

บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ พัฒนาพิวพันธ์. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัยศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2529.
- กฤษณกุล เวชสาร. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2538.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. การพยากรณ์ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปีค.ศ. 2000-2005. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ). กันยายน 2542.
- Charmonman, Srisakdi and Wongwatanasin, Kanokwan. **Guide to Internet for KSC's member.** KSC Commercial Internet Co.,Ltd. 2540.
- E. Jerome McCarthy, Basic Marketing: A Managerial Approach, (10th Ed., Illinois: Rischard D. Irwin, 1990).
- Koanantakool, Thaweesak and Jantarapatin, Supachok. (2001, April). The Internet Index of Thailand, Internet Information Research Center. [Online]. Available: <http://ntl.nectec.or.th/internet/index.html>. [2001, April 15].
- Kotlor, Philip et al. **Marketing Management : An Asian Perspective.** 1st ed. Singapore: Simon & Schuster (Asia). Prentice-Hall. 1996.
- Nua Ltd. (2001, April). **How Many Online in Asia/Pacific.** [Online]. Available: http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/asia.html. [2000, April 23].
- Zeff, Robbin and Aronson, Bradley. **Advertising on the Internet.** 2nd ed. Wiley Computer Publishing. John Wiley & Sons Inc. 1999.