

บรรณานุกรม

- กฤษฏี ธีรธรรมย์. 2551. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพล ยะจ่อม. 2549. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้ชายในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นฤมล วัฒนศิริ. 2551. ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้าของผู้หญิงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรประภา ชื่อสมศักดิ์. 2544. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผิวหน้าขาวของสตรี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิมล อารยะรัตน์. 2546. ระเบียบวิธีวิจัยทางการตลาด. คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสารจำกัด. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, บจก., 9 พฤศจิกายน 2553: ออนไลน์
- อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. 2551. มัดใจ Gen Y ด้วยดีไซน์ โดนๆ. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก <http://www.marketingoops.com/brand-marketing/strategy-brand-marketing/gen-y/> (10 มกราคม 2557)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved