

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกพร จงเจริญ. (2540). พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ แบบพกพาของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตสาทร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กรรณิการ์ มณีกล้า. (2553). ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- กัลยา วานิชย์ปัญญา. (2549). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ก้ำพล บัวศรี. (2548). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook) ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จตุรภัทร สุนทรซ์. (2548). ปัจจัยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ไซมอน โซตोनันต์ พอดื้อ. (2555). การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่. ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2555, จาก www.sim-son.com.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). การจัดการและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นราพงษ์ วันดี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาขนาดเล็ก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ศูนย์กรุงเทพ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ประคอง กรรณสูตร. (2548). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ (ฉบับปรับปรุงแก้ไข). ปทุมธานี : ศูนย์หนังสือ ดร.สง่า.
- ประภาพร ช่างไม้. (2552). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลิฟวิ่ง.

- พจนพร วงศ์วรรณ. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาส่วนบุคคลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรรณี สวานเพลง. (2554). **นวัตกรรม การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ระยะที่ 1**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. บิซิเนสเพรส.
- _____. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : รุ่งศิริการพิมพ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2552). **ตลาดคอมพิวเตอร์ : ไตรมาสสุดท้ายปี 2552 แข่งรุนแรง**. ค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=82810>.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศเมืองเซี่ยเหมิน. (2555). **แนวโน้มตลาดคอมพิวเตอร์แบบพกพา ปี 2553-2554**. ค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2555, จาก <http://info.it.he360.com/bijiben/index.shtml>.
- ไอดีซี. (2555). **ส่วนแบ่งทางการตลาด 10 อันดับ ของคอมพิวเตอร์แบบพกพา ประจำปีไตรมาสที่สองของปี 2011**. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2555, จาก <http://www.thaipr.net>
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics : An Introductory Analysis** (3rd ed). New York : Harper and Row.