

บรรณานุกรม

- กรกนก นิลสังข์. (2550). ปัจจัยการสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคอาหารคาร์โบไฮเดรตต่ำ (Low-Carb). นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรรณิการ์ ชื่นชุมพล. (2549). อิทธิพลของการยอมรับค่านิยมความผอมในอุดมคติ และขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาต่อการเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจในรูปร่าง, ความภาคภูมิใจในรูปร่างตนเอง และการมพฤติกรรมบริโภคที่ผิดปกติ. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2554). คู่มือการให้บริการ Friend Corner โครงการวัยรุ่นสดใส. เอกสารอัดสำเนา.
- กระทู้โต๊ะเครื่องแป้ง. (2553). อยากรู้ว่าทำไมคนไทยถึงอยากสวย อยากขาวเหมือนสาวเกาหลี. (2553). วันที่ค้นข้อมูล 9 กันยายน 2553, เข้าถึงได้จาก <http://www.pantip.com/cafe/woman/topic/Q9655578/Q9655578.html>
- กระแสผู้หญิงไทย. (2553, 24 กุมภาพันธ์). นิตยสารฉลาดซื้อ. วันที่ค้นข้อมูล 20 สิงหาคม 2553, เข้าถึงได้จาก <http://chaladsue.com/>
- ความหมายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. (2552, 8 กรกฎาคม). ฐานเศรษฐกิจ. วันที่ค้นข้อมูล 6 กันยายน 2553, เข้าถึงได้จาก www.thannews.th.com
- โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทบำรุงผิวทางเว็บไซต์ (2552). วันที่ค้นข้อมูล 29 ธันวาคม 2553, เข้าถึงได้จาก <http://www.justbeauty-loving.com>
- งามตา วนิทนานนท์. (2544). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- จิตต์ระพี บุณยศักดิ์. (2550). ครีมน้ำขาวกับการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของสาวโรงงาน (THE WHITENING CREAM INFLUENCES ON SELF AND IDENTITY OF FEMALE WORKERS). ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชัยพร เหล่าวีระไชย. (2539). ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษาในเขตกรุงเทพฯ. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร. (2549). วาทกรรมการพัฒนา อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์และความเป็นอื่น. กรุงเทพฯ: วิทยา.

ณรงค์ เสงี่ยมประชา. (2539 ก). พื้นฐานวัฒนธรรมไทย. รัฐศาสตร์สาร, 45(19), 49-53.

ณิรนุช ทรัพย์ทวี. (2550). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเสริมบำรุงผิวพรรณ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ดวงแก้ว เขียวสวัสดิ์กิจ. (2552). กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีมปรับสีผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี. วารสารสาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. (2552, 13 กันยายน). ประชาชาติธุรกิจ. วันที่ค้นข้อมูล 15 กันยายน 2553, เข้าถึงได้จาก http://www.nanosearch.co.th/nano2/show_news_h.php?ID=167

ถวิล ธาราโกชน. (2532). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ถวิล ธาราโกชน และศรีณย์ คำริสุข. (2543). พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.

ทัศนภรณ์ ทองเที่ยง, ม.ล. (2552). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธงชัย สันติวงษ์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธัญญา ใจดี. (2551). สิทธิอนามัยเจริญพันธุ์ หัวใจสำคัญของสุขภาพผู้หญิง. กรุงเทพฯ: ศรีเมืองการพิมพ์.

นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2545). จิตวิทยาสังคมเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นักรัก คนทา. (2549). ทศนคติและพฤติกรรมการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นุชจรรย์ มีผล. (2549). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ทำให้ผิวขาวในอำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ. การศึกษาอิสระวิทยาศาตรมหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์ความงามและสุขภาพ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บริษัทพีแอนด์จี. (2544). ผลการสำรวจพบว่า 80 % ของสาวเอเชียต้องการมีผิวขาวขึ้น. วันที่ค้นข้อมูล 7 กุมภาพันธ์ 2554, เข้าถึงได้จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=4123

บิซิเนสไทย. (2547). *อาหารเสริม*. วันที่ค้นข้อมูล 8 ตุลาคม 2553, เข้าถึงได้จาก

www.businesssthai.co.th

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 7 ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุษบา สุธีธร. (2549). *ทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้*. วันที่ค้นข้อมูล 25 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก

<http://www.stou.ac.th/thai/school>.

ประเภทอาหารเสริม. (2550, 10 กันยายน). *นิตยสารชีวจิต*. วันที่ค้นข้อมูล 6 กันยายน 2553, เข้าถึง

ได้จาก www.cheewajit.com

ปิยรัตน์ ณ สงขลา. (2546). *การสำรวจปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเพื่อดูแลผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ผิวขาว. (2549, 20 กันยายน). *ข่าวสดออนไลน์*. วันที่ค้นข้อมูล 9 ตุลาคม 2553, เข้าถึงได้จาก

www.khaosod.co.th

ผิวขาวใส เทรนใหม่วัยรุ่น. (2551, 20 พฤษภาคม). *โพสต์ทูเดย์*. วันที่ค้นข้อมูล 29 กันยายน 2553,

เข้าถึงได้จาก <http://web.ruammid.com/go.php?url=http://www.thaihealth.or.th/healthcontent/article/4272>

ผู้หญิงกับความหมายของผิวขาว. (2553, 24 สิงหาคม). *แนวหน้า*. วันที่ค้นข้อมูล 25 ตุลาคม 2553,

เข้าถึงได้จาก www.naewna.com

ผู้หญิงกับผิวพรรณ. (2548, 15 กันยายน). *ผู้จัดการรายสัปดาห์*. วันที่ค้นข้อมูล 29 กันยายน 2553,

เข้าถึงได้จาก www.manager.co.th/mgrweekly

ผู้หญิงผิวขาว. (2553, 5 ธันวาคม). *เดลินิวส์*. วันที่ค้นข้อมูล 10 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก

www.dailynews.co.th

พัทธา สายหู. (2516). *โลกสมมุติ*. กรุงเทพฯ: ศึกษิตสยาม.

แพทย์เตือนผลิตภัณฑ์ทำให้ผิวขาวอันตรายถึงขั้นเสียชีวิต. (2554, 20 กันยายน). *ข่าวสดออนไลน์*.

วันที่ค้นข้อมูล 26 กันยายน 2554, เข้าถึงได้จาก <http://news.mthai.com/hot-news/11354.html>

ขงยุทธ วงศ์รัมย์ศาสตร์. (2531). *พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

- ยูโรมอนิเตอร์. (2553). ขายตรงกับเทรนคนรักสุขภาพ. วันที่ค้นข้อมูล 19 พฤศจิกายน 2553, เข้าถึงได้จาก http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=38804%3A2010-08-16-03-42-15&catid=106%3A-marketing&Itemid=456
- รวิน ไชโย. (2550). อิทธิพลของลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้ ความสนใจ ความรู้และส่วนประสมการตลาดที่มีต่อทัศนคติและการยอมรับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2524). พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์.
- เลดี้ทูบอย. (2554). ประโยชน์อาหารเสริม. วันที่ค้นข้อมูล 4 มกราคม 2554, เข้าถึงได้จาก www.lady2boy.com
- วรรณภา ปรีทอง. (2547). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมและทัศนคติในการบริโภคอาหารชีววิถีร้านเอเดนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วราภรณ์ หวังสถิตย์พร. (2546). พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพื่อหน้าขาว (ไวท์เทนนิ่ง) ของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีรพงษ์ ภูมิประพัทธ์. (2553). ค่านิยมในการดูแลสุขภาพของประชาชนในชุมชนชนบทของจังหวัดในเขตภาคเหนือตอนล่าง. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาสังคมวิทยา, คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: วิสัทธิ์วัฒนา.
- _____. การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2551). ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพโดยรวมปี 2551. วันที่ค้นข้อมูล 5 มิถุนายน 2554, เข้าถึงได้จาก: <http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=10100>
- สมพงศ์ เกษมสิน. (2526). การบริหารบุคคลแผนใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2551). ค่านิยมความงามในโฆษณาโทรทัศน์ พบโฆษณาที่วิพากษ์ค่านิยม “ขาว ผอม หอม ตึง”. วันที่ค้นข้อมูล 16 กันยายน 2553, เข้าถึงได้จาก http://www.consumerthai.org/old/cms/index.php?option=com_content&task=view&id=1569&Itemid=57

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2551). ส่วนแบ่งตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ปี 2551. วันที่ค้นข้อมูล 15 ตุลาคม 2553, เข้าถึงได้จาก

<http://fic.nfi.or.th/th/thaifood/product52-diatary.asp>

สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์. (2539). การเปิดรับโฆษณา ทศนคติและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง.

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุนทรี โกมิน และสนธิ สมักรการ. (2522). ค่านิยมและระบบค่านิยมไทย: เครื่องมือในการสำรวจ.

กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุรัตน์ ขอบเนกกลาง. (2549). การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อพลัสไวท์ของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัย

การบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

เสาวณีย์ ฉัตรแก้ว. (2552). อิทธิพลของผู้รับรองสินค้าที่มีชื่อเสียง และไม่มีชื่อเสียง ในการตัดสินใจ

ซื้อครีมเพื่อบำรุงผิวหน้าของกลุ่มวัยรุ่นหญิง กรณีศึกษานิสิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภาษาอังกฤษ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โสภณัท นุชนาถ. (2548). ค่านิยม. *ลานปัญญา*, 5(2), 85-92.

อดุลย์ วิเชียรเจริญ. (2519). ค่านิยมของสังคมไทย. *วารสารสังคมศาสตร์*, 1(1), 188-216.

อนุสรณ์ อุณโณ. (2553). *งามอย่างไทย*. วันที่ค้นข้อมูล 30 กรกฎาคม 2554, เข้าถึงได้จาก

<http://www.scribd.com/doc/48966804/บทความ-งามอย่างไทย-โดยอนุสรณ์-อุณโณ>

อภิวิชญ์ งามมัย. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าสำหรับ

ผู้ชายในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย,

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาหารเสริม. (2552, 15 สิงหาคม). *นิตยสารหมอชาวบ้าน*. วันที่ค้นข้อมูล 30 กันยายน 2553, เข้าถึง

ได้จาก <http://google.com/>

อาหารเสริมผิวขาว. (2553). วันที่ค้นข้อมูล 29 ธันวาคม 2553, เข้าถึงได้จาก www.cattygift.com

อำนาจ เข็นสบาย. (2531). *สี่สັນและความงาม*. กรุงเทพฯ: ดันอ้อ.

โอเคนชั่น. (2551). *คนรักสุขภาพ*. วันที่ค้นข้อมูล 10 เมษายน 2554, เข้าถึงได้จาก

www.oknation.net

Boonyong Puengang. (1989). *Thai Woman Status*. Bangkok: Odeon Publishing.

Derlega, V., Winstead, B. A., & Jones, W. H. (1999). *Personality: Contemporary theory and research*. Australia: Wardsworth.

- Hawkins, D. I., Beat, R. J. & Coney, K. A. (1998). *Consumer Behavior : Building Marketing strategy*. (7th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- _____. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Boston Burr Ridge: McGraw-Hill.
- Hinkle, D. E. (1998). *Applied Statistics for the Behavioral Sciences* (5th ed.). Boston: Houghton Mifflin College Div.
- Jump, N. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw Hill.
- Kopkitsuksakul, S. (1988). *Miss Thailand Contest 1944-1987*. Master Thesis of Arts, Department of Advertising, Faculty of Communication Arts, Thammasat University.
- Kotler, P. (1997.). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th ed.). New Jersey: A Simon & Schuster Company.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behavior: Concept and Applications*. New York: McGraw-Hill.
- Martin, M. C., & Kennedy, P. F. (1993). Advertising and social comparison: consequences for female pre-adolescents and adolescents. *Psychology & Marketing*, 10(6), 513-530.
- Massie, J., & Douglas, J. (1981). *Managing: A Contemporary Introduction*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2001). *Consumer Behavior: A Framework* (6th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Plainoi, S. (2001). *Woman and Man*. Bangkok: Phimkham.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1987). *Consumer Behavior* (3rd ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Solomon, M. R. (1999). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being* (4th ed.). New Jersey: Prentice hall.
- Soonthornphong, E. & Saengwichian, S. (1986). *Beauty Aesthetics for Learners*. Bangkok: Odeon Store Printing.
- Suddhiphan, A. (1989). *Art Appreciation and Beauty*. Bangkok: Ton-Or Publishing.

- Thompson, J. K., & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk afctor for body-image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10(5), 181-183.
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparison of personal attributes. *Phychology Bulletin*, 106(2), 231-248.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University