

บรรณานุกรม

1. Anken, A.K., Chaipooopirutana, S., & Combs, H. (2009). Psychographics and Patronage Behavior of Mature Consumers in Thailand. *International Review of Business Research Papers*. 5 (2), 409-419. <http://www.bizresearchpapers.com/31%5B1%5D.Combs.pdf>.
2. Dhalla, N.K., & Mahatoo, W.H (1976). Expanding the Scope of Segmentation Research, *Journal of Marketing*, 40, 34-41.
3. Dichter, E (1958). Typology, *Motivatiuonal Publications*, 3, 3.
4. Dickinson I, Joan and Marsden, John P.(2009).*Informing design*, New York city: Fairchild Publishers.
5. Gunter, B., & Furnham, A. (1992). *Consumer Profiles: An Introduction to Psychographics*, London: Routledge.
6. Lazarfeld, P.F. (1953). "The Art of Asking Why" *National Marketing Review*, 1, 26-38.
7. Mitchell, A. (1983). *The Nine American Life-Styles*, New York: Warner.
8. Moleski, W. (1974). Behavioral analysis in environmental programming for offices, Design for humane behavior. *Architecture and the behavioral sciences*, 302-315.
9. Pena, W., & Focke, J.W. (1969). Problem Seeking: New directions in architectural programming. Houston, TX: Caudill Rowlett Scott.
10. Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing* (International Edition). 9th Edition. Prentice Hall International, Inc.
11. Rokeach, M. (1973). *The nature of Human Values*, New York: The Free Press.
12. Hershberger, R. (2008). "Behavioral-Based Architectural Programming" *Handbook of Environmental Psychology* Edited by Robert B. Bechtel, Arza Churchman, Arzah Ts'erts'man , pp. 292-305.
13. Schewartz, S. , Bilsky, W. (1990). "Towards a Theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross-cultural Replications," *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878-891.
14. Wedel, M. , & Kamakura, W. A. (2000). *Market Segmentation: Conceptual and methodological foundations*, London: Kluwer Academic Publishers.
15. Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*, Longman.
16. คณะกรรมการวิชาศิลปะการดำเนินการดำเนินการดำเนินชีวิต ศูนย์วิชาบูรณาการ, (2551). *ศิลปะการดำเนินชีวิต*, กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



17. คณะกรรมการโครงการสืบสานวัฒนธรรมไทย. (2539). รายงานสัมมนาวิชาการ *มรดกไทย, ยุคสร้างสรรค์และสืบสานวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ :สำนักเสริมการศึกษาและบริการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับ วิทยาลัยทองสุข.
18. คณะอนุกรรมการวัฒนธรรมภาคเหนือ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , (2542). *การวิจัยในมิติวัฒนธรรม*, เชียงใหม่.
19. ชะวัชชัย ภาคินธุ.(2548), *สารที่ถูกลมองข้ามทางวัฒนธรรม*, กรุงเทพฯ:โอเดียนสโตร์.
20. พัว อนุรักษ์ราชมณฑเียร, ท่านผู้หญิง. (2551), *วัฒนธรรมและประเพณีไทย*, กรุงเทพฯ:อัมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชซิ่ง(มหาชน).
21. พสุ เดชะรินทร์, รศ.ดร., *มุมมองใหม่: คนรุ่นใหม่คิดและประพฤติต่างเพราะใคร*, บทความจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2553 (น.10) , กรุงเทพฯ: ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด.
22. ประเวศ วะสี, (2547), *ธรรมชาติของสรรพสิ่ง : การเข้าถึงความจริงทั้งหมด*, กรุงเทพฯ : มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
23. นิตา ชูโต, (2548). การวิจัยเชิงคุณภาพ, กรุงเทพฯ : พรินด์โพร.
24. ลิขิต ธีรเวคิน, ศ.ดร. ราชบัณฑิต, (2548). *คนไทยในอุดมคติ*, กรุงเทพฯ : แมค.
25. สุวิทย์ เมษินทรีย์, ดร. (2551), *What Thailand means to me?*,บทความจากนิตยสาร Brandage magazine (น.138-147), กรุงเทพฯ: แปรนด์เอจ.
26. สุวิทย์ เมษินทรีย์, ดร. (2551), *Brandage Business Quarterly (The first quarter 2008)*, กรุงเทพฯ: แปรนด์เอจ.
27. สุวิทย์ เมษินทรีย์, *บทความ What Thailand means to me? Episode 4 :ธรรมาภิบาลทางสังคมและการเมือง สองจิ๊กซอว์ที่ขาดหายไป*, นิตยสาร Brandage volume 9/3 2008, กรุงเทพฯ : แปรนด์เอจ.
28. สโมสรณ์กเขียนสารคดีข, *ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาไทย : โครงการบันทึกสยาม*, [http:// www.geocity.com/siam_discovery](http://www.geocity.com/siam_discovery).
29. วิไลเลขา ถาวรธนสาร, (2545).*ชนชั้นนำไทยกับการรับวัฒนธรรมตะวันตก*. กรุงเทพฯ: ด่านสุทธการพิมพ์.
30. คีกรุทธิ ปราโมช,ม.ร.ว.,(2549) ,*ลักษณะไทย 4* . กรุงเทพฯ: ศูนย์สังคีตศิลป์ ธนาคารกรุงเทพ.
31. สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551), *การสำรวจสภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม (สรุปสำหรับผู้บริหาร)*, <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/survey/cultureExec52.pdf>.

