

กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อเล่นผมประเภทความงามในระดับคุณภาพสูง :
กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ตราลัคส์ ซูเปอร์ริชของบริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด

ประจิดจิต ทองใบ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เมษายน 2543

กลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เพื่อเส้นผมประเภทความงามในระดับคุณภาพสูง
กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ตรา ลักส์ ชูเปอร์ริชของบริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด


ประจิดจิต ทองใบ

การค้นคว้าแบบอิสระได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

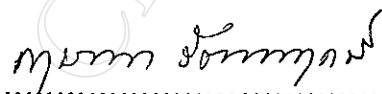
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ


..... ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จีราวรรณ ฉายสุวรรณ


..... กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปราณี อุเจริญไพศาล


..... กรรมการ

รองศาสตราจารย์ กฤษณา รัตนพฤษย์

วันที่ 3 เมษายน 2543

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จีราวรรณ นายสุวรรณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปราณี กุเจริญไพศาล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขงานการค้นคว้านี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ มาลีมาศ สิทธิสมบัติ อาจารย์ที่ปรึกษาทั่วไปตลอดระยะเวลาการศึกษา และรองศาสตราจารย์ กฤษณา รัตนพฤษย์ ที่กรุณาได้รับเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ตลอดจนคณาจารย์ผู้ให้การศึกษาในหลักสูตรนี้ทุกท่าน ผู้จัดการตราถักส์ ซูเปอร์ริช เจ้าหน้าที่ฝ่ายออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เพื่อเส้นผม บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด และฝ่ายข้อมูลสนเทศ บริษัท คู่แข่ง จำกัด (มหาชน) ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการค้นคว้านี้

ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ คุณน้ำ น้องๆ และพี่น้องผองเพื่อนชาวบริหารธุรกิจ รุ่น 7 ตลอดจนเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจ มช. ที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือจนจบการศึกษา

ประชิดจิต ทองใบ