# บรรณานุกรม


จริยา จุฬาธรรมกุล และคณะ. (2542). **การศึกษาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพรัตน์ ภูมิสาร. (2543). **การจัดการการส่งเสริมการตลาด.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิรชรา ธนเมธี. (2541). **วิเคราะห์การออกแบบเว็บเพจในเวิลด์ ไวด์ เว็ป ที่แบ่งตามประเภทองค์กร.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสื่อโฆษณาของธุรกิจ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พนม ปันทุราภรณ์. (2542). **ทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการโฆษณาในอินเทอร์เน็ต.** การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุวลักษณ์ นันทวงศ์. (2545). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.** การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วุธินันท์ สุวิมลพันธุ์. (2539). **การตระหนักรู้และพฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการเครือข่ายฯ.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา.** กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเทกซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และสุภร เสรีรัตน์. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: พัฒนาการ,.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC). 2545. **อีคอมเมิร์ซไทย: สถิติและบทวิเคราะห์รายสาขาธุรกิจ.** กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด พิมพ์งาม.

อารีย์ มยังพงษ์. (2542). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สถาบัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

**สรุปข่าวรอบเมืองเหนือ**. (2548). ศูนย์สารสนเทศ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 จังหวัดเชียงใหม่. [ [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.prdnorth.in.th/analyse/ viewanalyse.php?view=19102547133626. (10 กันยายน 2549).

**เอสเอ็มอีแบงก์วางเป้า 2 พันล.หนุน5ธุรกิจเหนือ.** (2549). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.bangkokbiznews.com/2006/02/06/a001_74088.php?news_id=74088. (10 กันยายน 2549).

**ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการของศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดฯ.** (2549).[ระบบ ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://webhost.mots.go.th/kpr/asd/Struture_Management_of_ Tourism_Sport _Province/C%205.1_Chiangmai.doc. (10 กันยายน 2549).

**สถิติท่องเที่ยว จังหวัดฯ.** (2549). สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. [ระบบ ออนไลน์]. http://www.tourism.go.th/doc.php?datatype=stattourism (18 กันยายน 2549).

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่.** (2549). หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: บริษัทฐานการพิมพ์ (8 กันยายน 2549).

**Online Marketing.** (2549). WikiPedia.[ระบบ ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://en.wikipedia.org/wiki/Online_marketing (16 October 2006).

**สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ .** (2549). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.[ระบบ ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php

Kotler, P. (1999). **Kotler on Marketing: Hot to Create, Win, and Dominate Markets**. 1st ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1999.

Liu, C. (1997). **Critical success factors for designing an electronic market on the world wide web: An Exploratory study (Website design).** [CD-ROM]. Abstract from: Dissertation Abstract International, 58, Section: A: 4481.

Roman, N. V. & Leckenby, J.D. (1998). **Factors affecting consumers U.S. Department of Commerce: Economics and Statistics Administration.** "Digital Economy." 2006. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.esa.doc.gov/2003.cfm. (26 กรกฎาคม 2549).

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved