



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- ณิชากุล เสนาวงษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซตในยุค new Normal ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธนารักษ์ สารเถื่อนแก้ว และคณะ. (2567). การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนในยุค ดิจิทัล. วารสารการศึกษาเชิงประยุกต์, 2(5), 37-44.
- นภาพร ภูบุบผา. (2562). ทศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นภัสวรรณ โกลันทนุรักษ์. (2567). การศึกษาการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงาน บริษัท ไทยกรุ๊ปโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน). ใน สารนิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรา กลิ่นเลขา. (2565). ผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ปิยวัฒน์ เกตุวงศา และศุทธิดา ชนวนัน. (2558). การศึกษาผลการจัดการเรียนการสอนระเบียบวิธีการวิจัยทาง สังคมศาสตร์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยบูรพา, 10(2), 138-154.
- พัชรภา เอื้ออมรวิช. (2562). สื่อสังคมออนไลน์แหล่งข่าวยุคดิจิทัล. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิง นวัตกรรม, 9(2), 1-9.
- พีรพัฒน์ ใจแก้วมา. (2563). การศึกษาพฤติกรรมการดำรงชีวิตแบบปกติใหม่ของประชาชนชาวไทยระหว่างวิกฤตโค วิด-19 วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เพียรวิทย์ มณีชัยดี. (2560). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ Konvy.com สำหรับธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องสำอางในประเทศ ไทย. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 10(1), 168-179.
- สิทธิรักษ์ ศิลป์ประสิทธิ์ และคณะ. (2565). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการบูรณา การการสื่อสาร. สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรรณ วงศ์แก้วทอง. (2553). Social Media เครื่องมือเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจ. วารสารนักบริหาร, 30(4), 63-69
- Cao, D. et al. (2021). Understanding consumer's social media engagement behavior: An examination of the moderation effect of social media context. Journal of Business research, 12(21), 835-846.
- Manca, S. & Ranieri, M. (2016). Facebook and the others. Potentials and obstacles of social media for teaching in higher education. Computers & education, 95(15), 216-230.
- Murphy, E. (1981). [A1.1]Strategic Planning for Higher Education. The Journal of Higher Education, 5(52), 470-489.

- Hrastinski, S. & Aghaee, N. M. (2012). How are campus students using social media to support their studies? An explorative interview study. *Education and Information Technologies*, 17(21), 451-464.
- Reena, S. & Ruchi, T. (2016). [A2.1]Demystifying ‘selfie’ : a rampant social media activity. *Behavior and information Technology*, Taylor & Francis Journals, 35(10), 864-871.
- Hrastinski, S., & Aghaee, N. M. (2012). How are campus students using social media to support their studies? An explorative interview study. *Education and Information Technologies*, 17, 451-464.
- Selwyn, N. (2012). Social media in higher education. *The Europa world of learning*, 1(3), 1-10.
- Tess, P. A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual)–A literature review. *Computers in human behavior*, 29(5), A60-A68.
- Phakpron Jiranathep. (2022). Digital media creation on social networks. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. .

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี