

บรรณานุกรม

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2552). “กินเค็ม เสี่ยงตาย อันตรายไม่ลดเกลือ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://nutrition.anamai.moph.go.th/temp/files/_%E0%B8%A5%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B9%87%E0%B8%A1/0%03.pdf (3 มิถุนายน 2553).

กระทรวงสาธารณสุข. (2541). “ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 182) พ.ศ.2541 เรื่อง ฉลากโภชนาการ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/food/ntf182.htm> (8 พฤษภาคม 2553).

กระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่. (2553). ข้อมูลฐานรายบุคคลของสาธารณสุข จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: กระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่.

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2549). “ระวังคนชอบกินแซ่บจะป่วยบ่อยกว่าคนปกติ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.bangkokbiznews.com/2006/07/26/t006_107458.php?news_id=107458 (7 พฤษภาคม 2553).

_____. (2552). “ชี้สัญญาณอันตราย คนไทยสุขภาพเลวลง.” [ระบบออนไลน์] http://www.bangkokbiznews.com/2009/01/05/news_325415.php (18 พฤษภาคม 2554).

คุณทลี รื่นรมย์. (2549). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไทยเท็กซ์นิวส์. (2552). “ควบคุมการใช้เกลือในการประกอบอาหาร.” [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา http://www.thaitexasnews.com/modules.php?op=modload& name=Page& file=index&topic_id=4&page_id=4279 (3 พฤษภาคม 2553).

น่ารัก ดันเสนีย์. (2550). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระระดับบริหารธุรกิจ-มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

แบรนด์เอง. (2552). “อายิโนะโมะโต๊ะดันรสดีขึ้นแทน **Flagship Brand.**” [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=7&ArticleID=4832&ModuleID=701&GroupID=1246> (28 เมษายน 2553).

ผู้จัดการออนไลน์. (2552). “อายิโนะโมะโต๊ะดันรสดีขึ้นแทน **Flagship Brand.**” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9520000112373> (29 เมษายน 2553).

พิชญดา หางหงส์. (2550). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สิทธิ ชีรสรณ์. (2552). เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.

สายสนม ประดิษฐ์ดวง. (2540). ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรส. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สาวิตรี เวศกาวิ (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเกลือแร่ของผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2554). “ทุน คปก.-อุตสาหกรรม สะพานเชื่อมความรู้สู่ภาคอุตสาหกรรม.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://pr.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=323:q-q-&catid=56:2010-09-07-14-20-48&Itemid=82 (31 มกราคม 2554).

สำนักพัฒนาวิชาการแพทย์ กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2549). แนวทางการรักษาภาวะความดันโลหิตสูงในเวชปฏิบัติทั่วไป และแนวทางการรักษาภาวะความดันโลหิตสูงในผู้ป่วยโรคไตเรื้อรัง. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯเวชสาร.

ศรารินทร์ พิทยะพงษ์. (2551). การรับรู้ภาวะสุขภาพและการดูแลตนเองด้านการบริโภคอาหารและสุขภาพของผู้ป่วยความดันโลหิตสูง. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาโภชนศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่ง
โลกธุรกิจ.

Kotler, P. (2009). **Marketing Management**. Millennium ed. Upper Saddle River, New Jersey:
Prentice Hall.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved