

บรรณานุกรม

กระทรวงมหาดไทย. 2548. “ข้อมูลจำนวนประชากรและบ้าน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dopa.go.th> (13 มกราคม 2548).

คุณชาติ รื่นรมย์. 2545. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กุลวิ พิโรจน์รัตน์. 2544. การเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าอาหารแปรรูปไทยในกลุ่มผู้บริโภคโปร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชมพูนุช นุตาคม. 2542. หลักการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : ศูนย์เอกสารและตำราสถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

ฐจิตรรา สรรพกิจ. 2547. การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านกาแฟถ้วยดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ดารา ทีปะपाल. 2541. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. 2542. ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภานุมนต์ หนองขุนสาร. 2548. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเช่าพื้นที่ของร้านคอมพิวเตอร์ในศูนย์คอมพิวเตอร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ขงยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์ และคณะ. 2547. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ศิริรภา บุญมา. 2548. การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรชร มณีสงฆ์ และคณะ. 2549. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.