

## บรรณานุกรม

กฤษณา รัตนพฤกษ์. 2545. การตลาดบริการ.เชียงใหม่ : ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กฤษณาลี รื่นรมย์. 2551. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ดีแฟ่ความจริง “วงการหมอ” เรื่องเล่าจาก “คนขายยา”.2553 (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา:

[http://www.bangkokbiznews.com/2010/07/18/news\\_31248247.php?news\\_id=31248247](http://www.bangkokbiznews.com/2010/07/18/news_31248247.php?news_id=31248247) ( 15 พฤษภาคม 2554).

ธีรรัตน์ จันทร์ศรี. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกส่งยาในกลุ่มยารักษาโรคความจำเสื่อมจากอัลไซเมอร์. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นงลักษณ์ ไชยมัง. 2554. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่ออายุรแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการตั้งใช้ยาในกลุ่มเออาร์บี. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิรุณพร เพียรธรรม. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใช้ยากระดับความดันโลหิตสูงในผู้ป่วยของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรรณจารีย์ เส็งเจริญ. 2554. ผู้จัดการฝ่ายการขายบริษัทเซอร์เวียร์(ประเทศไทย) จำกัด.สัมภาษณ์. 20 พฤษภาคม 2554.

มูลนิธิโรคกระดูกพรุนแห่งประเทศไทย (TOPF)(2002).แนวทางปฏิบัติสำหรับโรคกระดูกพรุน พ.ศ.2553.

วีระยา จอมภักดี. 2552. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซักอบรีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2546. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.

สิริพิมพ์ อ่วมนภา. 2551. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ยารักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์โรงพยาบาลในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุรศักดิ์ จิระบรรจง. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของแพทย์ในการเลือกใช้ยาในโรงพยาบาลในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอก บุญเจือ และ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, บรรณาธิการ. 2552. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่3. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Kothler and Keller. 2009. “**Marketing Management**”.13 th Ed.USA:Pearson Education,Inc.