

## บรรณานุกรม

- “ก้าวอย่างของ 3G.” 2548. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tj.co.th> (26 มกราคม 2549).
- คุณทลี รื่นรัมย์. 2545. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิตร์ ชาญชัยณรงค์. 2546. *Moby Marketing & Digital Convergence*. กรุงเทพฯ:  
เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- ชัยสิทธิ์ ตรีรัชตพงษ์. ผู้อำนวยการด้านการตลาดเทคโนโลยีใหม่ บริษัท แอควานซ์ อิน โฟร์  
เซอร์วิสเซส จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์. 10 มกราคม 2549.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2539. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ:  
บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีรชาติ ชอบอธิป. 2547. ทักษะที่มีต่อบริการข้อมูลและความบันเทิงในรูปแบบมัลติมีเดียของผู้ใช้  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- “แนวโน้มเมืองไทย กับ โทรศัพท์มือถือ 3G.” 2548. [ระบบออนไลน์].  
แหล่งที่มา <http://www.tj.co.th> (26 มกราคม 2549).
- รติรส สัมพันธ์. 2547. พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบการชำระค่าบริการ  
ล่วงหน้า ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2535. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: S.M. Circuit Press.
- \_\_\_\_\_. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม.
- \_\_\_\_\_. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2548. “พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนกรุงเทพฯ.”  
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.kasikornresearch.com> (26 มกราคม 2549).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2549. “โทรศัพท์เคลื่อนที่ : บริการเสริม ไปถึงผลึกดันสู่ 3G.”  
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.kasikornresearch.com> (26 มกราคม 2549).
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. 2548. “มาตรฐานและเทคโนโลยี ของระบบ  
โทรศัพท์เคลื่อนที่ยุคที่ 3.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ntc.or.th>  
(26 มกราคม 2549).
- \_\_\_\_\_. 2549. “3G ถูก-ดี-หนีไม่พ้น? การลงทุนครั้งใหม่ของยักษ์มือถือ.”  
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ntc.or.th> (26 มกราคม 2549).

“เอไอเอสตั้งเป้าดันนอวอยซ์ทะเล 7 พันล้าน.” 2547. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://gotomanager.com> (16 มกราคม 2548).

แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บมจ. ฝ่ายการตลาด. 2549. รายงานจำนวนผู้ใช้งาน.

[เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์]. เชียงใหม่: แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส บมจ.

Chaney, Isabella M. 2000. “Opinion leaders as a segment for marketing communications.”

**Marketing Intelligence & Planning.** 19/5 [2001]: 302-308. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.emeraldinsight.com> (20 กุมภาพันธ์ 2549).

Coulter, Robin A.; Feick, Lawrence F. and Price, Linda L. 2002. “Changing faces: cosmetics

opinion leadership among women in the new Hungary.” **European Journal of**

**Marketing.** 36, 11/12: 1287-1308. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.emeraldinsight.com> (20 กุมภาพันธ์ 2549).

“Innovation adoption curve of Rogers.” 2006. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://valuebasedmanagement.net> (10 กุมภาพันธ์ 2549).

Matsunaga, Mari. 2002. **The Birth of i-mode.** Singapore: Chuang Yi Publishing Pte Ltd.

“New Product Adoption and Diffusion Process.” 2006. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://facstaff.bloomu.edu> (20 กุมภาพันธ์ 2549).

Orr, Greg. 2003. “Diffusion of Innovations, by Everett Rogers (1995).” [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.stanford.edu> (20 กุมภาพันธ์ 2549).

Trepte, Sabine. and Scherer, Helmut. 2004. “What do they really know? Differentiating Opinion

Leaders into Dazzlers and Experts.” **Shifting Attitudes and Behaviors.** [ระบบ

ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.uni-hamburg.de> (20 กุมภาพันธ์ 2549).

“The Technology Adoption Life-cycle.” 2006. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://ist-socrates.berkeley.edu> (10 กุมภาพันธ์ 2549).