

บรรณานุกรม

- กฤษณี เวชสาร. 2540. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปฏิพร โพธิ์รังสิยากร. 2545. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มตราหน้าไทย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เลิศศักดิ์ คูย์รัตน์. 2545. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสั่งใช้ยาต้านโรคอ้วนในผู้ป่วยโรคอ้วนของแพทย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศศิธร ภูกุล. 2545. ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัทการตลาดแบบหลายชั้น : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง บริษัท สุพรีเตอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- สุจริต สุนทรธรรม. 2544. “แนวทางเวชปฏิบัติอ้างอิง การตรวจและการสร้างเสริมสุขภาพในประเทศไทย”. หมอชาวบ้าน. 5, 3 (มีนาคม): 392-396.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. 2543. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ประกายพริก.
- เอกรัฐ วิฑิตกพัทธ์. 2543. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการสั่งจ่ายยาลดไขมันในเลือด ของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมือง ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เซอร์บาไลฟี (บรรณาธิการ). 2544. “สุขภาพ สารอาหาร และเสริมความงาม”. Today. 4, 4 (เมษายน): 9.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prantice Hall. Inc.
- Rosenbloom, Bert. 1995. *Marketing Channels : A Management View*. 5th ed. Fort Worth: Dryden Press