



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2567). **สื่อโซเชียลมีเดียในประเทศจีน**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.ditp.go.th/post/wkg424nhybl9mmkl0c3zhhqf>. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2567.
- กาญจนาวดี ลำลีเทศ และณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล. (2564). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ของ GEN Z ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วารสารศิลปศาสตรรัชมงคลสุวรรณภูมิ, 3(3), 329-343.
- จิระนันท์ คำแสน. (2566). **อิทธิพลความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์ต่อความตั้งใจซื้อในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก**. วิทยาสตรตรมหาบัณฑิต (การบริหารการตลาด) สาขาวิชาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐานิสร์ ไกรกังวาร และธรรมวิมล สุขเสริม. (2562). **การตัดสินใจซื้อครีมกันแดดทาผิวกายของลูกค้าในจังหวัดอุบลราชธานี**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์, 9 (3), 202-212.
- ดุชฎณี แซ่แต้ และ จันทนา แสนสุข. (2564). **การสื่อสารการตลาดโดยผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางภายใต้การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y**. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 8(1), 45-63.
- ธมลวรรณ พจน์เจริญอนันต์ (2560). **การศึกษาารูปแบบเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ ประเภท เพจเฟซบุ๊ก (Facebook page)ของการซื้อสินค้าออนไลน์ ประเภท แฟชั่น**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- นิษฐา หุ่นเกษม. (2563). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลของกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางแอลกอฮอล์**. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, 14(1), 48-85.
- พนิดา มนตรีและ วรพจน์ ปานรอด. (2564). **ความตั้งใจรับชมถ่ายทอดสดกีฬาออนไลน์แบบไลฟ์สตรีมมิง**. วารสารสหวิทยาการวิจัย, 9(2), 63-72.
- พิชญานี ธรรมวิชิต. (2563). **แผนธุรกิจบริการแพลตฟอร์มกลยุทธ์การตลาดที่อาศัยผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ “INFLUENCER HUB”** (สารนิพนธ์ ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรพล ยินดีจันทร์. (2565). **การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรี**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์. (2565). **“พาณิชย์” ชี้เป้าเจาะตลาดนักศึกษาจีน เผยอาหาร ขนม เครื่องดื่มเครื่องสำอาง มีโอกาส**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <https://www.commercenewsagency.com/news/4895>. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2567.
- วสุธิดา นุริตมนต์1* บดินทร์ พญาพรหม2 และปฐม สวัสดิ์เมือง. (2563). **อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดโดยผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้บริโภควัยทำงาน**. วารสาร RMUTP มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2563
- สมหญิง สร้อยกระโทก. (2561). **กลยุทธ์การสื่อสารบนโซเชียลมีเดียของมินิโปรดักชั่น**. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู. (2567). (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
:https://www.ditp.go.th/post/190105. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2568.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (2567). การตลาดแบรนด์จีนและแนวโน้มการบริโภคของ
วัยรุ่นจีน Gen Y ปี 2567-2568. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: https://www.iimedia.cn/c400/
98912.html. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2568.
- อังคาร คະชาวังศรี. (2566). พฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของกลุ่มนักศึกษาจีนที่เข้ามาเรียนใน
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์. (การบริหารนวัตกรรมและเทคโนโลยี). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัษฎาวุธ สมพิทักษ์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้ค้ารายย่อยกลุ่มเนื้อสัตว์ ในพื้นที่ตลาด
สดจังหวัดอุดรธานี. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Erin Lucas.(2020). Influencer, Fans, and Marketing: Chinese Influencer Economy Characteristics,(B.A.).
Graduate Program in East Asian Languages and Literatures The Ohio State University, 13-60.
- Sun jing & Wang Xinxin. (2019). Wanghong and wanghong economy: a review based on the celebrity
theory (J). Foreign Economics & Management, 18-30.
- Sun Lijuan. (2024). Current status and future trends of new media development in radio and
television. China Newspaper Industry (08), 30-31. doi:10.13854/j.cnki.cni.
- XU XU และ อนุรักษ์ อาทิตย์กวีนิ. (2566). การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อ
การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนในการท่องเที่ยวเมืองปักกิ่ง. วารสารสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 5(2), 1-
17. สืบค้นจาก เว็บไซต์วารสารสังคมศาสตร์ปริทรรศน์
- Yanling. (2565). 2022 ปี แรกของข้อมูลโซเชียลมีเดียทั่วโลก. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
https://zhuanlan.zhihu.com/p/526580520. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2567.
- Zhang, J., et al. (2022). Changes in contact patterns shape the dynamics of the COVID-19 outbreak
in China. Science, 368, 1481-1486.