

## บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2550. “รายงานสถิติจำนวนประชากร ปี 2549.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dopa.go.th>. (17 เมษายน 2550).
- คุณทีลี รื่นรัมย์. 2549. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- “คุณมีคำถาม เรามีคำตอบ.” 2549. ศูนย์วิจัยสถาบันลิงคิม ปารีส. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.lancome-th.com>. (4 มิถุนายน 2550).
- ฐานเศรษฐกิจ. 2550. “ตลาดเอจิ้งพุ่งแซงหน้าขาว เหตุคนกลัวแก้ส่งยอดโต 33%.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thannews.th.com/detailnews.php.aspx?id=M182145&issue=2198>. (4 มิถุนายน 2550).
- นราศรี ไวนิชกุลและชูศักดิ์ อุดมศรี. 2543. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิลบล นิมลรัตน์. 2541. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประชาชาติธุรกิจ. 2549. “เปิดเทรนด์ฮอตธุรกิจไทยปี 50 ประมาณคน-ผู้หญิงร้อนแรง.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=49133>. (22 กันยายน 2549).
- ผู้จัดการรายวัน. 2549. “พอนด์สเต 200 ล้าน เปิดตัวมิราเคิล.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gotomanager.com/news/details..aspx?id=53572>. (4 มิถุนายน 2550).
- พัชรา ดันดิประภา และคณะ. 2546. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชรี หยกเล็ก. 2548. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พรประภา ชื่อสมศักดิ์. 2544. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผิวหน้าขาวของสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฐานเศรษฐกิจ. 2551. “พอนด์ส/โอเลย์เร่งทัพ+ชิงแชร์ตลาดลอรีวออย.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thannews.th.com>. (6 มกราคม 2551).

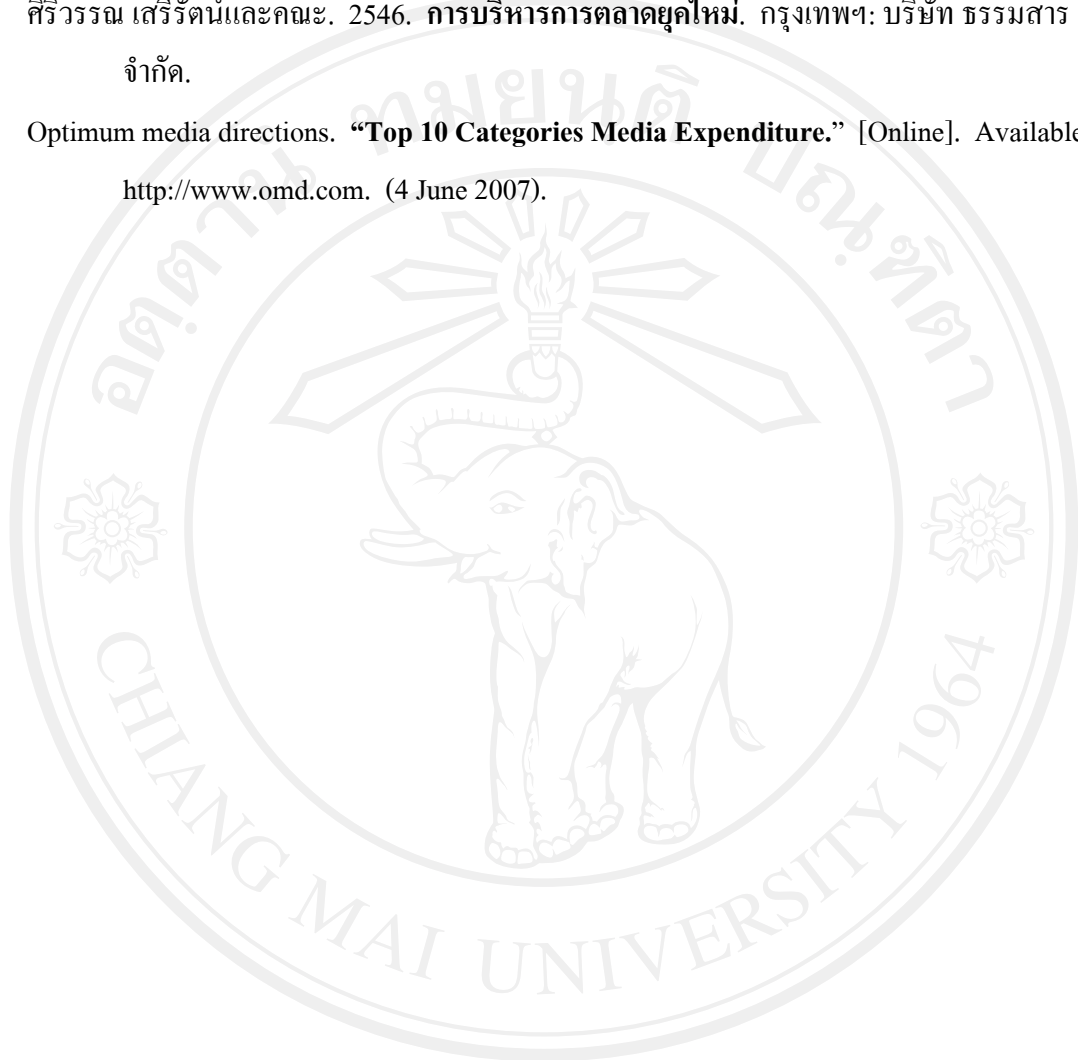
สยามธุรกิจ. 2551. “สบช่องตลาด ‘แอนไท-เอจิ้ง’ บูม.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.siamturakij.com>. (24 พฤษภาคม 2551).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ชรรมสาร จำกัด.

Optimum media directions. “**Top 10 Categories Media Expenditure.**” [Online]. Available

<http://www.umd.com>. (4 June 2007).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved