

เอกสารอ้างอิง

หนังสือภาษาไทย

- [กาญจนา แก้วเทพ, 2547] กาญจนา แก้วเทพ, *การวิเคราะห์สื่อแนวคิด และเทคนิค*, พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- [ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์, 2547] ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ *ชุดฝึกอบรมด้วยคอมพิวเตอร์ผ่านเครือข่ายเรื่องการเขียนข่าวเพื่อ การประชาสัมพันธ์ สำหรับหัวหน้างาน สังกัดสำนักงานอธิการบดี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาเทคโนโลยี และสื่อสารการศึกษา สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- [จูไรลักษณ์ จันทลีหราช, 2553.] จูไรลักษณ์ จันทลีหราช *อิทธิพลของภาพลักษณ์บริษัทที่มีต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้าบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด สารนิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- [ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550] ฉัตรยาพร เสมอใจ, *พฤติกรรมผู้บริโภค*, กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- [ชุมพร โพธิ์, 2547] ชุมพร โพธิ์ *การศึกษาภาพลักษณ์องค์กร : กรณีศึกษาร้านศึกษาพันธ์พาณิชย์ วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยบูรพา*
- [ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, 2551] ณงลักษณ์ จารุวัฒน์, *เปิดโลกนิวมี่เดียและการตลาดดิจิทัล = Digimarketing*, กรุงเทพฯ : เนชั่นบุ๊คส์.
- [ทัศนิตมา เชื้อเขียว, 2551] ทัศนิตมา เชื้อเขียว *พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

- [เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ, 2540] เทพพนม เมืองแมน, *พฤติกรรมองค์กร*, พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- [ธโนทัย มงคลสินธุ์, 2556] ธโนทัย มงคลสินธุ์, *สื่อสังคมออนไลน์กำลังเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมแฟชั่นได้อย่างไร*, ภาควิชาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [นที บุญพรหมณ์, 2546] นที บุญพรหมณ์, *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. (งานสัมมนา) 6 พฤศจิกายน 2546. ห้องประชุมที่ 11 อิมแพคมาริน่า เมืองทองธานี.
- [ประวิติ เพียรเจริญ, 2551] ประวิติ เพียรเจริญ, *กลยุทธ์ดองเทิล*, กรุงเทพฯ; เนชั่นบุ๊คส์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล, บจก.
- [ปิยะพร เขตบรรณพต, 2553] ปิยะพร เขตบรรณพต *พฤติกรรมรับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่* การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [บุญชม ศรีสะอาด, 2545] บุญชม ศรีสะอาด, *การวิจัยเบื้องต้น*, พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ชมรมเด็ก.
- [บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2531] บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*, กรุงเทพฯ : สามเจริญพานิช.
- [พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2554] พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, *สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต*, วารสารนักบริหาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร, 2537] พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร, *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*, กรุงเทพฯ : เจริญผล.
- [พรจิต สมบัติพานิช, 2547] พรจิต สมบัติพานิช *โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 : การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา* วิทยานิพนธ์ดุขฎิบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- [พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547] พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, *ประวัติศาสตร์ศิลปะเครื่องแต่งกาย*, กรุงเทพฯ; บริษัท อินฟอร์มีเดียอินเตอร์เนชันแนล จำกัด.
- [ร่มเย็น โกไศยกานนท์, 2550] ร่มเย็น โกไศยกานนท์, *โลกาภิวัตน์และปรากฏการณ์ธุรกิจเมื่อยังทางอินเทอร์เน็ต : ภาพสะท้อนของความไม่เท่าเทียมในความสัมพันธ์หญิงชาย*, เชียงใหม่ : วนิตาเพรส.
- [วรรณภา สุโกชน์, 2550] วรรณภา สุโกชน์ *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*
- [วิภาดา พงศ์พุทธิพูน, 2553] วิภาดา พงศ์พุทธิพูน *รูปแบบการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง การซื้อสินค้าแฟชั่นทางออนไลน์ และออฟไลน์ การศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการตลาด) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- [วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540] วิรัช ลภีรัตนกุล, *การประชาสัมพันธ์*, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546] วิรัช ลภีรัตนกุล, *การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)*, พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [ศศิกานต์ โชคเจริญวัฒน์กุล, 2553] ศศิกานต์ โชคเจริญวัฒน์กุล *พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าและบริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่จังหวัดเชียงใหม่ การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- [สรัญญา ธรรมพรพิพัฒน์, 2548] สรัญญา ธรรมพรพิพัฒน์, *บทบาทของนิตยสารสตรีหัวนอกกับการสร้างความหมายเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งกายให้กับกลุ่มผู้อ่านวัยรุ่น ศึกษาเฉพาะนิตยสาร SEVENTEEN* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- [เสรี วงศ์มณฑา, 2542] เสรี วงศ์มณฑา, *การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีเชิงปฏิบัติ*, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- [อรวรรณ วรรณโชติ, 2551] อรวรรณ วรรณโชติ *การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค สินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในประเทศไทย* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- [เอก บุญเจือ และ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2552] เอก บุญเจือ และ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, *หลักการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 3. เชียงใหม่ : ภาควิชาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- หนังสือภาษาอังกฤษ**
- [Bauman, Z., 1999] Bauman, Z., *Globalization: Human Consequence*, Columbia: Columbia University Press.
- [Belch, G. E., & Belch, M. A., 1998] Belch, G. E., & Belch, M. A., *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*, 4th ed. Irwin: McGraw-Hill.
- [Burnett, R. and David P. M., 2003] Burnett, R. and David P. M., *Web Theory*, London : Routledge.
- [Douglas Keller, 1994] Douglas Keller, *Fashion and Signifi action in Baudrillard : Baudrillard A Critical* , USA : Blackwell
- [Giddens, A., 1999] Giddens, *A.Runaway World*, London, Profile Books.
- [Jameson, F. and Masao M., 1998] Jameson, F. and Masao M, *The Cultures of Globalization*, North Carolina: Duke University Press.
- [Jefkins, Frank., 1993] Jefkins, Frank, *Planned Press and Public Relations*, 3rd ed. Great Britain : Alden Press
- [Kevin, Kawamoto, 1997] Kevin, Kawamoto, 10 Thing should Know about New Media, In The Seminar for Technology Educators. The Freedom Forum Pacific Coast Center San Francisco

- [Kotler, Phillip, 2000] Kotler, Phillip, *Marketing Management : Analysis, Planning Implementation and Control*. 10 ed, New Jersey : Prentice-Hall Inc.
- [Langhorne, R., 2001] Langhorne, R., *The Coming of Globalization*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- [Lars Svendsen, 2006] Lars Svendsen, *Fashion: A Philosophy*, London. p.9-20.
- [Lechte, J., 2003] Lechte, J., *Key Contemporary Concepts From Abjection to Zeno's Parado.* London: Sage.
- [Malcolm Barnard, 2002] Malcolm Barnard, *Fashion as Communication*, London : Routledge.
- [Mittelman, J., 1996] \ Mittelman, J., *Globalization: Critical Reflections. International Political Economy Yearbook Vol.9*, Boulder: Lynne Rienner.
- [Robertson, R., 1992] Robertson, R., *Globalization: Social Theory and Global Culture*, London: Sage.
- [Steger, Manfred B, 2003] Steger, Manfred B., *Globalization: A Very Short Introduction*, Oxford: Oxford Press.

ฐานข้อมูลออนไลน์

- _____. 2556. “Instagram (อินสตาแกรม) คืออะไร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://instagram.kapook.com/view58987.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 13 พฤศจิกายน 2556).
- _____. 2556. “วัฒนธรรมย่อย (Sub-culture)” . [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.baanjomayut.com/library/social_sciences/32.html (วันที่สืบค้นข้อมูล: 30 มกราคม 2557).
- _____. 2557. “ทุกวันนี้สื่อโทรทัศน์ต่างๆให้การยอมรับที่พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย” . [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.klemradio.com/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 พฤศจิกายน 2557).
- _____. 2557. “ธุรกิจตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด เริ่มจากการผลิตสินค้าหรือบริการ” . [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.shopkoros.com/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 สิงหาคม 2557).

- ธิดาพร ชนะชัย. 2550. “New Media Challenges : Marketing Communication Through New Media”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/nok/new_media_newchallenges.pdf
(วันที่สืบค้นข้อมูล: 30 มกราคม 2557).
- สีงายะ โยชิอิโระ. 2551. “กลยุทธ์การตลาดดองเทล”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
http://gsc.nmc.ac.th/th/article_details.php?id=F2HYLP . (วันที่สืบค้นข้อมูล: 13 พฤศจิกายน 2556).
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (ม.ป.ป.). “พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media) : อิทธิพลภาษาดิจิตอลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติ และผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ” . [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/PDF/New%20Media.pdf> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 30 มกราคม 2557).
- m.Phat. 2556. “Social Network คืออะไร ใช้งานอย่างไร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.microbrand.co/social-network-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3-%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%A3/>
(วันที่สืบค้นข้อมูล: 13 พฤศจิกายน 2556).

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved