

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550. การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: บริษัท วี. อินเทอร์เน็ต จำกัด.
- “บทวิเคราะห์อัญมณีและเครื่องประดับชะลอตัวลงท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง.” 2550. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com> (1 มิถุนายน 2550).
- บุศรินทร์ จุงอานุกาพ. 2547. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อทองรูปพรรณจากร้านค้าทองรูปพรรณในเขตอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พงษ์ศักดิ์ พูลสุข. 2546. ทักษะคติของผู้บริโภคต่อร้านจำหน่ายทองโบราณในอำเภอศรีสาขาล้านจังหวัดอุทัย. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2550. “อำเภอเมืองสมุทรสาคร.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://th.wikipedia.org>. (4 มิถุนายน 2550).
- “ส่วนประสมการค้าปลีก ตอนที่ 1.” 2549. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://newinfo.spu.ac.th/show.php?id=1929> (1 กันยายน 2550).
- สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ. 2550. “ทองคำ (Au).” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.git.or.th/thai/gem_and_jewelry_database/jewelry_testing_lab_notes/2005/gold.htm (4 มิถุนายน 2550).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2545. “แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสมุทรสาคร.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.crs.ku.ac.th/Part%20Division/strategy_26%20province/Html/samonsakon.htm (4 มิถุนายน 2550).
- สุจิตรา มนตรีกุล. 2546. ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุมนา อยู่โพธิ์. 2544. การค้าปลีก. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Positioning Magazine. 2548. “ทองคำอีกทางเลือกในการออมที่ไม่ควรมองข้าม.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=30246> (4 มิถุนายน 2550).