

บรรณานุกรม

- กิตติ ปัดตะพงษ์. “ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าแอมเวย์” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537.
- คุณชาติ เวชสาร. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- คณีย์ ประดิษฐ์สุวรรณ. “ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผลสำเร็จของระบบการตลาดขายตรงแบบหลายชั้น : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ นูสกิน จังหวัดเชียงใหม่” . การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.
- ไคเร็กนิวัส , ไคเรกสัมมนา : แอมเวย์สัมมนาสื่อมวลชน, ฉบับที่ 1 พฤศจิกายน 2540.
- ทัศนีย์ สุทธิโสภาคภรณ์. “การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายของระบบการตลาดแบบหลายชั้น : กรณีศึกษาบริษัท พรินเทกรู๊ป จำกัด” . การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541.
- บริษัท ศูนย์วิจัยกลีกรไทย จำกัด. ธุรกิจขายตรง : ขุมทรัพย์ยามเศรษฐกิจตกต่ำ. อุตสาหกรรมทรรศน์, 2540.
- บริษัท สุพรีเคอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด. แค็ตตาล็อก ผลิตภัณฑ์สุพรีเคอร์ม , 2542.
- บริษัท แอมเวย์(ประเทศไทย) จำกัด. แค็ตตาล็อก ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ และเพอร์เซอร์นอล ซีโอปเปอร์ส , 2543.
- พิศิษฐ์ แทนทิว. เปิดโปงธุรกิจขายตรง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ทศวรรษ, 2541.
- สุรพงษ์ เจริญชัย. “ปัญหาของการจัดการการขายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพที่ใช้ระบบการขายโดยตรง” . การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.
- หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน , ฉบับวันที่ 22 มกราคม 2541.
- Assael ,Henry, **Consumer Behavior and Marketing Action**. 5th ed. (South-Western College Publishing, An International Thomson Publishing Company, 1995)
- Kotler ,Philip, **Marketing Management**. 9th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1997.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk, **Consumer Behavior**. 5th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1994.
- www.amway.co.th
- www.suprederm.com
- www.thannews.th.com