

บรรณานุกรม

- กนิษฐา ไชยแสง และขจร ฝ้ายเทศ. (2556). *การใช้ทวิตเตอร์ของผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. กระทรวงศึกษาธิการ.
- กรมวิชาการ. (2545). *การวิจัยเพื่อการพัฒนาการเรียนรู้ตามหลักสูตรสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: ศุภสภาลาดพร้าว.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- เกรย์ วิลเลียม. (2563). *23 สถิติที่น่าอัศจรรย์ในอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมในปี 2020*. สืบค้น 17 กันยายน 2563, จาก <https://tinyurl.com/yyzl7swt>.
- จิรัฏฐ์ พรหมดิเรก. (2558). *แฮชแท็กทรงคเณศวร์: ความคาดหวัง การเปิดรับ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์, ขจร ฝ้ายเทศ, ดวงแก้ว เงินพูนทรัพย์, และวัลลภา จันทระดี. (2560). *ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. วารสารบรรณศาสตร์ มศว. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2560.
- ณัฐมณฑน์ ตั้งกิจถาวร. (2557). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟซบุ๊ก*. นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชานันต์ รัตนโชติ. (2552). *ประโยชน์ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชนะชัย ไชยปัญญา. (2562). *Twitter เติบโตสูงสุดในประเทศไทย แต่ทำไมนักการตลาดมองข้าม*. โดยชนะชัย ไชยปัญญา ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้ Twitter. สืบค้น 18 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.thumbsup.in.th/goh-chanachai-twitter-thailand>.
- ชี หลี. (2560). *การใช้สื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่ม Millennials ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free Independent Travel, FIT)*. นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก http://dSPACE.bu.ac.th/bitstream/123456789/3205/1/zi_li.pdf.
- ณิชชา ยงกิจเจริญ. (2558). *การเปิดรับข่าวสาร ทศนคดี และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อศิลปินวง EXO ของกลุ่มแฟนคลับ EXO-L*. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2557). *Digital marketing concept & case study*. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- ณัฏกิจ จันกิเสน. (2562). 4 พฤติกรรมเจาะลึกจาก Twitter เมื่อคนไทยชอบดูละครพร้อมกันเมาท์อย่างออกรสบน Twitter ไปด้วย. สืบค้น 17 กันยายน 2563, จาก <https://thestandard.co/twitter-thai-behavioural-insights/>.
- ทิพยา สุขพรวิทวัส. (2550). *พฤติกรรมการเปิดรับ และการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2557, 14 ตุลาคม). สถิติเผยปี 57 คนไทยมีพีซีใช้เพิ่มขึ้น กทม.ครองแชมป์ใช้เน็ตมีอติอ. ไทยรัฐ. สืบค้น 16 กันยายน 2563, จาก <https://www.thairath.co.th/content/456551>.
- ธันส์ถ์ เกษมไชยานันท์. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web sites) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์/กรุงเทพฯ. DOI: https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=.
- นุชจรินทร์ ซอบดำรงธรรม. (2553). *อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ. (2543). *การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเวลาเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานคร กับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้สื่อ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปภัสนันท์ ชมจันทิก. (2561). *พฤติกรรมการเปิดรับทัศนคติ และกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวตามแฮชแท็กท่องเที่ยวบนทวิตเตอร์*. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปณิชา นิตีพรมงคล. (2555). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พิชญาวี คณะผล. (2554). *การศึกษาทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา: นักศึกษาและบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จ.เพชรบูรณ์*. วิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- พีระ จิโรสถ. (2556). *กระบวนการทัศน์เกี่ยวกับทฤษฎีผลจากการสื่อสารมวลชน*. (เอกสารประกอบการสอนวิชา นศ651 ทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์). กรุงเทพฯ: ผู้พิมพ์.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย*: กรณีศึกษา Facebook. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มติชนออนไลน์. (2562, 19 กุมภาพันธ์). #แฮชแท็กอย่างไรให้ตรงใจเหล่าโซเชียล. มติชน. สืบค้น 16 กันยายน 2563, จาก https://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1030086155.
- เมธา รุ่งพัฒนพันธ์. (2555). *Twitter (ทวิตเตอร์) คืออะไร? และประโยชน์ของทวิตเตอร์*. สืบค้น 18 กันยายน 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/310329>.
- เมธินี ไชยพียงยาง. (2555). *พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com* กรณีศึกษา: ผู้สื่อข่าวออนไลน์. ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มัทนา วิบูลย์ศักดิ์. (2561). *เรingers ในทวิตทกับ Twitter แสนสนุก – คนทำงานอย่างเราได้อะไรจาก Twitter*. สืบค้น 20 กันยายน 2563, จาก <https://www.aware.co.th/it-jobs/what-makes-thailands-twitter-sphere-so-unique/>.
- รติกร สูงสมสกุล และณัฐชา วัฒนประภา. (2562). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์บนทวิตเตอร์เชิงลบ*. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้ำนมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2, วันที่ 19 มกราคม 2562, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: ที.พี.พี.รินทร์.
- วิกิพีเดีย. (2562). *ความหมายเครือข่ายสังคมออนไลน์*. สืบค้น 10 กันยายน 2563, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>
- วันฉัตร โกมลวิวัฒน์. (2554). *การสื่อสารทางการเมืองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ “กลุ่มคน เลือกลากสี”*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศุภนาฏ บัวบางพลู. (2546). *พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์*. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิตา โพธิพิธิธ. (2556). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อปัจจัยด้ำนความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจธุรกิจรับปรึกษาและวางแผนจัดงานแต่งงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- สิน พันธุ์พินิจ. (2554). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สุภาวดี ลิ้มสกุล. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวบนแท็บเล็ตเตอร์ ของคนรุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครฯ*. (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.). (2562). *ETDA เผย ปี 62 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 22 นาที Gen Y ครองแชมป์ 5 ปีซ้อน*. สืบค้น 19 กันยายน 2563, จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-behavior-2019-press-release.html>.
- สถิติประชากรศาสตร์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *1 สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ*. สืบค้น 19 กันยายน 2563, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>.
- อภิเกียรติ เตชะจารุพันธ์. (2561). *เผย สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ปี 2561 ในประเทศไทย THAILAND INTERNET USER PROFILE 2018*. สืบค้น 20 กันยายน 2563, จาก <https://bit.ly/3jPFstl>.
- อภิชาติ ดิลกสกุลไทย. (2554). *การศึกษาความต้องการข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านสื่อออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารี พลดี. (2556). *สื่อสังคม (4 ตุลาคม 2556)*. สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. สืบค้น 19 กันยายน 2563, จาก <https://tinyurl.com/y3qn6s8a>.
- Ad Addict TH. (2563, 19 กุมภาพันธ์). *Digital Thailand 2020: สรุป 30 สถิติดิจิทัลของคนไทยประจำปี 2020 ฉบับรวมครบจบในที่เดียว*. สืบค้น 16 กันยายน 2563, จาก <https://adaddicth.com/knowledge/digital-thailand-2020>.
- Bourne, L. (2014). *Women are driving the growth of social media, new report says*. Retrieved September 21, 2020, from <http://stylecaster.com/women-socialmedia/#ixzz3i0NZTwmO>.
- Dainton, M., & Zelley, E. D. (2011). *Applying communication theory for professional life: A practical introduction*. (2nd ed.). Singapore: Sage.
- DeFleur, M. (1989). *Theories of mass communication*. (5th ed.). New York: Longman.
- Hanson, G., & Haridakis, P. (2008). *Youtube users watching and sharing the news: A uses and gratifications approach*. Retrieved September 21, 2020, from <http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0011.305?view=text;rgn=main>.

- Hughes, A., & Wojcik, S. (2019). Sizing Up Twitter Users. in *Pew Research Center*. April, 2019. Retrieved October 19, 2021, from https://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/2019/04/Sizing-Up-Twitter-Users_FULL-REPORT.pdf.
- Hunt, T. & Ruben, B.D. (1993). *Mass Communication: Producers and Consumers*. New York: Harper College Publishers.
- Kathrine Bach Pachniuk. (2014). *#Hashtagging pa Instagram*. Det. Informationsvidenskabelige Akademi, KU.
- Oongkhing. (2560). *Thoth Zocial เผยสถิติวัยรุ่นไทยใช้ Twitter เพิ่มสูง ย้ำแบรนด์เตรียมใช้ "Chatbot"*. สืบค้น 17 กันยายน 2563, จาก <https://www.thumbsup.in.th/thoth-social-statistic-social-media-thai>.
- Positioning. (2560). *ทวิตเตอร์ คัมแบ็ก เมื่อวัยรุ่นหนีพ่อแม่แห่ใช้ แล้วแบรนด์ต้องทำไง*. สืบค้น 19 กันยายน 2563, จาก <https://bit.ly/2ZE0hBC>.
- Ryan Pinkham. (2019). *5 Unexpected Benefits of Using Twitter Search*. Retrieved September 18, 2020, from <https://blogs.constantcontact.com/twitter-search/>.
- Sanook. (2561). *Thailand Social Award 2018 กับการเติบโตของเฟซบุ๊ก-ทวิตเตอร์-อินสตาแกรม*. สืบค้น 25 กันยายน 2563, จาก <https://bit.ly/3BoaTBp>.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: John Wiley and Sons.