

บรรณานุกรม

- กนกพร จงเจริญ. (2552). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา ของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การประกอบการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- กรณีการ์ มณีกล้า. (2553). ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). นครสวรรค์ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. ถ่ายเอกสาร.
- เกศราภรณ์ ไชยเป็ง. (2549). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในอาคารคอมพิวเตอร์พลาซ่า อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- คงวุฒิ วีระศิริ. (2551). กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- จตุรภัทร สุนทรช. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- จันทร์ดา ยินดิยม (2545). ความรู้เกี่ยวกับสินค้า. กรุงเทพฯ : พัฒนาวิชาการ.
- จุมพล จงสถิตย์ไพบูลย์. (2550). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตดินแดง กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (วิทยาการจัดการ). นนทบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. ถ่ายเอกสาร.
- ใจเพชร อรกาล. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในจังหวัดอำนาจเจริญ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). อุบลราชธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. ถ่ายเอกสาร.

- ชูชัย เทพสาร. (2546). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย : กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ทิวา พงษ์ชนไพบุลย์, ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และอมรศรี ต้นพิพัฒน์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : พัฒนาวิชาการ.
- ชนากร เหลืองพัฒนาผล. (2546). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏสุรินทร์.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). นนทบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. ถ่ายเอกสาร.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9.** กรุงเทพฯ : บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ปฐมกานต์ ยาคี. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและพฤติกรรมการใช้งานโน้ตบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ประเสริฐ วานิชนาม. (2546). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ปราณี สีน้าเงิน. (2547). **การตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- ปิยรัตน์ ยุทธวิสิทธิ์, มัสยามาศ ว่องสุรีย์ และ อติรัตน์ สุรัตน์จันทร์กุล. (2552). **พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาเพื่อใช้งานส่วนบุคคล.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- พรนิมิตร คันเต็ง. (2551). **ปัจจัยการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดพังงา.** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ถ่ายเอกสาร.
- พฤกษ์ ชวพันธ์. (2551). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง.** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). ลำปาง : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. ถ่ายเอกสาร.

- มนธิรา ตันประยูร. (2549). **พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อและการใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (Computer Notebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- รัชนีวรรณ เจตบุตร. (2548). **ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ถ่ายเอกสาร.
- วีรพร ไบลาคน์. (2545). **การผลิตและการตลาดข้าวขาวดอกมะลิ 105 อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). นครราชสีมา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครราชสีมา. ถ่ายเอกสาร.
- วศิน จารุสิริวัฒน์. (2550). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. ถ่ายเอกสาร.
- วสันต์ กนิษฐะกุลม. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม. ถ่ายเอกสาร.
- วัฒนา สุนทรชัย. (2551). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิไลลักษณ์ มาหา. (2554). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http://www.ictc.ago.go.th/it53/flap\(9\).pdf](http://www.ictc.ago.go.th/it53/flap(9).pdf).
- วิวัฒนาการคอมพิวเตอร์. (2547). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.chakham.ac.th/technology/computer/web02.htm>.
- ศิวารัตน์ ณ ปทุม และคณะ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง**. กรุงเทพฯ : โอเชียน บুক มาร์ท.
- ศุภชัย วรรณทอง. (2551). **พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). นครศรีธรรมราช : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. ถ่ายเอกสาร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อภินันท์ จันตะนี. (2550). **สถิติและการวิจัยทางธุรกิจสำหรับนักศึกษา M.B.A. และ Ph.D.** พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- อัจฉิมา เศรษฐบุตร และคณะ. (2544). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2549). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ซี.วี.แอล. การพิมพ์.
- เอกพล ปรีชา. (2550). **พฤติกรรมกรซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย
วลัยลักษณ์**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). นครศรีธรรมราช :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. ถ่ายเอกสาร.
- ไอทีคลินิก**. (2553). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://it.excise.go.th/u-notebook.htm>.
- Henry, Assael. (1998). **Marketing Management**. 8 th ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- Kotler, Phillip. (2003). **Marketing Management**. Upper Saddle, N J : Prenticehall.
- Kotler, Phillip and Kevin Keller. (2006). **Consumer Behavior**. 4 th ed. Englewood Cliffs, NJ :
Prentice Hall
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). **Consumer Behavior**. 5 th ed. Englewood
Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- .