

บรรณานุกรม

- กมล กลิ่นรื่น. 2539. การวางแผนการตลาดของหม้อแปลงไฟฟ้าระบบจำหน่ายชนิดน้ำมัน: กรณีศึกษาบริษัท เทพารักษ์ หม้อแปลงไฟฟ้า จำกัด. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2544. โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. 2545. สรุปย่อแผนพัฒนาระบบไฟฟ้า ในช่วงแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549). กรุงเทพฯ: การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค.
- กฤษณี เวชสาร. 2545. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ข้อมูลธุรกิจ. 2547. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bol.co.th> (9 กุมภาพันธ์ 2547).
- ชัยสิทธิ์ เกลิมประเสริฐ. สถิติเพื่อนักบริหาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2544
- ณัฐกิจ เลิศศักดิ์คาเดช. 2543. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องใช้ ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชรา ตันติประภา. การตลาดธุรกิจ/อุตสาหกรรม. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาพรวมเศรษฐกิจ. 2547. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.Nakornpathom.go.th/data/industry.html> (9 กุมภาพันธ์ 2547).
- วรชาติ ตันติวาจา. 2545. การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการ ตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด ตันติอโตเมชั่น. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครปฐม. 2547. ข้อมูลโรงงาน. นครปฐม: สภาอุตสาหกรรม จังหวัดนครปฐม.