

บรรณานุกรม

- กุสุมา อภิวัชรกุล.2546. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ชานนท์ จินดา.2546. รายงานตลาดรถยนต์. ขวดยานรายปักษ์. หน้า 5
- ตุลา มหาพสุชานนท์.2545 หลักการจัดการ หลักการบริหาร. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.
- วิญญู อริยะวุฒิกุล.2547. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อยางรถยนต์จากบริษัทยางทองอะไหล่ยนต์ จำกัด การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศรีณรงค์ ตู้ทองคำ และคณะ.2538. การใช้และการบำรุงรักษารถยนต์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เจริญธรรม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2541. การบริหารการตลาดใหม่. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนาพงษ์.2548. อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. ผู้ส่งออก. หน้า 9
- สมาคมชิ้นส่วนยานยนต์.2547.สถิติการขายรถยนต์ในประเทศไทย.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล.2543.การบริหารการตลาด กลยุทธ์ และยุทธวิธี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุเทน ปิณญา.2539. การวิจัยการศึกษา. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.