

บรรณานุกรม

- กุสุมา อภิวัชรกุล. 2546. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไพรัช ชัยอิสระเสรี. 2551. เจ้าของกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ชัยเสรี จังหวัดเชียงใหม่. สัมภาษณ์. 18 มิถุนายน.
- “รถจยย. น้ำมันคึก-รถไฟฟ้าไม่โต 4 เดือนแรกตลาดรวมกวาดยอดขาย 5.59 แสนคัน โต 8%.”
ฐานเศรษฐกิจ. 2551. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thannews.th.com> (6 มิถุนายน 2551)
- นิศาชล ญาณะนนท์. 2548. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของบริษัท อิเทอร์นัลเอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารุณี ต้นดวงศ์วานิชและคณะ. 2546. หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วิญญู อริยะวุฒิกุล. 2547. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์จากบริษัท ยางทองอะไหล่ยนต์ จำกัด. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เรนัส เสริมบุญสร้าง. 2548. “บทที่ 2 สิ่งแวดล้อมทางการตลาด,” ใน เอก บุญเจือ และ ปิยะพรณกัณฑ์กลั่น, บรรณาธิการ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสกสรร อินทร์ประสิทธิ์. 2548. ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตรอินทรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ชัยเสรี. 2550. บัญชีรายชื่อลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เชียงใหม่นิวอะไหล่ ชัยเสรี.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อรุณา และเอก บุญเจือ. 2548. “บทที่ 8 ผลิตภัณฑ์,” ใน เอก บุญเจือ และ

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, บรรณาธิการ. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่:

ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รวีพร คุณเจริญไพศาล. 2548. “บทที่ 10 การจัดทำหมาย,” ใน เอก บุญเจือ และ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น,

บรรณาธิการ. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรชร มณีสงฆ์. 2548. “บทที่ 11 การส่งเสริมการตลาด,” ใน เอก บุญเจือ และ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น,

บรรณาธิการ. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กฤษณา รัตนพุกษ์. 2548. “บทที่ 12 การตลาดบริการ,” ใน เอก บุญเจือ และ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น,

บรรณาธิการ. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved