

## บรรณานุกรม

- เกสริน ชื่นชม. (2546). การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ TOT Card เพื่อช่วยในการตัดสินใจและการส่งเสริมการตลาดผ่าน INTERNET โครงการศึกษา กรณีพิเศษ. วิทยาลัยนิพนธ์เทคโนโลยีสารสนเทศมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เทพศักดิ์ บุญรัตน์พันธุ์. (2536). ปัจจัยที่ส่งผลการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ: กรณีศึกษาสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรดุษฎีบัณฑิต (บริหารการพัฒนา) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน). (2547). ข้อมูลโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด.
- ปรียา สุขเกษม และคณะ. (2539). ปัจจัยที่มีต่อแรงบันดาลใจในการตัดสินใจซื้อ. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เปาว์ณรงค์ บัวไชโย. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อินเทอร์เน็ตสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- \_\_\_\_\_. (2541) กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สุจิตรา ชำนิวิทย์กรชัย. (2535). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สำนักบรรณสารการพัฒนา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อุษาวดี ฟูตระกูล. (2548). การรับรู้ตำแหน่งตราสินค้า และส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทีไอที สอทสโปด. สารนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Best, John W. (1977). **Research in Education** .Englewood Cliffo, N.J. : Prentice Hall.
- Kotler, P. (1994). **Making**. [Online]. Retrieved August 15, 2006, from <http://www.thai ed research.orgc.Decision.html>

Kotler, P. (1997). **Marketing Management**. (9<sup>th</sup> ed). New York: Simon and Schuster.

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard I. Berry. (1985, April). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of marketing**. 49 (53) : 41-50.

Robert V. Krejcie and Eayle W. Morgan. (1970). **Educational and Psychological Measurement**. New York: n.p.