

บรรณานุกรม

กุลทลี รื่นรมย์. 2549. กาวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551. การวิเคราะห์สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 11 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิตยสาร Marketeer. 2551 “การตลาดผู้ชายสายพันธุ์ใหม่” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gotomanager.com/> (8 กันยายน 2553).

ประคอง วรรณสุด. 2542. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: อินเทอร์เน็ต- เทคพรีนติ้งจำกัด.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2551 “ตลาดเครื่องสำอางผู้ชายปี’52 : ชะลอตัวร้อยละ 3.5” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.positioningmag.com> (8 กันยายน 2553).

ผู้จัดการออนไลน์. 2551 “สมรภูมิสกินแคร์ชายระอุ” (ระบบออนไลน์). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gotomanager.com/> (8 กันยายน 2553).

ผู้จัดการออนไลน์. 2553. “ลอรีอัล เสริมทัพสกินแคร์ชายผืนก การ์นิเยเมน ถล่ม นีเวีย.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gotomanager.com/> (8 กันยายน 2553).

วรรณิศา ชัยญาณะ. 2552. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของเด็กหญิงก่อนวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2552. “จำนวนประชากร.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dopa.go.th/> (16 กันยายน 2553).

อรชร มณีสงฆ์ 2551. “พฤติกรรมผู้บริโภค” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.ba.cmu.ac.th/~ek/mobile721/mat/consumer.ppt> (8 กันยายน 2553).

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2539. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อมลฉัฐ พ่วงชานา และคณะ. 2548. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ สำหรับผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

อภิรดี ธรรมสรณ์. 2552. แนวโน้มเครื่องสำอางค์สำหรับผู้ชายในประเทศไทย. วิทยาศาสตร์
มหابัณฑิต (สาขาวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง) มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ทัศนารณ์ ทองเที่ยง. 2552. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง
บำรุงรักษาผิวหน้าของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รัตติยา อุบลบาน. 2548. พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางเพื่อบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ชายในจังหวัด
ขอนแก่น. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เกวลี ปะตุลละ. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณัฐพล ยะจอม. 2549. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้ชาย
ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นฤมล วัฒนศิริ. 2551. ส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยบนใบหน้า
ของผู้หญิง ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.