

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.
ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คุณทลี รื่นรมย์. (2551). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6.
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คลองอมออนไลน์ สิ้นค้ามือสองเพื่อลูกค้าที่ยรัก. (2556). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<https://www.facebook.com/groups/435248529821865/>
- ชวลีกร เกษทอง. 2553. การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ
ซื้อสินค้าหรือบริการในสังคมเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฐานเศรษฐกิจ. 2556. “คุณแม่ยุคใหม่หัวใจดิจิทัล (ตอนที่ 1)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
[http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=176611
:--1&catid=106:-marketing&Itemid=456](http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=176611--1&catid=106:-marketing&Itemid=456) (31 มีนาคม 2556)
- ฐานเศรษฐกิจ. 2556. “คุณแม่ยุคใหม่หัวใจดิจิทัล (ตอนที่ 2)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
[http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=177679
:--2&catid=106:-marketing&Itemid=456](http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=177679--2&catid=106:-marketing&Itemid=456) (7 เมษายน 2556)
- ณัฐจักร ศรีสัตยาเวทย์. 2545. การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยด้านการตลาด
ที่มีต่อร้านค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตและการค้าปลีกแบบมีร้านค้า. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ตลาดนัดแม่มังกร. (2556). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<https://www.facebook.com/groups/305199992914936/>
- ตัวนรุสนา ตัวน กุจิ. การจัดการศึกษาสำหรับเด็กปฐมวัย. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.learners.in.th/blogs/posts/534307>
- ทิพย์วัลย์ ยะพันธ์. 2553. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ-ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาคณะ
เศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. รายงานประกอบกระบวนวิชา 751409
(แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบัน) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บ้านเมือง. 2555. “ไทยฮิตช้อปปิ้งผ่านออนไลน์ ตามกระแสการใช้สมาร์ทโฟน”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.banmuang.co.th/2012/05/ไทยฮิตช้อปปิ้งผ่านออนไลน์/>

(2 พฤษภาคม 2555)

บุษบา มาลาศรี. 2544. **พฤติกรรมกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.**

วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปณิศา ลัญชานนท์. 2548. **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

โพสต์ทูเดย์. 2556. “จับอองฟองตุ๊กเกอร์แก๊ง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.posttoday.com/ธุรกิจ-ตลาด/208344/จับอองฟองตุ๊กเกอร์แก๊ง>

(5 มีนาคม 2556)

ลูกมังกร กรกฏา 55. 2556. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<https://www.facebook.com/groups/301032496625092/>

วิทวัส รุ่งเรืองผล. 2545. **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552. **การบริหารตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

สิริกกุล หอสถิตย์กุล. 2543. **ความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้**

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เสาวนีย์ ใจมูล. 2554. **พฤติกรรมของคนวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องสำอาง**

ออนไลน์. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2555. “สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน

พ.ศ.2555.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ict_hh55_rep.pdf (20 มกราคม 2556).

อาทิตยา การเร็ว และคณะ. 2554. **ทัศนคติของผู้ใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์.** งานวิจัย

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

อารีย์ มัยพงษ์. 2542. **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบ**

เครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระ

จอมเกล้าพระนครเหนือ.

เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ. 2550. **การวิจัยการตลาด.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิลล์.

Sudman, S. 1976. **Applied Sampling.** New York: Academic Press.

Brandage. 2548. “**Modern Mom Insight**”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

[http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=7&](http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=7&ArticleID=1790&ModuleID=701&GroupID=717)

[ArticleID=1790&ModuleID=701&GroupID=717](http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=7&ArticleID=1790&ModuleID=701&GroupID=717) (1 สิงหาคม 2548)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved