



## บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- คชินทร์ สุกุลมัจฉินทร์. (2542). การวิเคราะห์อุปสงค์รถยนต์นั่งในประเทศไทย : วิทยานิพนธ์  
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาติศิริ อักษรประเสริฐ. (2540). เน็ตเวอร์ค มาร์เก็ตติ้ง: เส้นทางอิสรภาพทางการเงิน.  
กรุงเทพฯ : ไชเบอร์ บุ๊ค เน็ตเวิร์ค พับลิชชิง.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2534). การตลาดสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :  
ไทยวัฒนาพานิช.
- \_\_\_\_\_. (2536). องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- \_\_\_\_\_. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ :  
ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์ และธนาธิป สันติวงษ์. (2542). องค์การกับการสื่อสาร. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญรอด ปรีชาสุนทรรัตน์. (2539). การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ของอุตสาหกรรมรถยนต์นั่ง  
ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ).  
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน). (2547). นวนคร. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
<http://www.navanakorn.co.th>
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2547). วิกฤตเศรษฐกิจไทยปี 2540. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
<http://www.krc.co.th>
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525.  
กรุงเทพฯ : นามมีบุ๊คส์ พับลิเคชั่นส์.
- พรรณนุช นาขวา. (2538). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็กของผู้บริโภค  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ : การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
(บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โยธิน ศันสนยุท. (2535). มนุษย์สัมพันธ์ : จิตวิทยาการพัฒนนคนในองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 3  
กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2536). เทคนิคการวิจัยการศึกษา. กรุงเทพฯ :  
ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ



วาริน โชติกกำจร. (2544). การวิเคราะห์อำนาจตลาดและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : เอส. เอ็ม. เซอร์คิทเพรส.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษา. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2535). วัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ.

สุดสายใจ พุระวัฒนา. (2542). ปัจจัยที่กำหนดความต้องการในการซื้อรถยนต์นั่งใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุวัชร สุภกาญจน์เดชากุล. (2540). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดเล็กของผู้บริโภค. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุวัฒนา วงกะพันธ์. (2530). ธุรกิจการโฆษณา. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

อภิรักษ์ จันตะนี. (2547). การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิทยานิพนธ์ทางธุรกิจ. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

Loudan, David and Albert J. Deller Bitta. (1998). **Consumer Behavior : Concepts and Applications**. 3rd ed. New York : McGraw Hill.

Engle, Jame F, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. (1990). **Cosumer Behavior**. 6th ed. Hinsdale : The Dryden press.

Jerome Carthy E. (1981). **Business**. Boston : Houghton Mifflin.

Newman, William H. and Charles E. Summer, Jr. (1961). **The process of Management**. Englewood Cliffs : Prentice-Hall.

Peter, Paul and Jerry C. Olsen. (1990). **Consumer Behavior and Marketing Strategy**. 2nd ed. Homewood : Richard D. Irwin.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2000). **Marketing : an Introduction**. 6th ed. Engle Wood : Prentice-Hall.