

เชิงอรรถ

1. วิภาภรณ์ วรรณวงศ์ไพศาล, " การตลาดทางตรง, " (สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาโฆษณา คณะวารสารศาสตร์ฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), หน้า 1.
2. สุโขทัยธรรมธิดา, มหาวิทยาลัย, การบริหารงานโฆษณา, หน่วยที่ 9 - 15, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิดา, 2535), หน้า 488 - 489.
3. " Direct Mail ธุรกิจใหม่รอวันโต, " กรุงเทพธุรกิจ (6 พฤษภาคม 2536) : 10.
4. " เฉลยไต่เร็กมาร์เก็ตติ้ง แนวรบใต้ดินคนรุ่นใหม่, " ประชาชาติธุรกิจ (28 - 30 ตุลาคม 2536) : 23.
5. มาชูดา ทาซิชโร, กลยุทธ์การขายด้วยระบบไต่เร็กแมส, แปลโดย อรุณ ใจจนสันติ (กรุงเทพมหานคร : รุ่งแสงการพิมพ์, 2535), หน้า 13.
6. Richards Hodosm " The Basic Elements of Direct Mail, " in Direct Mail and Mail Order Handbook, (Chicago : Dartnell, 1964), p. 37.
7. Hodosm, lbit. p. 41.
8. " วิจัยการตลาด, " ฐานเศรษฐกิจ (30 ธันวาคม 2536 - 1 มกราคม 2537) : 31.
9. สัมภาษณ์ ทิพย์วรรณ คุณเอนกรณ, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท DMC, 17 มกราคม 2537.
10. มาชูดา ทาซิชโร, แปลโดย อรุณ ใจจนสันติ, อ้างแล้ว หน้า 61.
11. " เฉลยไต่เร็กมาร์เก็ตติ้ง แนวรบใต้ดินคนรุ่นใหม่, " อ้างแล้ว หน้า 20.
12. " บทพิสูจน์ไต่เร็กมาร์เก็ตติ้ง สถานการณ์ทางเลือกใหม่ที่ไกลกว่า, " ประชาชาติธุรกิจ (11 - 13 กุมภาพันธ์ 2536) : 19.
13. " ธุรกิจไต่เร็กแมสหนทางเบียดแทรกตลาด, " ประชาชาติธุรกิจ (18 - 20 พฤศจิกายน 2536) : 14.