

**บรรณานุกรม**

- เจนจิรา พรหมวันดี. 2548 . ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์วูดเทคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ณัฐนิชา ลำอานกุล. 2547. ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทศศรีศุญา กลิ่นพินิจ. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ห้อย INDEX ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วารุณี ดันตวงศ์วานิช และคณะ. 2546. หลักการตลาด(ฉบับมาตรฐาน).พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร :เพียร์สัน เอ็นดูเคชั่น อิน โค ไชน่า.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี.2555 รายชื่อเขตในกรุงเทพมหานครเรียงตามจำนวนประชากร. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2555, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2550. กลยุทธ์การตลาด และการบริหารเชิงกลยุทธ์ .พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : ธนัชชการพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. 2535 หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์ เอส เม เซอร์กิต
- สรรชกร สุภาวัฒน์. 2549. ปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์โลหะของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร . ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2541. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 5.กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุวิมล แม้นจริง. 2546. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- Levy, Michael and Weitz, Barton A. 1995. **Principles of Service Marketing and Management.** 2<sup>nd</sup> New Jersey, Pearson Education,
- Philip Kotler, Gary Armstrong, 1994 . **Principles of Marketing.** PrenticeHallInternational,Inc.