

## บรรณานุกรม

- กิตติ สิริพัลลภ. 2543. **ครบรอบ 35 ปี สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 9. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- คุณชาติ เวชสาร. 2540. **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนิตา เชื้อเขียว. 2550. **พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคใน จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการท่องเที่ยว บ้านถวาย. 2547. **เอกสารการท่องเที่ยวหมู่บ้านถวาย**. [แผ่นพับ]. เชียงใหม่: ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการท่องเที่ยว บ้านถวาย.
- ยุทธพงษ์ กัวยวรรณ. 2543. **พื้นฐานการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ราม ปิยะเกตุ และคณะ. 2547. “โครงการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาการของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.dbd.go.th/thai/e-commerce/total\\_01.htm](http://www.dbd.go.th/thai/e-commerce/total_01.htm) (7 ตุลาคม 2549).
- ราชนนทร์ พุ่มสำเภา. 2543. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ส่งออกในจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารี พุ่มไสว. 2549. **ทัศนคติที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมคิด ต่ายธานี. ประชาสัมพันธ์ร้านค้าหมู่บ้านถวาย. **สัมภาษณ์**, 16 กันยายน 2550.
- สิริกุล หอสถิตกุล. 2543. **ความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย**. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

อรอนงค์ ศรีพิฑูราษฎร์. 2549. การออกแบบสถาปัตยกรรมสารสนเทศของแบบจำลองพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจกับผู้บริโภคกรณีศึกษา ร้านชวนหลงเชรามิค. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ) : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved