

## บรรณานุกรม

- กมล กลิ่นรื่น. 2539 . การวางแผนการตลาดของหม้อแปลงไฟฟ้าระบบจำหน่ายชนิดน้ำมัน:  
กรณีศึกษาศึกษาบริษัท เทพารักษ์หม้อแปลงไฟฟ้า จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2530. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ประสานมิตร.
- นัฐกิจ เลิศศักดิ์ดาเดช. 2543. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า  
ในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีระ จันทร์วิจิตรกุล. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงาน  
อุตสาหกรรม ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. การศึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ.  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บริษัทเต็มโก้จำกัด (มหาชน). 2551. ภาวะอุตสาหกรรม. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
[http://www.thailistedcompany.com/ir/demco/web/show\\_th.cgi?content=outlook&](http://www.thailistedcompany.com/ir/demco/web/show_th.cgi?content=outlook&) (20  
เมษายน 2551).
- วรชาติ ต้นดีวาจา. 2545. การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีส่วนประสมทางการตลาดของ  
อุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดต้นต้อโตเมชั่น.  
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุชาติ ใจภักดี. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหม้อแปลงไฟฟ้า ของโรงงานในเขตนิคม  
อุตสาหกรรมบางชัน และนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธีระฟิล์ม  
และไซเท็กซ์ จำกัด.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น  
อินโดไชน่า จำกัด.