

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

ปฎิคม พลับพลึง.2544. คนไทยผู้บริโภคไร้ขีดจำกัด. Brandage.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. 2545. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ:บริษัทธีระฟิล์ม และ
ไซเทกซ์ จำกัด.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2546. การบริหารตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, Philip. 2000. Marketing Management, 10th ed. NJ:Prentice-Hall Inc.

Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 1999. Principles of Marketing, 8th ed. NJ:Prentice-Hall Inc.

วิทยานิพนธ์

จิราพร ธีระเกียรติกิจวาน และคณะ. 2547. การศึกษาการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาด

นิลุบล นิยมรัตน์. 2541. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางใน
ห้างสรรพสินค้าจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รัตติยา อุบลบาน .2548.พฤติกรรมในการซื้อเครื่องสำอางเพื่อบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ชายในจังหวัด
ขอนแก่น.วิทยานิพนธ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. การตลาด.บัณฑิตวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อนุภ สุวรรณ. 2547. พฤติกรรมในการซื้อเครื่องสำอางกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับผิวกายี่ห้อL'OREAL
ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Website

<http://www.novabizz.com/NovaAce> [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2555

<http://sahutchaisocialwork.wordpress.com> [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2554

<http://www.stou.ac.th> [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2554

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University