

## บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒ์. (2543). สถิติอ้างอิงเพื่อการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2).  
เชียงใหม่: ภาควิชาประเมินผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล  
(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การขนส่งทางบก, กรม. (2548, พฤษภาคม 5). ประเภทรถยนต์ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :  
<http://www.dlt.note.go.th/>.
- กิติมา ประดิษฐ์กุล. (2547). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ  
รถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เกียรติยศ ณ นคร. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อ  
การใช้เครื่องปรับอากาศในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ . (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐปณัฐ ทิพย์คุณอก. (2551, พฤศจิกายน 14). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่ง  
ขนาดใหญ่ของลูกค้ายในจังหวัดนครราชสีมา [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :  
<http://www.riclib.nrct.go.th/abs/2549/ab162200.pdf>.
- ด็อกเตอร์คาร์. (2551, พฤศจิกายน 14). ประวัติยานยนต์ไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :  
<http://www.chuansin.com/doctorcar/auto-history-1.html>.
- โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด, บริษัท. (2550, พฤษภาคม 5). สถิติรถยนต์ [ออนไลน์].  
เข้าถึงได้จาก: <http://www.toyota.co.th/>.
- ทงศักดิ์ วัฒนา. (2551, พฤศจิกายน 14). เทคโนโลยียานยนต์วิศวกรรมยานยนต์  
เบื้องต้น (ตอนที่ 1) [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [http://www.thailandindustry.com/home/FeatureStory\\_preview.php?id=1520&section=9&rcount=Y](http://www.thailandindustry.com/home/FeatureStory_preview.php?id=1520&section=9&rcount=Y).
- ทวีศักดิ์ กุศลธรรมวัฒน์. (2551, พฤศจิกายน 14). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่ง  
ส่วนบุคคลของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรสาคร [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :  
<http://www.riclib.nrct.go.th/abs/2549/ab160046.pdf>.

- ชนชล พิรุณสาร. (2552, มกราคม 8). ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสอง ในตลาดรถยนต์ที่เซ็นเตอร์ เซตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/\[in=book2.par\]/?^t2006=184928&^t2003=1&^t2000=รถยนต์มือสอง](http://www.riclib.nrct.go.th/scripts/wwwi32.exe/[in=book2.par]/?^t2006=184928&^t2003=1&^t2000=รถยนต์มือสอง).
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา.(2549). การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรา ปวีดาภา. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งอเนกประสงค์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุษบาบัณ โภเมศ. (2546). ปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบโทรศัพท์มือถือทีเอ ออเรนจ์ ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปิยะพงศ์ พัดชา. (2546). ดิจิทัล SMEs โกอินเตอร์. กรุงเทพฯ : อินฟอร์มีเดีย บัคส์.
- ปรีชา ศิริโชค. (2551, พฤศจิกายน 14). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์แบบนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนอเนกประสงค์ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.riclib.nrct.go.th/abs/2550/ab177249.pdf>.
- ผดุงศิลป์ แสงเพชร. (2551, พฤศจิกายน 14). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลประเภทขับเคลื่อนสี่ล้อ ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.riclib.nrct.go.th/abs/ab133009.pdf>.
- ผู้จัดการรายวัน. (2552, มกราคม 8). สหกรณ์ประมูลจีบกลุ่มไฟแนนซ์ร่วมเป็นพันธมิตรประมูลรถยนต์ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=55080>.
- พงษ์ศักดิ์ มีแก้ว. (2551, พฤศจิกายน 14). พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.riclib.nrct.go.th/abs/2549/ab174012.pdf>.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พยอม วงศ์สารศรี. (2542). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: พิมพ์สุภา.

รุ่งเรือง เสนีย์ศรีสกุล. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเสริมของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2551, พฤศจิกายน 14). ความหมายของรถยนต์ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A3%E0%B8%96%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B9%8C>.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2546). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.  
วัลลภ ลำพาย. (2547), เทคนิควิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.  
ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2548, พฤษภาคม 6). สถิติธุรกิจ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.gototfb.com/>.

ศริญญา ศิริบุญ. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์. (2540). องค์กรและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: เทคนิค.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิถีพัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, และองอาจ ปทะวานิช. (2541). กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาด กรุงเทพฯ : ซีพีฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช, ปริญ ลักษิตานนท์, และสุพีร์ ลิมไทย. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีพีฟิล์มและไซเท็กซ์.

สุชาติ สังข์เกษม. (2543). เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับต้นของกรมสรรพสามิต รุ่นที่ 5. สำนักเสริมศึกษาและบริหารสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2541). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : ประกายพริก.

สุดสายใจ พุทธิวัฒน์. (2542). ปัจจัยที่กำหนดความต้องการในการซื้อรถยนต์นั่งใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุธาวัตร ประสิทธิ์. (2551, พฤศจิกายน 14). ความหมายของรถยนต์ [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก : <http://learners.in.th/blog/jaideaw/118277>.

สุรวิทย์ ศิริโกศาภิรมย์. (2546). วิจัยธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 3). ลพบุรี: สถาบันราชภัฏเทพสตรี.

สุวิมล แม้นจริง. (2546). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: เอช. เอ็น. กรู๊ป.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีพีฟิล์มและไซเท็กซ์.

อัจจิมา เศรษฐบุตร์, และสายสวรรค์ วัฒนพานิช. (2547). การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัคร์อนุไร เดชะสวัสดิ์. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภค. นนทบุรี: ซี.วี.แอล.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อดุลย์ จาตุรงคกุล, ดลยา จาตุรงคกุล, และพิมพ์เดือน จาตุรงคกุล. (2546). การตลาดบริการ.  
กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2003). **Marketing and introduction** (6<sup>th</sup> ed.). New Jersey:  
Pearson Education.
- Carthy, E. (1990). **Basic marketing : a managerial approach**(10<sup>th</sup> ed.). Homewood  
Illinois : Van hoffman Press.
- Dwan, H.D. (1999). **The journal of advertising**. Brand Edorsement, Popularity, and  
Event Sponsorship as Advertising Cues Affecting Consumer Pre-Purchase  
Attitudes.
- Etzel, Michael J., Walker, Bruce J., & Stanton, William J. (2001). **Marketing** (12<sup>th</sup> ed.).  
NewYork: McGraw-Hill.
- Greenberg, J. & Baron, R.A. (2003). **Behavior in organizations : understanding and  
managing the human side of work** (8<sup>th</sup> ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2003). **Marketing management** (11<sup>th</sup> ed.). New Jersey : Pearson  
Education.
- Peter, W. (1995). **Journal of consumer research**. Persuasion Knowledge.: Lay  
People's and Researchers' Beliefs about the Psychology of Advertising.
- Schiffman, G., & Kanuk, L. L. (1997). **Consumer behavior** (6<sup>th</sup> ed.). New Jersey:  
Prentice - Hall.
- Stanton, W.J. & Futrell C. (1987) **Fundamentals of marketing**. New York : MaGraw –  
Hill.