

## บรรณานุกรม

เขมกร ไชยประสิทธิ์. การจัดซื้อสินค้าของธุรกิจค้าปลีกของชำขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่. โครงการวิจัยเพื่อพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

คดกร บุญดี. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปของผู้บริโภค อำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.

พิบูล ทีปะปาล. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2543.

ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย. การจัดการช่องทางการตลาด. กรุงเทพฯ : ซี.วี.แอล.การพิมพ์, 2550.

วรานนท์ ไชยวงศ์. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. หลักการตลาด. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. น้ำผัก-ผลไม้'52: ขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง . [ระบบออนไลน์], 2552.

แหล่งที่มา <http://www.kasikomresearch.com> (29 พฤษภาคม 2552).

ศิริ ภู่งษ์วัฒนา. การจัดการช่องทางการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว, 2550.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ชรรมสาร, 2548.

สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เอช เอ็น กรุ๊ป, 2546.

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่. รายงานอนุญาตด้านอาหาร จังหวัดเชียงใหม่, 2552.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

อิทธิวัตร์ กฤษณะวณิช. ปัญหาและวิธีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบ ดั้งเดิมในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549.

อินทิรารัตน์ บุญรัตนกลิน. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้ พร้อมดื่มของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548.