

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กชกร กลมกล่อม. (2549). การบริหารจัดการของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ฟอร์ดที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอ่างทอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2550). อัฒมณีและเครื่องประดับ. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2555, จาก <http://www.bangkokbiznews.com>.
- เกียรติศักดิ์ บุญญวิจิตร. (2555). การบริหารจัดการที่มีผลต่อความต้องการและการตัดสินใจของชาวต่างชาติในการเลือกตั้งที่พักอาศัย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ความรู้เกี่ยวกับทองคำ. (2552). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทองคำ. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2555, จาก <http://www.oknation.net>
- จิตาภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2545). วิธีการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ช่อนกลิ่น สมอ. (2551). การตัดสินใจซื้อทองรูปพรรณของลูกค้าในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). ความหมายของการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล. (2552). การให้บริการ. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2555, จาก <http://www.crminaction.com>.
- ดิศพงษ์ พรชนกนาถ. (2546). คุณภาพในการบริการ. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ฐปณัฐ ทิพย์คุณอก. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ของลูกค้าในจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ทวีศักดิ์ เกษปทุม. (2550). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับทองคำ. กรุงเทพฯ : สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ.
- ทิวา พงศ์ชนไพบุญย์ และคณะ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาวิชาการ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : บิสิกเนส อาร์ แอนด์ ดี.

- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อุชฺษา. (2547). การตลาดสำหรับการบริหาร : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : แอคทีฟ พรินท์.
- นภาพรณัฏ หอมอ่อน. (2545). การตัดสินใจอยู่หอพักสตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นาคยา เกตุสมบุรณ์. (2549). หลักการโรงแรม. พระนครศรีอยุธยา. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นิธิกานต์ วัฒนกิติกุล. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและใช้บริการร้านทองของลูกค้าในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บ้านราชดำเนิน. (2553). วิธีการตรวจสอบความบริสุทธิ์ของทองคำ. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2555, จาก <http://www.board.banrasdr.com>.
- บุศรินทร์ จุงอานุกาพ. (2547). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อทองรูปพรรณจากในเขตอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรรณชลิต สุกดีพงษ์. (2545). การดำเนินงานธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เมย์ ปัญจางคกุล. (2549). ทักษะของผู้บริโภคและผู้ผลิตสินค้าทองรูปพรรณไทยที่มีมาตรฐานเปอร์เซ็นต์ศึกษาเฉพาะเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ยุรพันธ์ เจนพิทักษ์พงษ์. (2548). ทักษะต่อการซื้อทองของลูกค้าร้านทองในอำเภอแม่สาย จังหวัด เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไลพร วงศ์กาญจนนา. (2548). สาเหตุและการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณของผู้บริโภคในเขตลพบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ศิริประภา แก้วมณี. (2549). วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาน้ำมันกับราคาทองคำ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- \_\_\_\_\_. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

- สถานีตำรวจฝักไผ่. (2553). **แผนที่อำเภอฝักไผ่**. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2555, จาก <http://www.phakhaipolice.com>
- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ. (2555). **ศูนย์ตรวจสอบอัญมณีและเครื่องประดับ**. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2555, จาก [http://www.git.or.th/testing\\_center01.html](http://www.git.or.th/testing_center01.html)
- สมาคมค้าทองคำ. (2555). **ประวัติศาสตร์ทองคำโลก**. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2555, จาก <http://www.goldtraders.or.th>
- สุจิตรา มนตรีกุล. (2546). **ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้ บริการร้านค้าของรูปพรรณ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุมาลี พุ่มภิญโญ. (2547). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำของผู้บริโภค กรณีงานในโรงงานอุตสาหกรรมในเขตภาคกลาง**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุดม ปิติชนสารสมบัติ. (2549). **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองคำรูปพรรณร้านค้าทอง อ้าวเซ่งเฮง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Kotler, P. (1997). **Advance Marketing Management** (9th ed). Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Schiffman, L.G, & Kanuk, L.L. (1991). **Consumer Behavior** (4th ed). Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.