

บรรณานุกรม

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2560). การพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยในระยะเวลา 20 ปี. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.etda.or.th/กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.html>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). จำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีในครัวเรือน จำแนกตามภาค และจังหวัด พ.ศ. 2556 - 2562 (ไตรมาส4). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562, จาก <http://statbbi.nso.go.th>
- กิจฐเขต ไกรवास และโกวิท กระจ่าง. (2548). สถิติเพื่อการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จารุวรรณ อ้อยพักเจริญ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้คอมพิวเตอร์ระบบปฏิบัติการวินโดวส์ หรือระบบปฏิบัติการแมคโอเอสเป็นระบบปฏิบัติการหลัก. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาญชัย โอฬารเวช. (2557). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กกับปัจจัยด้านระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- จิรดิภา เรืองกล. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วิ ฟิตเนส โซไซตี้ กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐานันท์ ล้อมกลาง และคณะ. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ณัฐพันธ์ แซ่ลี. (2557). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแมคบุ๊ก. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐวิสุทธิ์ ประมูลพงศ์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). การแข่งขันของผู้ประกอบการ ICT ที่รุนแรง. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Pages/default.aspx>.
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นฤบาล ยมะคุปต์. (2562). การซื้อสินค้าออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา: ทักษะการที่มีต่อการใช้ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ว่ายใช้งานง่าย. วารสาร BU ACADEMIC REVIEW.18(1), 18-33.
- บริษัท บริส-เทล จำกัด. (2559). ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท บริส-เทล จำกัด. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562, จาก <http://market.sec.or.th/>

- พรรณธิดา ศิริโภาคพัฒน์. (2554). การตัดสินใจซื้อสินค้าเลียนแบบแบรนด์เนมต่างประเทศของ
ประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- พัชรินทร์ สกกุลเจริญพร. (2552). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อ
Notebook Acer. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2548). หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
แฮสส์ ออฟ เคอร์มีส์.
- พริณฎา หลวงเทพ และประสพชัย พสุนนท์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า
และบริการผ่านธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 2
หน้าที่ 621-638.
- วรกร จันทราภรณ์. (2558). ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ Gaming
gear. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิگانต์ จองสุข. (2554). กลยุทธ์การตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจตัวแทนจำหน่ายคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง :
กรณีศึกษา บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2553). สถิติเพื่อการวิจัยด้วยโปรแกรม R. เล่ม 2 : การทดสอบความสัมพันธ์
และน็อนพาราเมตริก. กรุงเทพฯ: สุพีเรียพรีนติ้งเฮาส์.
- สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). สภาวะการณ์อุตสาหกรรมที่
เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562, จาก
cuip.chula.ac.th.
- สำนักงานกรุงเทพมหานคร. (2562). ข้อมูลเกี่ยวกับกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 17
สิงหาคม 2562, จาก <http://www.bangkok.go.th/main/index.php?&l=th>.
- สุดาพร กุณฑลบุตร. (2557). พฤติกรรมการบริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพของคนวัยทำงานใน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2550). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพจน์ อิงอาจ และอภิญา อิงอาจ. (2561). อิทธิพลของระบบการจัดการเรียนการสอนที่มีต่อ
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา.
วารสาร ศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 29(2), 43-55.
- หลักทรัพย์บัวหลวง. (2561). ผู้ประกอบการเกี่ยวกับอุปกรณ์ ICT จำเป็นต้องวางแผน
และกลยุทธ์ต่าง ๆ. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562, จาก
https://market.sec.or.th/public/idisc/th/FinancialReport/FS-0000002567?content_id=1.

- อภิวิทย์ ยั่งยืนสถาพร. (2558). **พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ห้องบันทึกเสียง
สร้างมูลค่าสำหรับมัลติมีเดียและงานตัดต่อ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Andreasen, A.R., Kotler, P., & Parker, D. (2008). **Strategic marketing for nonprofit
organizations** (pp. 44-53). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Axelrod, R. (Ed.). (2015). **Structure of decision: The cognitive maps of political
elites**. Princeton university press.
- Bamossy, G.J., & Solomon, M.R. (2016). **Consumer behaviour: A European
perspective**. Pearson Education.
- Belch, J., & Belch, J.F. (1993). **The clinical assessment of the scleroderma
spectrum disorders**. United Kingdom: British Journal of Rheumatology.
32(5), 353-356.
- Blisstel. (2560). **ภาพรวมของตลาด ICT** . [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562, จาก
<https://www.blisstel.co.th/annual-report-th>.
- Cronbach, L.J. (1971). **Validity**. Educational measurement, 2, 443-597.
- Greco, S., Figueira, J., & Ehrgott, M. (2016). **Multiple criteria decision analysis**.
New York: Springer.
- Hunter, F. (2017). **Community power structure: A study of decision makers**.
UNC Press Books.
- Ivy, J. (2008). **A new higher education marketing mix: the 7Ps for MBA
marketing**. International Journal of educational management, 22(4), 288-299.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management, millennium ed**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). **การตลาด 4.0**: John Wiley & Sons
- Kotler, P. & Gary, A. (1990). **Market an Introduction**. New Jersey : Prentice-Hall.
- Luhmann, N. (2018). **Organization and decision**. Cambridge University Press.
- Shaw, S. (2016). **Airline marketing and management**. Routledge.
- Solomon, M.R., White, K., Dahl, D.W., Zaichkowsky, J. L., & Polegato, R.
(2017). **Consumer behavior: Buying, having, and being**. Boston, MA,
USA: Pearson.
- Truman, H.S. (2018). **1945: Year of Decision** (Vol. 1). New Word City.
- Wang, M., & Qu, H. (2017). **Review of the Research on the Impact of Online
Shopping Return Policy on Consumer Behavior**. Journal of Business
Administration Research, 6(2), 15.
- White, D.J. (2018). **Decision theory**. New Word City.
- Zhang, K.Z., & Benyoucef, M. (2016). **Consumer behavior in social commerce: A
literature review**. Decision Support Systems, 86, 95-108.

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี