



**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2548). **องค์การกับมนุษย์สัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : อักษรวิทยา.
- ชนิษฐา วีรวัชรน์วนิชย์. (2549). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำการเกษตรแบบผสมผสานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านโป่ง จำกัด จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชลีนุช บุญน้อม. (2543). **องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาระบบสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง แผนกวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ชั้นปีที่ 2 คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ทวีพันธ์ คล้ายเพชร. (2541). **แรงจูงใจของนักศึกษาที่เข้าศึกษาวิชาชีพพระยะสั้นในวิทยาลัยสารพัดช่างเขตการศึกษาที่ 5**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทิพวรรณ หอมพุด. (2551). **การเขียน การอ่าน การพูด การฟังและ ราชศัพท์**. กรุงเทพฯ : รวมสาสน์.
- นันทวัลย์ ไทยอุส่าห์. (2549). **การเลือกใช้บริการซ่อมครุภัณฑ์ของโรงพยาบาลชุมชน**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประภัสสร สังขมาลัย. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าศึกษาความพึงพอใจและความต้องการสวัสดิการ ในสถานประกอบการ ศึกษากรณี : นักเรียนอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดวิทยาลัยเทคนิค กรมอาชีวศึกษาเขตภาคตะวันออก**. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยรัตน์ รื่นภาคพจน์. (2538). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ศึกษาเฉพาะกรณี โรงเรียนสตรีมหาพฤฒาราม**. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.

- พรรณมาศ แสงนาค. (2549). การสำรวจความต้องการภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนนายร้อย. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต (ศึกษาศาสตร์การสอน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พวงเพชร มากแสน. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไพฑูริย์ เทพทัต. (2550). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักเรียน นักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการการตลาด). ปทุมธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ภักดี ศรีอรุณ. (2546). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาการบัญชี ในจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มารศรี กองเกตุ. (2524). ผลของทัศนคติระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของบิดามารดาที่มีผลต่อการเลือกอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมยานี บุญเย็น. (2549). การบริหารอาชีพและเทคนิคศึกษา. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- โยธิน ศันสนยุทธ. (2530). ภาวะผู้นำทางวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเลย เขต 1. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ริเรืองรอง รัตนวิไลสกุล. (2540). มนุษย์สัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ลดารัตน์ วัฒนสาครศิริ. (2545). เหตุจูงใจในการศึกษาต่อของนักศึกษาระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ในเขตการศึกษา 9. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (การบริหารอาชีพศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

- วรัญญา เปรมฤทัย. (2545). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในโรงเรียน  
อาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต  
(การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรวัฒน์ พุ่มพยอม. (2541). ปัจจัยจูงใจเลือกสถานศึกษาเพื่อศึกษาต่ออาชีวศึกษาเอกชนระดับ  
ประกาศนียบัตรวิชาชีพโรงเรียนเกษมโปลีเทคนิค. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต  
(บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็ก.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2542). มาตรฐานการอาชีวศึกษา. กรุงเทพฯ :  
สำนักงานฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2549). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ  
ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549. กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2554). การบริหารและการวางแผน. กรุงเทพฯ :  
สำนักงานฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2545). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ  
สังคมแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ.
- สำนักงานศึกษาธิการเขต เขตการศึกษา 11. (2532). คู่มืออาชีวศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ.
- สำนักนโยบายวางแผนการศึกษา. (2540). ระบบการประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา  
แห่งชาติ. กรุงเทพฯ : สำนักฯ.
- สุชา จันทร์เอม และสุรางค์ จันทร์เอม. (2549). จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพฯ : แพร่พิทยา.
- สุมิตรา อังวัฒนกุล. (2549). การศึกษาองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกสายการเรียนของ  
นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดโรงเรียนรัฐบาล ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี.  
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แสนย์ สายสุภลักษณ์ และคณะ. (2549). การวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรบัณฑิตศึกษา คณะ  
ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต  
(บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนรรักษ์ ปัญญาวัฒน์. (2543). การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางในการรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อ ใน  
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต  
(บริหารการศึกษา). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- อรพินทร์ ศิริบุญมา. (2549). “ความต้องการศึกษาโอกาสและการเลือก,” **วารสารการศึกษาแห่งชาติ**. 49 (9) : 65.
- อัญชนี วิชาภัย บุญนาค. (2540). **จิตวิทยาพัฒนาการ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Assael, H. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6th ed. Cincinnati, OH : South – Western College.
- Bloom, B.A. (1963). **Taxonomy of Education Objective Handbook I : Cognitive Domain**. New York : David Mc Kay.
- Coleman, J.L. (1988). **The Foundations of Constitutional Economics**. Cambridge : Cambridge University Press.
- Dato, J. (2000). **Psychology of Work Behavior**. New York : Dorsey Press.
- Engel, J.F. B.D. Roger & M.W. Paul. (1995). **Consumer Behavior**. New York : Prentice Hall.
- Ferraro, G. P. (1994). **International Business Enterprises; Intercultural Communication ; Technical Assistance; Social Aspects; Anthropological Aspects**. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Guilford, J. & D.E. Gray. (1970). **Motivation and Modern Management**. Massachusetts : Addison-Wesley.
- Hawkins, D.I. R.J. Best & K.A. Coney. (1997). **Consumer Behavior : Building Marketing Strategy**. 7th ed. Boston, MA : McGraw - Hill.
- Hoyer, W. D. & D. J. MacInnis. (2000). **Consumer Behavior**. Boston : Houghton Mifflin.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. 8 th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice - Hall.
- Leather, E.H. (1995, June). “Notes on a General Theory of Administration,” **Administrative Science Quarterly**. 1(1) : 3-29.
- McClelland, D. C. (1969). **Motivating Economic Achievement**. New York : Free Press.
- Michman, K. (1991). **Changing Patterns in Consumer Behavior Engendered by the Changing Status of Women**. California : Mayfiled.
- Mowen, J. C. & M. Minor. (1998). **Consumer Behavior**. 5th ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- Newman, William H. (1950). **Administrative Action**. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- Schiffman, L. G., & L. L. Kanuk. (2000). **Consumer Behavior**. 7th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.
- Solomon, M. R. (1999). **Consumer Behavior**. 3 rd ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.

Vroom, V.H. (1970). **Work and Motivation**. New York : John Wily and Sons.

Walters, C. (1978). **The Study of Public Administration**. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.

William, K. D. (2008). **Exploring the Relationship of Perceived Automotive Salesperson Attributes, Customer Satisfaction and Intentions to Automotive Service Department Patronage : The Moderating Role of Customer Gender**. Ohio : Millersville University.