

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ แยมศกา. 2554. การศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายของการให้บริการฐานข้อมูลออนไลน์: รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. 2547. เศรษฐมิติ: ทฤษฎีและการประยุกต์. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- นุศราพร เกษสมบูรณ์. 2541. เกณฑ์เศรษฐศาสตร์: หลักทฤษฎีและปฏิบัติ. ขอนแก่น: ภาควิชาเกณีสถิติ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปรัชญา หินศรีสุวรรณ. 2555. รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปริญญา น้อยคอนไพร. 2556. การสื่อสารข้อมูลและเครือข่าย (Data Communication and Network) แหล่งที่มา: <http://www.freebsd.sru.ac.th/course/4012702DataCommunication/unit-09.pdf> (19 พฤษภาคม 2557)
- เรณู สุขารมณ์. 2541. “วิธีสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินค่าสินค้าที่ไม่ผ่านตลาด”. วารสารเศรษฐศาสตร์ ธรรมศาสตร์. 16, 4 (ธันวาคม): 89-115.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. 2553. บรอดแบนด์ไร้สาย BWA (BROADBAND WIRELESS ACCESS). แหล่งที่มา: <http://www.vcharkarn.com> (21 พฤษภาคม 2557)
- สนิท สมัครการ. 2538. วิธีการศึกษาสังคมกับตัวแบบสำหรับศึกษาสังคมไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). โครงการส่งเสริมเอกสารวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงาน โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. 2548.
Contingent Valuation Method. แหล่งที่มา:[http://www.rdpb.go.th/rdpb/ Upload/ Document/ Chapter14.pdf](http://www.rdpb.go.th/rdpb/Upload/Document/Chapter14.pdf) (1 มิถุนายน 2557)
- เอกพล อังผาดผล. 2553. ความเต็มใจจ่ายของประชาชนในการอนุรักษ์และบูรณะมรดกทาง
วัฒนธรรมวัดในเขตเทศบาลปัวจังหวัดน่าน. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Cachia, Romina. 2008. **Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social
Networking.** Available: <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC48650.pdf> (May 2. 2014)
- Comscore. 2012. **comScore Announces Availability of Online Audience Measurement
Services for Thailand.** Available:<http://www.comscor.com> (MAY 21, 2557)
- Farooq, Faraz. Jan, Zohaib. SZABIST and Karachi. 2012. “The Impact of Social Networking to
Influence Marketing through Product Reviews” **International Journal of Information
and Communication Technology Research** 2(8): 627-637.
- Genell, Meagan and Irish Butler. 2010. **Online Social Networking and the Impact on Well-
Being: Implications for School Counselors.** Master of Education, The University of
Texas at Austin
- Green, William H and Hensher, David A. 2009. **Modeling Ordered Choices.** Department of
Economics, New York University. New York.
- Leimbach, Timo. Hallinan, Dara. Bachlechner, Daniel. Weber, Arnd. Jaglo, Maggie. Hennen,
Leonhard., et al. 2014. **Potential and Impacts of Cloud Computing Services and
Social Network Websites.** Brussels: European Union.
- Nielsen. 2013. **The Mobile Consumer: A Global Snapshot.** Available:
[http://www.nielsen.com/dam/corporate/uk/en/documents/Mobile-Consumer-Report-
2013.pdf](http://www.nielsen.com/dam/corporate/uk/en/documents/Mobile-Consumer-Report-2013.pdf) (May 20,2014)
- S van Zyl, Anria. 2009. **The impact of Social Networking 2.0 on organisations.**
Electronic Library, 27, 906 – 918. doi: 10.1108/02640470911004020

Tariq, Waqas. Mehboob, Madiha. Khan, Asfandyar and Ullah, Fasee. 2012. “The Impact of Social Media and Social Networks on Education and Students of Pakistan” **Journal of Computer Science** 9: 407-411.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved