

บรรณานุกรม

หนังสือ

- ธงชัย สันติวงษ์. การตลาดสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2528
- ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2533
- นราศรี ววนิชกุล. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุ
ฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.
- ปรียา วอนขอพร และคณะ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : อักษรพิทยา,
2525.
- เพ็ญศรี ภู่อุทัย. การเขียนรายงานธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เอ
เอสคอมพิวเตอร์, 2533.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. กลยุทธ์การตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :
พัฒนศึกษา, 2534.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ :
ภาพพิมพ์, 2532.

วารสาร

- ดารณี ชัยพันธ์. "บริการชกอบเสื้อผ้าแข่งขันเพื่อแข่งเมืองหลวง." ผู้จัดการ 21
(พฤษภาคม 2528) : 88 - 111.
- ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ. "สรุปการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อเครื่องซักผ้าในประเทศไทย พ.ศ. 2532." วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 50 (กันยายน 2533) : 29-33.

สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์. "นํ้ายาปรับผ้านุ่ม บทบาทของการวิจัยตลาดในการพัฒนาสินค้าใหม่.
วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 44 (ตุลาคม 2530)

วิทยานิพนธ์

- เพ็ญรุ่ง จูริมาศ. การตลาดของธุรกิจบริการซักอบรีด โดยใช้เครื่องในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- ศักดิ์ณรงค์ เจริญธีรวงศ์. ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครต่อผงซักฟอกที่ผลิตภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์พาณิชยศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

หนังสือต่างประเทศ

- Acbright S. Christian. Statistics for Business and Economics. New York ; Macmillan Publishing, 1987.
- Berenson L. Mark ; Levine M. David. Basic Business Statistics. New Jersey : Prebtuce-Hall, 1983.
- C Whan Park; Gerald Zaltman. Marketing Management. Florida : Dryden Press, 1987.
- Hamburg Morris. Basic Statistics : A Modern Approach. Florida : Harcourt Brace Jovanovich Publisher, 1985.
- Kotler E. Phillip. Marketing Management : Analysis Planning and Control. New Jersey ; Prentice-Hall, 1991.
- Gilbert A. Churchill, Jr. Marketing Research : Methodological Foundations. 5th ed. Wisconsin : Dryden, 1991.
- Paul E. Green; Donald S. Tull; Gerald Albaum. Research for Marketing Decisions. New Jersey: Prentice - Hall, 1988.