 ก หน้าที่ 5.

พิมานมาศ ลีเดิชวงศ์กั๊กดี. (2552). ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่มี  
ความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลเด้น เพลซ. กรุงเทพฯ :  
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ฤทธิพร พ่องสุภาพ. (2551). การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสาร  
ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- กัทราวดี ภูมิศรี. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี : วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงบูรี.
- กิเมก ชัยนิรันดร์. (2552). “Twitter-อาชญากรรมทางไซเบอร์ Social Networking”, ผู้จัดการ 360 องศา. 1, 10 : 174-176.
- กิเมก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ : ชีเอ็คьюเคชั่น.
- มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง. (2519). มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง มอก.152-2518. กรุงเทพฯ : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระวี แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). “เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีเฟสบุ๊ก (Facebook)” กับการพัฒนาผู้เรียน. วารสารมหาวิทยาลัยราชวิเชียรชนครินทร์. 5, 5 (ฉบับพิเศษ) : 195-205.
- วัลณี โอพาร โชคสถานนท์. (2548). ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัลณี โอพาร โชคสถานนท์. (2548). ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์รวมมหาบัณฑิตสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริพรรดา กิจก้องเจริญ. (2552). เมื่อหาสารเกี่ยวกับความจำและผลในการโน้มน้าวใจที่นำเสนอทางเว็บล็อกและเว็บไซต์. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). กระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธิ์ พัฒนา จำกัด,

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). การโฆษณาและการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ A.N. การพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ชีรัฟล์ และ ไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : Diamond in Business World.

สุปรารถ จันทร์แก้ว และคณะ. (2549). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

เสรี วงศ์มณฑา. (2542). กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ชีรัฟล์ และ ไซเท็กซ์ จำกัด.

เสาวนีย์ ใจมูล. (2554). พฤติกรรมของคนวัยทำงานในอั่งเกอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องสำอางออนไลน์. เชียงใหม่ : การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกสารบรรณ สมัยสยาม. 15, 3 (พฤษภาคม - มิถุนายน).

หลุยส์ วิทยาเอนกนันท์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษา บริษัทฯ จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อิทธิวัฒน์ รัตนพองบุญ. (2550). E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ : วิทตี้กรุ๊ป.

Anagnostelis, B. and Alison, C. (1999). Selection criteria: How to tell if you are looking at a great website. Retrieved March, 10, 2016, from  
<http://www.ala.org/PrinterTemplate.cfm?Section=greatwebsitesforkids&Template=/ContentManagement/HTMLDisplay.cfm&ContentID=127895>

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective.

Burbules, N. and Callister, T. (1999). Who lives here? : Access to and credibility within cyberspace. Retrieved March, 10, 2016, from  
[http://faculty.education.illinois.edu/burbules/papers/who\\_lives\\_here.html](http://faculty.education.illinois.edu/burbules/papers/who_lives_here.html)

- Chaffey, D. and Smith, P.R. (2008). **eMarketing eXcellence Planning and optimizing your digital market 3<sup>rd</sup> edition.** United States of America: Routledge Taylor & Francis Group.
- Derham, R., Cragg, P. and Morrish, S. (2011). **Creating Value: An SME and Social Media, Pacific Asia Conference on Information Systems.** PACIS 2011 Proceedings. 53.
- Duncan, T. 2005. **IMC: The new principles of advertising and promotion 2nd ed.** Boston, MA:McGraw-Hill/Irwin.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Everitt Bryant, B. (1996). **Growing the trust relationship** [Electronic version]. *Journal of Marketing*, 60(4), 7-18.
- Hunt, T., and Ruben, B. D. (1993). **Mass communication: Producers and consumers.** New York, NY: HarperCollins College Publishers.
- Iyengar, R., Han, S. and Gupta, S. (2009). **Do Friends Influence Purchases in a Social Network?.** Harvard Working Paper 09-123.
- Harris, R. (2015). **Evaluating internet research source.** Retrieved March, 10, 2016, from  
<http://www.vitalsalt.com/evalu8it.htm>
- Jones, D. (1999). **Critical thinking in an online world.** Retrieved March, 10, 2016, from  
<http://misc.library.ucsb.edu/untangle/jones.html>
- Kies, D. (2008). **Ethical appeal: Ethos.** Retrieved March, 10, 2016, from  
<http://papyr.com/hypertextbooks/comp1/ethos.htm>
- Kirk, E. E. (2012) **Evaluating information found on internet.** Retrieved March, 10, 2016, from  
<http://guides.library.jhu.edu/evaluatinginformation>
- Kitchen, P.J. and Pelsmacker, P. D. (2004). **Integrated Marketing Communications.** New York: Routledge Taylor&Francis Group.
- Klapper, J. T. (1963). **The Social Effect of Mass Communication. The Science of Human Communication.** Edited by Wibur Schramm. New York: Basic Books, Inc.,

- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.** 9th Ed. New Jersey: A simon & Schuster Company.
- Manovich, L. (2001). **The Language of New Media.** Cambridge: MA: MIT Press.
- McCombs, M. E and Becker, L.B. (1979). **Using Mass Communication Theory.** N.J:Prentice Hall.
- McEwen, W. J. and Fleming, J. H. (2003). **Customer satisfaction doesn't count.** Gallup. *Management Journal*, 13, 1-4.
- Oliver, R.L. (1980). **A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions.** *Journal of Marketing Research*. 17(4): 460-469.
- Shih, C. (2009). **The Facebook Era- Tapping Online Sial Network to build better Products, Reach New Audiences, and Sell More Stuff.** Boston, MA: Pearson Education.
- Shimp, T.A. (2010). **Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications (8<sup>th</sup> Ed.).** South-Western: Cengage Learning.
- Siapera, E. (2012). **Understaning New Media.** London: Sage.
- Strauss, J. and Frost, R. (2012). **E-Marketing 6<sup>th</sup> edition.** United State of America: Permission Department.
- Sutanonpaiboon, J. and Pearson, M. A. (2006). **E-Commerce Adoption: Perception of Managers/Owner of Small-and Medium-sized Enterprise (SMEs) in Thailand.** *Journal of Internet Commerce*, 5(3), 53-82.
- Trench, B. and Quinn, G. (2003). **Online news and changing model of journalism.** Irish Communications review Volume 9.
- Wertime, K., and Fenwick, I. (2008). **DigiMarketing: The essential guide to new media & digital marketing.** Singapore: John Wiley & Sons.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวเพียรวดี มณีขัติย์

วัน เดือน ปีเกิด

16 มิถุนายน 2532

ที่อยู่ปัจจุบัน

161 หมู่ 11 ต.อุโมงค์ อ.เมือง จ.ลำพูน 51150

เบอร์โทรศัพท์ 081-0315141

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาปรัชญา  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่