

บรรณานุกรม

- คุณชาติ เวชสาร. 2545. การวิจัยตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. 2551. พฤติกรรมองค์กร. หน้า 58-60. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- นิตินันท์ ชชมณมาศ. 2551. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อ The Body Shop ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บิสิเนสไทย. 2551. “หญิงไทยใส่ใจใบหน้าสุดฤทธิ์”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: http://www.businesssthai.co.th/bt/content.php?data=414025_R&D%2520Plus.15 กรกฎาคม 2552
- บุศรา คำหาญ. 2548. พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : ชรรรมสาร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2552. “ตลาดเครื่องสำอางปี52: กระแสรักสวย-รักงาม...ยังคงทำให้ธุรกิจขยายตัว”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: http://www.kasikornbank.com/portal/site/KResearch/rsh_d/?cid=5&id=21136.15 กรกฎาคม 2552
- สุริสา โสมะบุตร. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านเคาน์เตอร์ห้างสรรพสินค้าของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุวิมล แม้นจริง. 2546. การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร: เอช.เอ็น.กรุ๊ป
- สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ. 2552. “รายงานจำนวนประชากรจังหวัดสมุทรสาคร” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://report.nhso.go.th/ReportNSARServlet.15> กรกฎาคม 2552
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. 2552. “กระแสรักสวย-รักงาม... พยุงตลาดเครื่องสำอางโตต่อเนื่อง”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.thannews.th.com/detialnews.php?id=M2424381&issue=2438.15> กรกฎาคม 2552

อโนชา เขียวลงยา. 2551. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแว่นตาจากร้านค้าแว่นตาเซนส์โตร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved