

บรรณานุกรม

คุณทลี รื่นรมย์ เพลินทิพย์ โคมศโสภาและสาวิกา อุณหันท์. 2547. การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

คุณทลี เวชสาร. 2545. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ค็อดเลอร์, ฟิลลิป. 2546. การจัดการการตลาด. แปลโดยชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ.

พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ค็อดเลอร์, ฟิลลิป และอาร์มสตรอง, แกรี. 2545. หลักการตลาด. แปลโดยวารุณี ตันติวงศ์วานิชและคณะ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ชัยสิทธิ์ เจริญมีประเสริฐ. 2544. สถิติเพื่อนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คลฤดี อัสวโกศล. 2546. รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตและการศึกษาอิทธิพลของความเชื่อ
ประสิทธิภาพในตนและปัจจัยคัดสรรที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของครูระดับ
ประถมศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร: การวิเคราะห์คอนจอยท์. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชวชนี พ่วงนาคพันธุ์. เจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัย สำนักวิจัยและพัฒนา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม. สัมภาษณ์. 27 มกราคม 2548.

นิศากร นครพิน. 2547. ความต้องการสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อการบริหารอุตสาหกรรม
เครื่องนุ่งห่มในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วาสนา นพคุณ. 2543. การใช้แหล่งสารสนเทศและความต้องการสารสนเทศทางธุรกิจของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิทยา ดำนธำรงกุล และพิภพ อุดร. 2547. ซีอาร์เอ็ม – ซีอีเอ็ม หยินหยางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วงกลม.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2548. “ข้อมูลเศรษฐกิจและสังคม.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.nesdb.go.th/econSocial/macro/nad/3_gpp/gpp2003.zip (20 มกราคม 2548).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2547. “นิยาม SMEs.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.sme.go.th/DesktopPage.aspx?pid=35&tabid=2387> (10 ธันวาคม 2547).
- โอภาส เขียมสิริวงศ์. 2546. การวิเคราะห์และออกแบบระบบ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Hair, Joseph F. Jr., et al. 1992. **Multivariate Data Analysis**. 3rd ed. New York: Macmillan Publishing.
- Marketing Department, SPSS Inc. 2005. “SPSS Conjoint 8.0.PDF” [Online]. Available <http://www.csc.um.edu.mt/courses/spss/manuals/SPSS%20Conjoint%208.0.pdf> (10 February 2005).