

บรรณานุกรม

- จุฬารัตน์ ชันแก้ว. (2562). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและผลการดำเนินงานทางการตลาดหลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจบริการในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 41(159), 1-32.
- ชนนิกานต์ จุลมกร. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ปัญหาพิเศษหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสถิติ ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). *Digital marketing: Concept & case study*. นนทบุรี: บริษัท ไอทีซีพีริเมียร์ จำกัด.
- ณัฐศักดิ์ วรวิธานนท์. (2556). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการออนไลน์*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธัญญ์วี ธรศิริบุญโรจน์, กฤษฎา ตันเป่า, และกัญญามน กาญจนาทวีกุล. (2562). กลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาผ่านช่องทางดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารสมาคมนักวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 24(1), 72-84.
- นนทรัฐ ไม้เจริญ. (2557). *การศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทริกา ลากชัยเจริญกิจ, เบญจวรรณ สุจริต, และภาศิริ เขตปิยรัตน์. (2562) การตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค, *การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 6*, มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่.
- ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสาลอ. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 5(4), 195 – 205.
- วิภาดา พิทยาวิรุฬห์, ณิช กุสิษฐ์ (2557). สื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด. *วารสารบริการธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ*, 5(1), 80-96.
- สื่อสังคม*. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/สื่อสังคม/>.
- สุพจน์ ภูลาตี, มนตรี วีรยางกูม และ ศิริวิทย์ ศิริรักษ์. (2561). ปัจจัยการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความพึงพอใจและความภักดีแก่ลูกค้าในธุรกิจโรงแรมกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 23(3), 217-228.

เอมิกา เหมมินทร์. (2556). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Aaker, D. (2016). The Four Faces of Digital Marketing. Retrieved from <https://www.ama.org/publications/MarketingNews/Pages/the-four-faces-of-digital-marketing.aspx>.

Kaur, G. (2016). Social Media Marketing. Asian Journal of Multidisciplinary Studies, 4, 34-36. Georgieva, M. (n.d.). An Introduction to Email Marketing. E-book: Winn Technology group.

Retrieved from <http://www.winntech.net/demand-centerautomation/> email-marketing.

