

REFERENCES

- Fishbein, M. (1967). *Attitude and the prediction of behavior*. New York: John Wiley.
- Heinritz, S., Farrell, P. V., Giunipero, L., & Kolchin, M. (1991). *Purchasing principles and applications* (8th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). *Strategic marketing for educational institutions* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kumar, R. (1996). *Research methodology: A-step-by-step guide for beginners*. Addison Wesley Longman, Australia: SAGE Publication.
- Nuntapon Chaisiri. (2006). *Factors affecting high school students' decisions to take English courses at tutorial schools*. Unpublished master's research paper, Thammasat University, Language Institute, English for Careers.
- Schutte, H., & Ciarlante, D. (1998). *Consumer behavior in Asia*. London: Macmillan Press.
- Wright, R. (2006). *Consumer behavior*. Milan, Italy: Thomson Learning.
- ปีติมา เหม่นแมน. (2548). การบริหารจัดการของโรงเรียนกวดวิชาในสยามสแควร์. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการ
สื่อสารภาครัฐและเอกชน.
- สุพมา ดีสวัสดิ์. (2550). ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษเอ็นคอนเซ็ปท์ ในความคิดเห็นของ
ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการสื่อสารภาครัฐและ
เอกชน.