

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กฤตยา ตติรังสรรค์สุข. (2541). *เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกริกกฤษณ์ รัชปัดย์. (2540). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องฟุ้งต่อของไทยในประเทศสิงคโปร์* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://lib2002.lib.ru.ac.th / websrv/add-in/isearch](http://lib2002.lib.ru.ac.th/websrv/add-in/isearch) [2549, 10 ธันวาคม].
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต การพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.
- ชนภัทร์ หวนสุริยา. (2546). *ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์*.  
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทยา ดำนักรกุล. (2546). *การบริหาร*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2547). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์* (พิมพ์ครั้งที่ 13).  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลัทธิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สัมฤทธิ์ สุพรรณ. (2541). *การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและอุปสงค์ของคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
[http://lib2002.lib.ru.ac.th /websrv/add-in/isearch](http://lib2002.lib.ru.ac.th/websrv/add-in/isearch) [2549, 10 ธันวาคม].
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2549). *รายชื่อเขตและจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*.  
กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ยงพลเทรดดิ้ง.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: บี เอ ลิฟวิ้ง.
- สุภาวดี บุญออก. (2547). *เทคนิคการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.ismed.or.th/knowledge/showcontent.phpid=1845> [2549, 10 ธันวาคม].
- สุวิมล แม้นเจริญ. (2546). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: เอช เอ็น กรุ๊ป.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การตลาดเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- \_\_\_\_\_. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อรชร มณีสงฆ์. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.ba.cmu.ac.th/~ek/mobile721/mad/consumer.ppt> [2549, 10 ธันวาคม].
- Bansal, Harvis S., & Voyer, Peter A. (2000). Word-of-mouth processes within a services purchase decision context. *Journal of Service Research*, 3(2), pp. 166-177.
- Kolter, Philip. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New York: Harper & Row Publisher.
- La Barbera ,Priscilla A., & MaZursky, David. (1983). A longitudinal assessment of consumer Satisfaction/dissatisfaction: The dynamic aspect of the cognitive process. *Journal of Marketing Research*, 20, pp.393-404
- Stanton, William J., & Futrell, Charles. (1987). *Fundamentals of marketing* (8 th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Sunay, Hakan. (2004). **The usage of the sports image in advertising sector in selected Turkish television channels** (Online). Available: <http://www.thesportjournal.org/2004Journal/vol7-No2/sunay.asp> [2006, December 10].
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics an introduction analysis* (2 nd ed.). New York: Harper & Row Publisher.