

เอกสารอ้างอิง

- คณาจารย์สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 2555. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ทริปเฟล็ด กรุ๊ป.
- ดลกร บุญดี. 2551. **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้สำเร็จรูปของผู้บริโภคอำเภอเมืองเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประชาชาติธุรกิจ. 2556. “น้ำผลไม้แท้ปรับตัว รื้อภาพเก่า-รุกเซ็กเมนต์ใหม่ปั่นรายได้.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1366818120 (4 กุมภาพันธ์ 2557).
- ประสพชัย พสุนนท์. 2555. **การวิจัยการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- เปมิกา เล็กสมบูรณ์. 2553. **พฤติกรรมกรซื้อน้ำผักผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาวิณี กาญจนานา. 2554. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.
- ยูไนเต็ด อินฟอร์เมชัน ไฮเวย์. 2553. “เชียงใหม่ กุหลาบงามของเมืองไทย.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.uih.co.th/knowledge/view/79> (26 กุมภาพันธ์ 2557).
- ศศิกานต์ เกียรติไชยากร. 2551. **การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ปริญ ลักขิตานนท์, อองอาจ ปทะวานิช, และจิระวัฒน์ อนุชานนท์. 2552. **การบริหารการตลาด ยุคใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.

สถาบันอาหาร. 2555. “สถานการณ์การผลิตและการตลาดน้ำผลไม้ไทย.” [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา http://fic.nfi.or.th/food/upload/doc/9_536.docx (4 กุมภาพันธ์ 2557).

สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. 2553. “การเพาะปลูก.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
www.chiangmai.go.th/docmeet/1345015376.pdf (6 พฤศจิกายน 2557).

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. 2553. “จำนวนประชากรจากการทะเบียน จังหวัดเชียงใหม่.”
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://chiangmai.nso.go.th/> (6 พฤศจิกายน 2557).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved