

## บรรณานุกรม

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด
- สิริพิมพ์ อร่ามณภา. (2551). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายรักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภารัตน์ พรหมชาติแก้ว. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้จ่ายปฏิชีวนะชนิดฉีดในผู้ป่วยโรคติดเชื้อในโรงพยาบาลของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (2552). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
- อารี ตั้งฤทัยวานิชย์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้อเทียมของศัลยกรรมกระดูกในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมศักดิ์ แสงพรหม. (2542). ใช้จ่ายต่อต้านเชื้อไวรัสในผู้ติดเชื้อเอชไอวีของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เอกรัฐ วิทิตกพัทธ์. (2543). ปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งจ่ายลดไขมันในเลือดของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Kotler and Keller. (2009). "Marketing Management". 13<sup>th</sup> Ed. USA :Pearson Education,Inc.
- Pharmaceutical Reseaech & Manufacturers Association. (2008). "Code of Sales & Marketing Practices". 8<sup>th</sup> Ed.