

บรรณานุกรม

กิตตินาด กาวิ.2548.ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการชื้อน้ายาในการตรวจความเข้ากันได้
ของเลือดของโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ.การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คุณชาติ รื่นรัมย์.2549.การวิจัยตลาด.พิมพ์ครั้งที่ 5 .กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อุทยาน.2547. การตลาดสำหรับบริหาร : แนวคิดและกลยุทธ์. เชียงใหม่:ภาควิชา
การตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นวพรรณ จารุรักษ์.2547.มาตรฐาน ISO 15189:2003 มาตรฐานสากล สำหรับห้องปฏิบัติการทาง
การแพทย์.จุฬาลงกรณ์เวชสาร.ปีที่ : 48 ฉบับที่ : 8 เลขหน้า : 503-506

ประสาร เปรมะสกุล.2553.คู่มือแปลผลตรวจเลือด เล่มแรก.พิมพ์ครั้งที่ 4.กรุงเทพฯ.อรุณการพิมพ์
ประสาร เปรมะสกุล.2553.คู่มือแปลผลตรวจเลือด เล่มสอง.พิมพ์ครั้งแรก.กรุงเทพฯ.อรุณการพิมพ์
ภัทรา ไทยธรรมยานนท์.2546.ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของแพทย์ในการเลือกยาเคมีบำบัด
สำหรับผู้ป่วยมะเร็งเต้านมในกรุงเทพมหานครเชียงใหม่.การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศุภสิทธิ์ จรุงกิจสุวรรณ.2552.ความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นทางการตลาดและความตั้งใจซื้อ
เวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่.การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สิริพิม อร่ามณา.2551.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายรักษาโรคตา ใน
ผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ.การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Kotler.P.2009.**Marketing Management**.13thEdition.Upper Saddle River.New Jersey: Prentice
Halt International,Inc.