

บรรณานุกรม

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. “ข้อมูลจำนวนประชากรและบ้าน ณ 30 มกราคม 2552”.

[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา www.dopa.go.th/upstat_m.htm (30มกราคม 2552)

กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. “บทความวิชาการด้านการพัฒนาคุณภาพน้ำบริโภค”. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา <http://foodsafety.anamai.moph.go.th/water1.html> (4 กุมภาพันธ์ 2552)

คุณทลี รื่นรมย์. 2545. “การวิจัยการตลาด”. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ข่าวธุรกิจ. “ธุรกิจผู้กวดน้ำหยอดเหรียญเฟื่อง 3 ปี พลิกกลยุทธ์”. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา <http://www.zuzaa.com/news/data/6/0015.html> (7 กุมภาพันธ์ 2552)

ข่าวสังคม. “ผู้นำหยอดเหรียญในกทม.เกินครึ่งป็นเป็นโคลิกฟอร์ม-อีโคลิก”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา. http://news.buddyjob.com/social/show_news-3725-2.html (30มกราคม 2552)

บุญธรรม กิจปริดาปริสุทธิ์. 2535. “ระเบียบวิธีวิจัยสังคมศาสตร์”. กรุงเทพฯ: บีบีพีลัทธิ.

บุริม โอทกานนท์. 2549. “4Cs การตลาดปฏิวัติ”. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา <http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/> (12 มีนาคม 2552)

ปิยะชัย ส่งวัฒนา. 2544. “การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มบรรจุขวดแบบหยอดเหรียญของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร”. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

พิศิษฐ์ นิลวรรณและคณะ. 2548. “ความพึงพอใจของประชาชนในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานครในการใช้บริการผู้นำหยอดเหรียญ ประจำปีพุทธศักราช 2548”. รายงานการวิจัย วิทยาการ จัดการบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2550. “กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด”.

กรุงเทพฯ : บริษัท ธนรัชการพิมพ์ จำกัด.

อักรพงษ์ ทองแท้. 2546. “การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการธุรกิจน้ำดื่มหยอดเหรียญ:

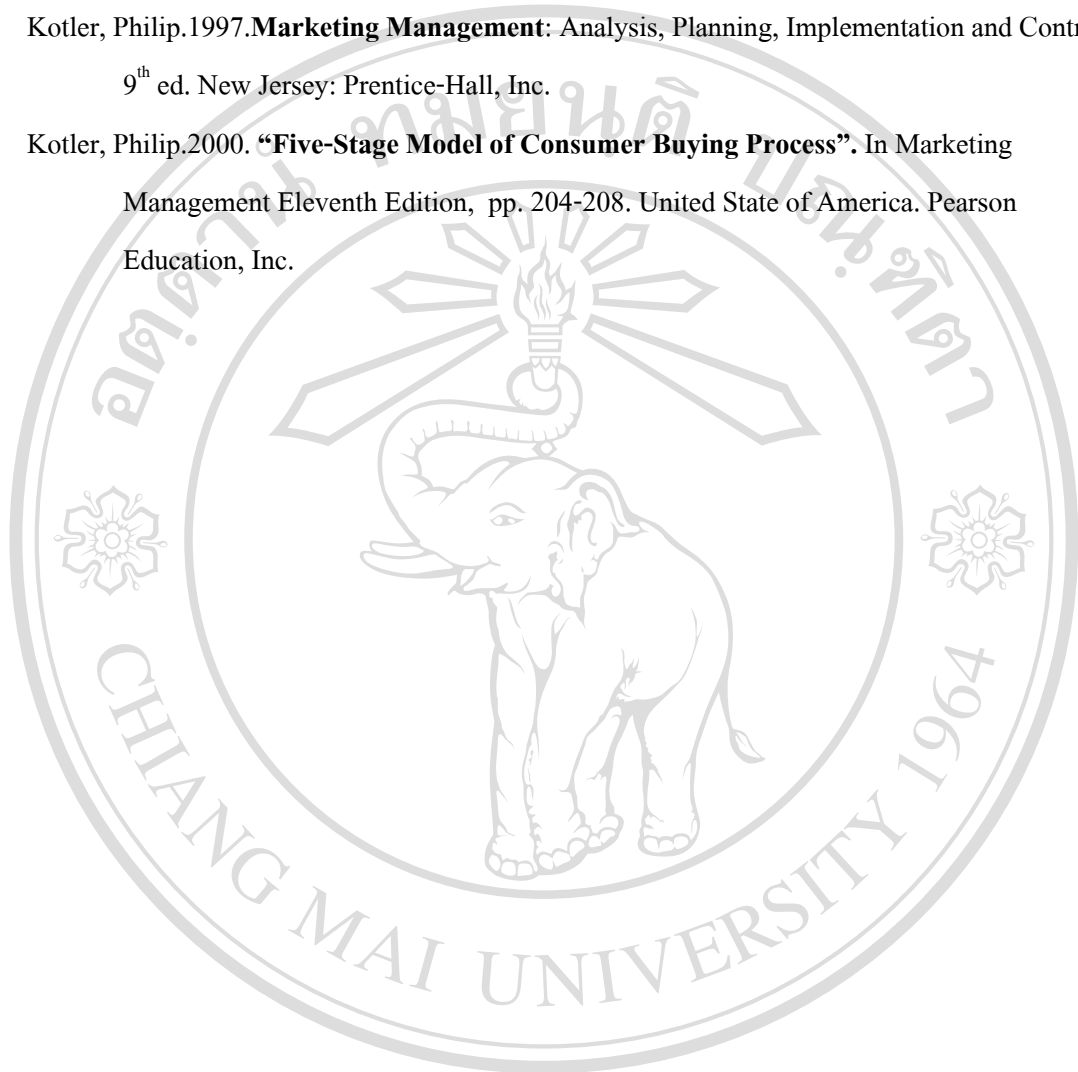
กรณีศึกษาพื้นที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น”. รายงานการศึกษาระดับปริญญาเศรษฐศาสตร์

มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C. (1998). **Multivariate Data Analysis**,
5th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.

Kotler, Philip.1997.**Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**
9th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, Philip.2000. **“Five-Stage Model of Consumer Buying Process”**. In Marketing
Management Eleventh Edition, pp. 204-208. United State of America. Pearson
Education, Inc.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved