

บรรณานุกรม

- คุณชาติ เวชสาร. การวิจัยตลาด. (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2545)
- กมุทีณี พัววิบูลย์กิจ ,พฤติกรรมการณ์การซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม 100 เปอร์เซ็นต์บรรจุกล่อง ของผู้บริโภค
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ , การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2546
- เกษกนก จันทร์สการรัตน์ และคณะ. การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการณ์การบริโภคน้ำผลไม้พร้อม
ดื่มของคณวิัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- จรัล ปิตวิวัฒน์นันท์ และคณะ. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มผสมวิตามิน
A-C-E. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- นราศรี ไหวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2540)
- มาลี โฟกัสน้ำผลไม้ 100% เน้นโตเชิงมูลค่ามากกว่าปริมาณ (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา
<http://www.manager.co.th> (28 ธันวาคม 2547)
- บุญชู ทองเจริญพลพร และคณะ. พฤติกรรมการณ์การเลือกซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการณ์การตลาดยุคใหม่ (กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด
2546)
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. น้ำผัก-ผลไม้ ตลาดนอกสไตส์ ตลาดในขยายตัว. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา
[http:// www.manager.co.th](http://www.manager.co.th) (22 มีนาคม 2547)
- 2005 Thailand's Most Admired Brand. **Brand Age** 5, 59 (มกราคม 2548): 152



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved