

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ (กรุงเทพไอที).ผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ ต่อกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กร. วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2550, เข้าถึงได้จาก http://www.nectec.or.th/bid/mkt_info_tech_CRM1.htm
- ข้อมูลประชากร. (2548). วันที่ค้นข้อมูล 28 กุมภาพันธ์ 2550, เข้าถึงได้จาก http://www.dopa.go.th/upstat_m.htm
- दनัย เทียนพุดม. (2532). 110 ไอเดีย จาก 80 ยอดนักบริหารชั้นนำของเมืองไทย. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า.
- _____ . (2545). การบริหารบุคคลสู่ทศวรรษหน้า 21. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถาวร ศรีสุขะโต และธนะเวช ศรีสุขะโต. (2543). เคล็ดลับการทำธุรกิจ SMEs. กรุงเทพฯ: ซี.เอ็ด.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธวัชชัย งามสันติวงษ์. (2538). การบริการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- ธีรยุทธ วัฒนสุขโชค. (2542). Entrepreneurship ภาวะเป็นฟางเส้นสุดท้ายของระบบเศรษฐกิจไทย. จุฬาลงกรณ์รัว, 12(45), 65.
- บรรพต วีระสัย. (2526). สังคมวิทยาการเมือง. กรุงเทพฯ: รามคำแหง.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปนัดดา กาญจนพันธ์. (2545). การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ปราโมทย์ เจนการ. (2523). การศึกษาอบรมกับความเป็นผู้นำ. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ปรีชา ทิวะหตุ และสุพชรา มั่นพลศรี. (2536). การบริหารการเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม กรุงเทพฯ: โครงการตำราเพื่อธุรกิจขนาดย่อม FAMD.
- ปวีศา โกวิทาณิช. (2546). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ของผู้บริโภค: กรณีศึกษาภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น โออิชิ. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- มุสดี รุมาคม. (2544). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: พิสิกส์เซนเตอร์
- พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. (2540). การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการบริหาร. กรุงเทพฯ: เสมารธรรม.

- ภิธาน ไกรฤทธิ์ บุญเกียรติ. (2549). การตลาดแบบบูรณาการของ Kellogg. กรุงเทพฯ: ทรี ฟอช คอมมูนิเคชั่น.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2545). CRM การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- รัตนา ศิริพานิช. (2532). สถิติเพื่อการวัดผลการศึกษา. กรุงเทพฯ: กรุงสยาม.
- วารุณี ดันติวงศ์วานิช. (2545). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วิทยา สุหฤทธำรง. การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า. *Industrial Technology Review*, 9(108), 150-153.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2550). รายงานการวิจัยเรื่องควมมีศักยภาพทางการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมการศึกษากิจกรรมผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำหรือแปรรูปจากสมุนไพรในเขตภาคตะวันออก. ชลบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริจรรยา เกรือวิริยะพันธ์. (2540). ข้อบทความ, พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพฯ. *เกษตรพระจอมเกล้า*, 18 (1), 51-59.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2540). การศึกษาเกี่ยวกับความนิยมในการรับประทานอาหารต่างชาติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธนาคารกสิกรไทย.
- _____. (2541). พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธนาคารกสิกรไทย.
- _____. (2543). การศึกษาเกี่ยวกับความนิยมในการรับประทานอาหารญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธนาคารกสิกรไทย.
- _____. (2544). การศึกษาเกี่ยวกับความนิยมในการรับประทานอาหารต่างชาติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธนาคารกสิกรไทย.
- สว่าง โคมทอง. (2547). สร้างนวัตกรรมให้ SMEs ได้อย่างไร. *วารสาร MBA*, (67), 63-64.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดปราจีนบุรี. (2547). บทบาทหน้าที่ของหน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์ในจังหวัดปราจีนบุรี. วันที่ค้นข้อมูล 5 ธันวาคม 2547, เข้าถึงได้จาก <http://old.moc.go.th/opscenter/pj/pj-f4/html#P1>
- อัญชลี วงศ์วิบูลย์กุล. (2546). พฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543). สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, *อุตสาหกรรมสาร*, 43, 40-45.

เอื้อมพร วงศาโรจน์. (2522). การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : คณะ
เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed). Upper Saddle River, NJ: Prantice Hall.

Lumpkin, G., & Dess, G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking
it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

Morris, M. H., & Paul, G. W. (1987). The relationship between entrepreneurship and
marketing in established firms. *Journal and Business Venturing*, 2, 247-259.

Papanek, G. G. (1971). *The development of Entrepreneurship and economic Development*.
New York: The Free.

Rissal, R. (1988). A study of the characteristics of Entrepreneurs in Indonesia.
(Dissertation, George Washington University, EDD 1988) *Dissertation Abstract
International*, 49(06), 1516.