

เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการ. (2546). 7-ELEVEN จัดสินค้าตรงใจ คู่เป้าหมายด้วย BI ไม่ใช่การคาดเดา. *นิตยสารอีลีคเตอร์*, 175, 38-145.
- ทิพย์พรรณ นพวงศ์ ณ อรุณา. รศ. (2543). โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางธุรกิจ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.uni.net.th/~16_2543/Unit6.2.htm (15 พฤศจิกายน 2545)
- ธาริน สิทธิธรรมชาติ. (2544). *ไมโครซอฟท์ เอส คิว แอล เซิร์ฟเวอร์ 2000 ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ : บริษัท ซัคเซสมิเดีย จำกัด.
- พรพิมล อนันควานิช. (2544). *คัมภีร์นักวิเคราะห์ ไมโครซอฟท์ เอส คิว แอล เซิร์ฟเวอร์ 2000*. กรุงเทพฯ : สามย่านจุดคอม.
- วิชัย กองสาสนะ. (2546). วิเคราะห์เจาะลึกข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้วย BI. *นิตยสารอีลีคเตอร์*, 175, S3-S6.
- สาวิกา อุนหนันท์. (2542). *การควบคุมทางการตลาด*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler, Philip.; Armstrong Gary. (1998). *Principle of Marketing*. 8th edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Liautaud, Bernard.; Hammond, Mark. (2000). *e-Business intelligence*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Microsoft. (2002). "Business Intelligence and Data Warehousing" [Online]. Available <http://www.microsoft.com/sql/evaluation/bi/default.asp> (15 November 2002)
- Schmid, Jack.; Weber, Alen. (1997). *Desktop Database Marketing*. Illinois: NTC Business Books.