

บรรณานุกรม

กรมการปกครอง. 2550. ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.amphoe.com/menu.php> (22 ธันวาคม 2551).

กัญญา กุศลชู. 2551. ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อชาสมุนไพรเขียวภูหาลานในอำเภอเมืองเชียงใหม่.

การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กมุทีณี พัววิบูลย์กิจ. 2546. พฤติกรรมการซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100 เปอร์เซ็นต์บรรจุกล่องของ

ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จังหวัดเชียงใหม่. 2554. เศรษฐกิจ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://th.wikipedia.org>

(26 มีนาคม 2554).

ดลกร บุญดี. 2551. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปของ

ผู้บริโภคอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธงชัย สันติวงศ์. 2531. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : บริษัท เอส.

อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.

ชัยลักษณ์ นนทวิศรุต. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรใน

เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นงคราญ กองเงิน. 2550. พฤติกรรมการซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มบรรจุกล่องของผู้บริโภคในเขตอำเภอ

เมืองจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ

เชียงราย.

บริษัท ไบซง จำกัด. 2553. “ข้อมูลฝ่ายการตลาดน้ำเสาวรส.” บริษัท ไบซง จำกัด.

ปณิศา ลัญชานนท์. 2548. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ชรรรมสาร จำกัด.

ปรียาพร รักกิจศิริ. 2546. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มในอำเภอ

เมือง จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

มติชนออนไลน์. 2552. “ตลาดในขยายตัวตามกระแสสุขภาพที่ปีใกล้ครองส่วนแบ่งตลาดน้ำผลไม้ 100 % สูงสุด.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.maticchon.co.th>

(18 ตุลาคม 2552).

เรืองยศ วิทวัสการเวช. 2547. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำเสาวรสปพร้อมดื่มของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วารุณี ดันติวงศ์พาณิชย์. 2546. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โด ไชนา จำกัด

วิทวัส รุ่งเรืองผล. 2545. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ชรรรมสาร จำกัด.

ศุภนุช ใต้เป่ง, นิรมล อุดมอ่าง และยุทธนา พิมพ์ศิริผล. 2552. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากข้าวกล้องงอก. การประชุมวิชาการอุตสาหกรรมเกษตร ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 19-25 พฤศจิกายน 2552. เชียงใหม่.

ศูนย์นวัตกรรมเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2551. “วิจัยเสาวรสปันธุ์รับประทานผลสดสำเร็จ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.phtnet.org> (18 ตุลาคม 2552).

สิทธิ์ ชีรสรณ์. 2552. เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย. กรุงเทพฯ : บริษัท วี พรินท์ (1991) จำกัด.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. 2540. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริ้ง.

อนุวัตร แจ่มชัด. 2549. สถิติสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประยุกต์. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อินทรารัตน์ บุญรัตน์กลิน. 2548. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกชัย อภิศักดิ์กุลและจตุพร เลิศล้ำ. 2550. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ แมคกรอ-ฮิล

Kotler, P. 2006. Marketing Management : Twelfth Edition. Upper Saddle River, New Jersey :

Prentice-Hall Inc.