

บรรณานุกรม

- กัลปิงหา ครองพาณิชย์. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อปัจจัยผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- การปกครอง, กรม. (2546). สถิติประชากรปี 2546. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
กรุงเทพ, มหาวิทยาลัย. (2550, พฤษภาคม 5). ความหมายของราคา [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://www.bu.ac.th>.
- เกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัย. (2550, พฤษภาคม 5). ความหมายของราคา [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://www.ku.ac.th>.
- คอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทย, สมาคม. (2545). คอมพิวเตอร์ในยุคโลกาภิวัตน์.
กรุงเทพมหานคร: ซี.เค. แอนด์. เอส.โพลี.ดี.เอส.ดี.โอ.
- ซุดา จิตพิทักษ์. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
เชียงใหม่, มหาวิทยาลัย. (2550, พฤษภาคม 5). ความหมายของช่องทาง
การจัดจำหน่าย [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://www.ku.ac.th>.
- ธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัย. (2550, พฤษภาคม 5). การจัดการด้านผลิตภัณฑ์
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.dpu.ac.th>.
- นราทิพย์ โฉมเจริญ. (2545). อุปสงค์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
นครสวรรค์, มหาวิทยาลัย. (2550, พฤษภาคม 5). การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: <http://www.nu.ac.th>.
- นิวัติ กุลศรี. (2546). ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการร้านธุรกิจเครื่อง
คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บรรจิจิต ผดุงพงษ์. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประคอง กรวรรณสุต. (2542). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร:
วิสิทธ์พัฒนา.

- พาณิชย์จังหวัดสระบุรี, สำนักงาน. (2546). สถิติพาณิชย์ของจังหวัดสระบุรีปี 2546. สระบุรี. ผู้แต่ง.
- พิพัฒน์ จงตระกูล. (2547). ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิบูลย์ ทีปะปาล. (2545). รูปแบบของแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิมล ศรีวิกรม. (2547). ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุทธชัย กาญจนเมธา. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลไว้ใช้ในบ้านเรือน จากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยภายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รามคำแหง, มหาวิทยาลัย. (2550, พฤษภาคม 5). ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.ru.ac.th>.
- วารุณี อังศุธาร. (2549). ความสำคัญแบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพมหานคร: วิถีทัศน์พัฒนา.
- ศรีนครินทร์วิโรฒ, มหาวิทยาลัย. (2550, พฤษภาคม 5). ความหมายของการส่งเสริมการตลาด [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.swu.ac.th>.
- _____ (2550, พฤษภาคม 5). ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.swu.ac.th>.
- ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์, บริษัท. (2549). วิจัยเศรษฐกิจไทยในภาพรวมปี 2549. กรุงเทพมหานคร : ไทยพาณิชย์.
- สถิติจังหวัดสระบุรี, สำนักงาน. (2547). สถิติประชากรของจังหวัดสระบุรีปี 2546. สระบุรี. ผู้แต่ง.
- สมคิด ยกพล. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อปัจจัยผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมจิตร ล้วนเจริญ. (2546). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- สุดาวรรณ ชันชมิตร. (2547). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุนีย์ โยคะกุล. (2547). ตัวแปรอิสระในฟังก์ชันอุปสงค์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวัฒน์ ศิริจันทร์.(2547). ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- หอการค้า, มหาวิทยาลัย. (2550, พฤษภาคม 5). ความหมายของราคา [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.utcc.ac.th>.
- Andrew, B. (2002). **Affecting of Marketing Internet for Customer**. Master 's thesis, University of British, Columbia.
- Alrich, S. (2000). **Affecting of Marketing for Decision 's Customer In Canada**. Master 's thesis, University of Victoria, Canada.
- Blackrell, G. (2003). **Affecting of Marketing for Customer**. Master 's thesis, University of British, Columbia.
- Belch, S. (2005). **Affecting of Marketing Mix for Customer in Canada**. Master 's thesis, University of Victoria, Canada.
- Cronbach, A. (2000). **Basic Research Implement**. New Jersey: Simon and Schuster.
- Hutching, A. (1998). **Computer Efficiency of Management**. Master 's thesis, University of Massachusett, USA.
- Kotler, P. (1999). **Marketing Management Control**. (9th ed). New Jersey: Simon and Schuster.
- _____ (2000). **Maket Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- _____ (2001). **Maketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Leawitt, B. (2004). **Affecting of Marketing for Decision 's Customer in Asia**. Master 's thesis, University of Victoria, Canada.
- Lee, T. (2005). **Model Computer Management**. Master 's thesis, University of Massachusett, USA.
- Mark, J. (2002). **Computer Efficiency of Management**. Master 's thesis, University of Massachusett, USA.

**Maria, A. (2005). E- Commerce of Consumer Behavior. (7th ed). New york:
John Wiley Prenyice Holl.**

Maslow, A.(2000). Motivation and personality (3rd ed.). New York : Harper & Row.

Shipman, D. (2004). Management. New Jersey: Prentice-hall.

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี