

เอกสารอ้างอิง

- [1] Wind, Y. and Saaty, T. (1980). Marketing Applications of The Analytic Hierarchy Process. Management Science. Vol. 26. No7. July.
- [2] Sato, J. (2004). Comparison between Multiple-choice and Analytic Hierarchy Process: Measuring Human Perception.
- [3] วิเคราะห์ความต้องการที่อยู่อาศัยปี 2555 ผ่านกลุ่มผู้เข้าชมงาน มหกรรมบ้านและคอนโด ครั้งที่ 25. (2554, ตุลาคม-ธันวาคม).วารสารศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ REIC. 6(21).
- [4] ถนอม อังคณะวัฒนา. (2534). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดพักอาศัยของผู้มีรายได้สูงในเขตชั้นกลางถึงชั้นในของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกพัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [5] กมล สุรินันท์. (2537). ทักษะคติของผู้อยู่อาศัยต่ออาคารชุดพักอาศัยราคาถูกย่านชานกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอกพัฒนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] ศิริศักดิ์ ฉันทชัยวัฒน์และคณะ. (2539). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย : ศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาโท สำหรับผู้บริหาร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [8] กิตติพงษ์ วงศ์ฟู. (2541). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่.
- [9] ชัชกร เย็นบำรุง. (2546). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการซื้อห้องชุดพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้บริโภค : กรณีศึกษาห้องชุดพักอาศัยในครอบครองของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). นนทบุรี:บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. ถ่ายเอกสาร.
- [10] เอมอร วงษ์ศิริ. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมเป็นที่อยู่อาศัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร หลังวิกฤติเศรษฐกิจ(ปี พ.ศ. 2539 – พ.ศ. 2545). สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- [11] สายหยุด เกิดสวัสดิ์. (2546). ความต้องการอาคารชุดพักอาศัยในเขตดินแดงและห้วยขวาง. วิทยานิพนธ์ คอ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ถ่ายเอกสาร.
- [12] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2549). การสำรวจเพื่อศึกษาถึงทิศทางของตลาดและความต้องการที่อยู่อาศัย.
- [13] ธนาวุฒิ เขียวรอด (25 52)। ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- [14] Oishi, S., Hahn, J., Schimmack, U., Radhakrishnan, P., Dzokoto, V., and Ahadi, S. (2005). The Measurement of Values Across Cultures: A Pairwise Comparison Approach. Journal of Research in Personality. 39. p.299-305. Scientdirect. Elsevier.
- [15] Hofstede, G. (1980). Culture's Consequences. International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills. CA:Sage.
- [16] Likert, Rensis. (1932). "A Technique for the Measurement of Attitudes". Archives of Psychology. 140: 1–55.
- [17] Kitayama, S. (2002). Culture and Basic Psychological Processes – toward a System View of Culture: Comment on

Oysermann et. Al. (2002). Psychological Bulletin, 128, 89-96.

[18] Yamane, T. (1967). Statistics: An Introductory Analysis. New York: Harper and Row. p 57.

[21] Saaty, T. L. (1980). The Analytic Hierarchy Process. New York: McGraw-Hill.

[22] วิฑูรย์ ตันศิริมงคล. (2542). AHP กระบวนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก. กรุงเทพฯกราฟิกแอนด์ป
ริ้นติ้ง.

[23] Spearman, C. (1904). The proof and measurement of association between two things. The American journal of
psychology. 100 (3-4): 441-471.