

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรองแก้ว อยู่สุข. (2547). พฤติกรรมการทำงานของครูและต่อประสิทธิผลองค์กร. กรุงเทพฯ : สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น.
- จิตราภรณ์ สุทชีวรเวศราชฐ์. (2543). การวิเคราะห์และตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนิสรา ทองขาว. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาติศิริ อักษรประเสริฐ. (2540). เน็ตเวอร์ค มาร์เก็ตติ้ง : เส้นทางอิสรภาพทางการเงิน. กรุงเทพฯ : ไชเบอร์ บุ๊ค เน็ตเวิร์ค พับลิชชิ่ง.
- _____. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). การตลาดสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชนาธิป สันติวงษ์. (2542). องค์การกับการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีระ จันทน์วิจิตรกุล. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2546). สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์.
- ประเสริฐ ธรรมโชติ. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไฟฟ้าอัตโนมัติของกลุ่มผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน. ปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- พิมพ์ หิรัญกิตติ. (2548). การตลาดสินค้าอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2545). การจัดการยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2536). เทคนิคการวิจัยการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). **การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพฯ :
เอส. เอ็ม. เซอร์คิตเพรส.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษ.
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2550). **รายชื่อห้องปฏิบัติการสอบเทียบที่ได้รับการ
รับรองตาม มอก. 17025**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.tisi.go.th>
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2549). **สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ไตรมาสที่
(มกราคม- มีนาคม 2549)**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.oie.go.th>
- สุคสายใจ พุชวัฒนา. (2542). **ปัจจัยที่กำหนดความต้องการในการซื้อรถยนต์นั่งใหม่ในเขต
กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- สุภาพ วงคนารักษ์. (2547). **ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหาร
ฟาสต์ฟู้ด : กรณีศึกษา ผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ไก่ทอด เคเอฟซี บริษัท ยัม เรสเทอ
รองส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. ถ่ายเอกสาร
- สุวัชร สุภกาญจน์เดชากุล. (2540). **พฤติกรรมกาซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
รถยนต์นั่งขนาดเล็กของผู้บริโภค**. ปริญญาเศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุวัฒนา วงกะพันธ์. (2530). **ธุรกิจการโฆษณา**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). **การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิทยานิพนธ์ทางธุรกิจ**.
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อาทิตย์ เต็ดแก้ว. (2547). **การตัดสินใจใช้บริการซ่อมมอเตอร์ไฟฟ้าของลูกค้าบริษัท ก้าวหน้าอิลค
ทริค แอนด์ บิสซิเนส จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร นครอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดระยอง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. ถ่ายเอกสาร
- Havaldar, Krishna K. (2005). **Industrial Marketing. 2nd edition** . New Delhi : McGraw-Hill.
- Newman, William H. and Charles E. Summer, Jr. (1961). **The process of Management**.
Englewood Cliffs : Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management**. 8th ed. Engle Wood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.