

บรรณานุกรม

ชัยสิทธิ์ ศิลมัย. 2540. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิตร์รัตน์ เลิศสุขศักดิ์. 2545. ทศนคติของผู้บริโภคต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหมีห่อเฉพาะ
ของร้านค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พงษ์ศักดิ์ ดีเสมอ. 2545. การสำรวจปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่ห้าง
พันธุ์ทิพย์พลาซ่าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ยุทธ ไกยวรรณ. 2545. พื้นฐานการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ยุทธนา ธรรมเจริญและคณะ. 2546. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
ส. เอเชียเพรส (1989) จำกัด.

วัชรภรณ์ สุริยาภรณ์. 2548. วิจัยธุรกิจยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.nesdb.go.th>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.nso.go.th>

อนุพงษ์ กล้าพูล. 2546. ทศนคติและพฤติกรรมการซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.