

บรรณานุกรม

- กรุงเทพมหานคร สำนักผังเมือง กองนโยบายและแผนงาน. 2550. “จำนวนและพื้นที่ของอาคารที่ได้รับอนุญาตให้ปลูกสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkok.go.th/info>. (15/12/51).
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (ค.พ.อ.) รุ่นที่ 157 จังหวัดบุรีรัมย์. 2550. “การศึกษาวิเคราะห์การลงทุนอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ” กรุงเทพมหานคร. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- ชาญชัย ลีวนิชย์. 2542. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัชชา วานิจจะกุล. 2546. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไม้ฝาเนื้ออ่อน แอควานซ์ ในโฮมโพร ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดิเรก ตัญญูบุรีรักษ์. 2547. ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างใน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทัศนัย สนั่นปัญญา. 2550. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในเขตอำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสุพรรณบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย ตรีพิพัฒน์กุล. 2547. ความคิดเห็นของผู้รับเหมานานขนาดเล็กและขนาดกลาง ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเหล็กเส้นเสริมคอนกรีต ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บริษัท ซูเปอร์บล็อก จำกัด(มหาชน). 2551. “หน้าหลัก” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.superblock.co.th> (20/12/51).

บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด. 2551. “วิธีการช่วยลดภาวะโลกร้อนจาก smart@home” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.smartblock.in.th> (20/12/51).

บริษัท ผลิตภัณฑ์คอนกรีตชลบุรี จำกัด (มหาชน). 2550. “รายงานประจำปี 2550” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ccp.co.th> (20/12/51).

ปสุตา ตัญจิกุลสัมพันธ์. 2548. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อหินอุตสาหกรรมเพื่อการก่อสร้างในจังหวัดสระบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**

ยุทธนา ธรรมเจริญ. 2547. **การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.**

ยุทธ ไถยวรรณ. 2551. **วิธีวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.**

ยุทธนา หล่าวเจริญ. 2550. **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซีเมนต์บล็อกรขนาด 7 เซนติเมตร เพื่อสร้างโรงงานและหอพัก ในจังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา**

ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์. 2552. “ข้อมูลสังหาริมทรัพย์” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.reic.or.th> (14/01/52).

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2541. **มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มอก. 1505 - 2541 ชิ้นส่วนคอนกรีตมวลเบาแบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำ. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงอุตสาหกรรม.**

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2550. “การประมวลข้อมูลพื้นที่การก่อสร้าง พ.ศ.2550” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://portal.nso.go.th> (20/12/51).

สุพิชญา ศรีธรรมเมธ. 2544. การวิเคราะห์ความต้องการใช้วัสดุคอนกรีตมวลเบาเพื่อใช้ในการ
ก่อสร้าง. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ).
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved