

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2548). *ข้อมูลประชากร*. วันที่ค้นข้อมูล 20 กุมภาพันธ์ 2550, เข้าถึงได้จาก www.dopa.go.th
- กลยุทธ์สวยอย่างมืออาชีพในทุกสถานการณ์. (2548). กรุงเทพฯ: เกร็อมรินทร์.
- กัลชลิ กบิลโชติ. (2547). *สารวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ห้องสมุดธนาคารไทยพาณิชย์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2538). *การวิจัยสถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กนกนาฏ สง่าเนตร. (2541). *การเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบขายตรง*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี ปรีดีคิลก. (2537). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชื่นจิต แจ่มเจนนิจ. (2544). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: เกร็อมรินทร์.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัชพร เหล่าวีระไชย. (2540). *ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2537). *ระเบียบวิจัยธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัท ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด. (2543). *การซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ปิยรัตน์ ณ สงขลา. (2546). *ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเพื่อดูแลผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทาสูโขทัยธรรมมาธิราช. (2542). *สถิติธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- รัตนา ศิริพานิช. (2532). *การเปรียบเทียบค่าความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัด*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรทิพย์ กลิ่นจาย. (2532). *สุดยอดผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้า จุดกำเนิดและความเปลี่ยนแปลงก่อนการก้าวมาเป็นมหาอำนาจทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: จันทิมา.

ศรทิพย์อุตสาหกรรรมเครื่องสำอาง. (2543, 5 กรกฎาคม). ผู้จัดการรายวัน. หน้า 15.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ลัทธிகาล ศรีวะรมย์ และสมชาย หิรัญ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่.

กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.

ศิริเพ็ญ จันทร์สาธิต. (2540). การศึกษาอิทธิพลของเครื่องสำอางภาษาอังกฤษและภาษาไทยที่มีต่อทัศนคติและการตัดสินใจซื้อโดยผู้หญิงทำงาน. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). จิตวิทยาการพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์. (2541). การเปิดรับโฆษณา ทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง.

วิทยานิพนธ์นิตยสารศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงศ์มณฑา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

อุมาพร บิณษรี. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่จำหน่ายผ่านระบบขายหน้าร้าน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Alreck, P.L. & Settle, R.B. (1995). *The Survey Research Handbook*, (2nd ed.). Chicago: Irwin.

Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. South-Western College Publishing.

Baker, William E. (1999). Do Brand Attitudes Predict Advertising Effectiveness?. in Madhu Viswanathan, Larry Compeau and Manoj Hastak, (eds.), *Proceedings of the Society for Consumer Psychology*.

Charles W. Lamp, Jr. Joseph F. Hair, Jr. Carl McDaniel. (1994). *Principles of marketing* (2nd ed.). South- Western Pub.

Kolter, P., et al. (1999). *Marketing Management: An Asian Perspective* (2nd ed.). New Jersey: Prentice Hall .

Lawshe, C.H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*. ,563-575.

Shimp, T. A. (1993). *Promotion Management & Marketing Communications* (3rd ed.). Florida: The Dryden Press.