

## บรรณานุกรม

- ธีระ กิตติธีระพรชัย. 2548. **Thailand Industrial Market 2006/2007**. Bangkok : Green World Publication Co.,Ltd.
- ธีระ จันทน์วิจิตรกุล. 2547. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บริษัท อีเล็กทริก อีควิปเมนท์ แอนด์ ซัพพลาย จำกัด. 2551. “เครื่องสูบน้ำเสีย” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.eessp.com/index.php?lay=show&ac=article&Ntype=4> (12 มกราคม 2551)
- ยุทธ ไถยวรรณ. 2548. **วิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด
- ยุทธนา ธรรมเจริญ. 2547. **การจัดการการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- วรชาติ ต้นติวจา. 2545. **การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดตันตืออโตเมชั่น**. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สิทธิ์ ชีรสรณ์. 2551. **การตลาด:จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2551. “กลยุทธ์ไอเอ็มซีเชิงประสบการณ์: การทำกิจกรรมและการเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://cms.sme.go.th/cms/c/journal\\_articles/view\\_article\\_content?article\\_id=VC05-06-02-C01&article\\_version=1.0](http://cms.sme.go.th/cms/c/journal_articles/view_article_content?article_id=VC05-06-02-C01&article_version=1.0) (30 ธันวาคม 2551)
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร. 2545. “**สภาพทางเศรษฐกิจ**.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.samutsakhon.go.th/data/data\\_1/data\\_13.htm](http://www.samutsakhon.go.th/data/data_1/data_13.htm)(29 พฤศจิกายน 2550).

อมร หมีรักษา. 2539. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเตาเผาขยะและกากของเสีย  
เพื่อลดมลพิษในโรงงานอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อรชร มณีสงฆ์. 2549. “การตลาดทางตรง”. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่ : The Knowledge Center.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved