

บรรณานุกรม

- ฉวีวงศ์ บวรกีรติขจร. (2560). การศึกษาการซื้อขายสินค้ากลุ่มแฟชั่นในสื่อสังคมออนไลน์.
<https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/102579>.
- ฉัตรแก้ว โกลากิจ. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
 ออนไลน์ : <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/4188>
- ชนิกานต์ หิรัตน์พันธุ์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านทางแอป
 พลิกทัศน์ดีก็ออก. : <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/2702>
- ชนภณ นิธิเชาวกุล. (2565). SWOT analysis with statistics.
 : <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/QLLJ/article/view/260534>
- ปัญจมาพร ผลเกิด และ วิชิต ฐ่ออัน. (2565). เรื่องปัจจัยด้านการตลาดดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อ
 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สกินแคร์. บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สมพงษ์ เทียนดี. (2560). แผนการเงินและการลงทุน. เข้าถึงได้จาก แผนการเงินและการลงทุน:
 : http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4150/3/sompong_thia.pdf
- สสว. (2566). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Design)
 : <https://bds.sme.go.th/Service/Detail/952>
- สุธาวัลย์ เวฬุฒิกร. (2564). การสื่อสารการตลาดรูปแบบดิจิทัลของร้านค้าออนไลน์ Shopee
 ที่มีผล ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.