บรรณานุกรม

กษิดิศ ใจผาหวัง. (2558). *การทำตลาดผ่านสื่อดิจิทัล Digital Marketing.* (ไม่ปรากฏรายละเอียดแหล่งที่มาฉบับเต็ม).

การตลาดสื่อสังคมออนไลน์. (2565). การตลาดสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมการจัดการ, 9*(2), 164–180. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/download/257794/175780/1020675

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าผ่านช้อปปี้. (2566). *กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าผ่านช้อปปี้.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร). http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4531/1/631220071.pdf

จิตวัฒน์. (2564). *พฤติกรรมและความผูกพันของผู้ใช้งานต่อแอปพลิเคชัน TikTok.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/7942/

ชลชิน. (2560). *การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรม.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3127/3/chonchinee_bunn.pdf

ณิชกุล. (2564). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซด ในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยสยาม). https://e-research.siam.edu/kb/a-study-of-behavior-for-using-of-social-media/

นฤมล. (2565). *การศึกษาประสิทธิผลการมีส่วนร่วมของการโฆษณาคอนเทนต์วิดีโอแบบสั้นผ่านช่องทางติ๊กต๊อก อินสตาแกรม และเฟซบุ๊ก กรณีศึกษา เพจคนจะไปก็ต้องไป.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/5521

นธพร. (2564). *กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook, Instagram, Line, TikTok ของเจนวายในกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยมหิดล). https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4487/1/TP%20MM.079%202564.pdf

บุริม โอทกานนท์. (2555). *4C's การตลาดปฏิวัติ.* http://inside.cm.mahidol.ac.th

ปีเตอร์ รักธรรม. (2558). *โซเชียลมีเดียเพื่อการบริหารธุรกิจ.* สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรพรรณ ตาลประเสริฐ. (2559). *อิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

ไพฑูรย์ มะณู. (2559). *สื่อดิจิทัล (Digital Media).* https://sites.google.com/a/esdc.go.th/paitoon/sux-dicithal

มานิตา. (2564). เปรียบเทียบประสิทธิผลจากการโฆษณาออนไลน์บนแพลตฟอร์มอินสตาแกรม ระหว่างการโพสต์รูปภาพ และอินสตาแกรม สตอรี่ของร้านดิสนีย์นิวเวิลด์ที่ส่งผลต่อจำนวนผู้เข้าถึงและจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น. *วารสารศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, 10*(1), 163–171. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/article/download/265816/178291

วัลภา สรรเสริญ. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เวชสำอาง.* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

สวรรยา. (2564). *กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันประเภท TikTok เปรียบเทียบระหว่างเจเนอเรชั่น วาย (Gen-Y) และเจเนอเรชั่น แซด (Gen-Z) ในเขตกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยมหิดล). https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3934

สื่อดิจิตอลมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อเส้นทางการบริโภคสินค้าและบริการของประชากรในประเทศไทย. (2565). *สื่อดิจิตอลมาร์เก็ตติ้งที่ส่งผลต่อเส้นทางการบริโภคสินค้าและบริการของประชากรในประเทศไทย*. (ไม่ปรากฏรายละเอียดแหล่งที่มา). https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-6/sec3/6014154104.pdf

สุธาทร สุทธิสน. (2552). *แนวคิดหลักการตลาดยุค Digital*. http://toppercool.com/2009/12/แนวคิดหลักการตลาดยุค-Digital/

Hundey, E. (2012). Social media as an Educational Tool in University Level Geography. *Teaching Innovation Projects*, *2*(1), Article 5.

Kayla. (2024). *เครื่องมือ TikTok Analytics และ Instagram Insights*. Shoplus. https://www.shoplus.net/th/posts/tiktok-analytics-vs-instagram-insights

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2560). *Marketing 4.0: การตลาด 4.0*.

Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). *Digital marketing: The next generation of marketing for the real-time world*. John Wiley & Sons.