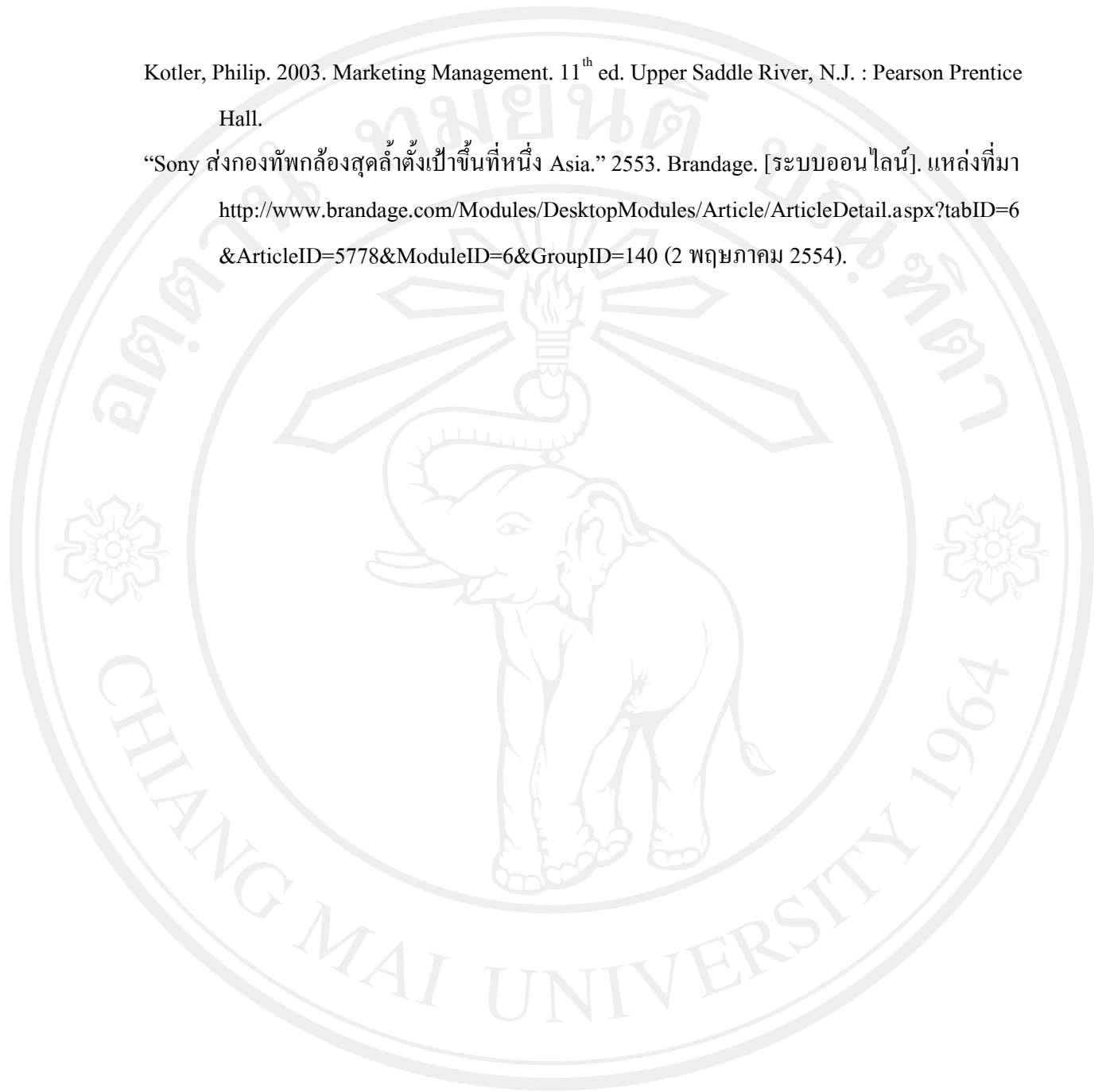


บรรณานุกรม

- กฤตพน ไชยอินทร์. 2550. ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- กุลทลีเวชสาร. 2546. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- “แคนนอนรุกหนักตลาดกล้องดิจิทัล ชิงบั๊งดั๊งกั๊ยออดขายอันดับหนึ่งกล้องดิจิทัล.” 2553. Klongdigital. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.klongdigital.com/news/a286> (31 พฤษภาคม 2554).
- ณัฐพลสาขัจกร. 2553. พฤติกรรมการซื้อกล้องถ่ายภาพดิจิทัลสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวลดเปลี่ยนเลนส์ได้ มือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2553. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: บิซซิเนสสอาร์ทแอนด์ดี, 2553.
- “แนะนำเคล็ดลับการใช้ กล้อง DSLR และเลนส์.” 2553. Lungklong. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.lungklong.com/dslr-lens-how-to-technic/#more-319> (31 พฤษภาคม 2554).
- ปิยไชยเยี่ยมศิริรักษ์. 2550. การใช้ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์เว็บไซต์ไทยดีโฟโต้ดอทคอม ในกระบวนการตัดสินใจซื้อกล้องดิจิทัลเอสแอลอาร์ และอุปกรณ์. การค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- พัชรตันติประภา. 2544. “บทที่ 6 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ใน พฤติกรรมผู้บริโภค. ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- ศิริวรรณเสรีรัตน์และคณะ, 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- อุทัยสน์ พิทักษ์สายชล. 2547. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล. สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.uniserv.buu.ac.th/forum2/topic.asp?TOPIC_ID=452 (2 พฤษภาคม 2554).
- “Digital Camera การเลือกซื้อกล้องดิจิทัลอย่างไรให้โดนใจ.” 2552. Buycom. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.buycoms.com/buyers-guide/digital-camera/index.asp> (31 พฤษภาคม 2554).

Kotler, Philip. 2003. Marketing Management. 11th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall.

“Sony ส่งกองทัพลูกโลกสุดล้ำตั้งเป้าขึ้นที่หนึ่ง Asia.” 2553. Brandage. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=6&ArticleID=5778&ModuleID=6&GroupID=140> (2 พฤษภาคม 2554).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved