

บรรณานุกรม

กรมทรัพยากรธรณี. 2544. “สถานการณ์ทองคำ ความต้องการใช้ทองคำภายในประเทศ.”

[ระบบออนไลน์]. <http://www.dmr.go.th> (10 พฤษภาคม 2550).

กุลธิดา พู่เจริญ. 2545. พฤติกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านทองรูปพรรณในอำเภอสารภีจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าเชิงวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธงชัย สันติวงศ์. 2537. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

พงษ์ศักดิ์ พูลสุข. 2546. ทักษะคติของผู้บริโภคต่อร้านจำหน่ายทองโบราณในอำเภอศรีสันตชัย จังหวัดสุโขทัย. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรรณชลิต สุดดีพงษ์. 2545. การดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไพลิน ลีลาอุดมวรกุล. เจ้าของกิจการร้านค้าทองรูปพรรณอุดมศรีสาขานิคมนอุตสาหกรรม. สัมภาษณ์ 5 กันยายน 2549.

มังกร วณิชติสุวรรณ. 2546. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายทองรูปพรรณในเทศบาลโก๊ โลตัส ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาคำเที่ยง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วันทนา จันทร์สนธิกุล. 2542. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินค้าทองรูปพรรณของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สุจิตรา มนตรีกุล. 2546. ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุรินทร์ ตันนวิจิตร. 2539. พฤติกรรมการบริโภคทองรูปพรรณของปัจเจกบุคคล ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุรินทร์ ตันนวิจิตร. 2539. พฤติกรรมการบริโภคของรูปพรรณของปัจเจกบุคคลในเขตอำเภอ
เมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดลำพูน. 2549. ข้อมูลการจดทะเบียนพาณิชย์. ลำพูน: สำนักงานพาณิชย์.
องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง. 2547. “ข้อมูลประชากร ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2546.” [ระบบ
ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bahnlang.com/Informatiopn.htm>
(15 สิงหาคม 2549).

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2546. การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire emblem is enclosed within a circular border. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved