

## บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). *ผลิตเครื่องสำอาง*. เข้าถึงได้จาก [http://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2559/T26/T26\\_201603.pdf](http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201603.pdf)
- กรมศุลกากร. (2559). *มูลค่าการนำเข้า แยกตามหมวดสินค้าฟุ่มเฟือย*. เข้าถึงได้จาก <http://dataservices.mof.go.th/Dataservices/IELuxury>.
- กรุงศรี ญู. (2558). *เครื่องสำอางเมคอินไทยแลนด์ ธุรกิจนี้ยังสดใสท่ามกลาง “คู่แข่ง”*. เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/krungsri-guru/guru/sme/august-2015/cosmetics-made-in-thailand.html>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- เกล้ากมล สุริยันต์. (2554). *การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าเครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ ETUDE HOUSE ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เกษมณี เลิศกิจจา. (2555). *เครื่องสำอางเกาหลีบุกไทย*. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaicosmetic.org>
- เกษมณี เลิศกิจจา. (2559). *TCMA ค้านลดภาษีนำเข้าเครื่องสำอาง หวั่นกระทบกลุ่มเอสเอ็มอีไทย*. เข้าถึงได้จาก <http://m.naewna.com/view/buisness/242741>
- คลังความรู้ธุรกิจ. (2558). *ศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย 6W1H Model*. เข้าถึงได้จาก <http://thbusinessinfo.blogspot.com/2015/02/6w-1h-model.html>
- จิตราภา ยิ่งยง และคุณณี พรหมไสดา. (2555). *การศึกษาพฤติกรรมทางเลือกซื้อเครื่องสำอางเกาหลีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา: นักศึกษาหญิง คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี*. จุลนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิรประภา สุขสวัสดิ์. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชมพูนุช หมั่นอินทร์ และอดิลา ฟงศ์ยี่หล้า. (2558). *พฤติกรรมซื้อ/ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย*, 3(3), 58-73.

- ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2557). การรับรู้การสื่อสารการตลาดบูรณาการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 1(1), 111-125.
- ณัฐษา ประวลาปัทมกุล. (2555). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2559). “ตลาดเครื่องสำอาง” ลีสันแห่งอุตสาหกรรมไทยสู่การเจริญเติบโตระดับสากล. เข้าถึงได้จาก <http://164.115.22.186/webmost/main/files/C-160529022064.pdf>
- ชนิพัฒน์ พิรมธูกร. (2558). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชัยรัฐ ไพศาลวงศ์ดี และอิทธิกร จำเเดช. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเกาหลีของประชากรในกรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 3(1), 529-546.
- ธีรนาฏ โกมณเทียร และณัฏษ์ กุลิสร์. (2555-2556). พฤติกรรมและแนวโน้มการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลี ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทร์วิโรฒ*, 4(1), 111-132.
- นันทน์ลิน จันทร์จรัสวัฒนา และนิตยา เจริญประเสริฐ. (2558). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้า. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 1(3), 392-410.
- เนตรนพิศ ประทุม. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศของเพศที่สาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ประคอง กรรณสูต. (2542). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ วิวิธนาภรณ์. (2557). ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้าและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายี่ห้อยูเซอรินในโรงพยาบาลเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.
- ภาวินี กาญจนภา. (2554). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ที่ออป.

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ. (2559). *10 อันดับธุรกิจเด่นปี 2559*.

เข้าถึงได้จาก <http://blog.eduzones.com/magazine/153359>

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2540). *สถิติทางการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

เลดี้ทิปส์. (2555). *ข้อดีของการแต่งหน้าที่สาว ๆ อาจนึกไม่ถึง*. เข้าถึงได้จาก

<http://beauty.ladytips.com/topic/7752>

วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2556). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิไลลักษณ์ ทองปิ่น. (2546). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และอมรศักดิ์ บุญเรือง. (2546). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อิน บิสซิเนสเวิลด์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุภา เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

สิวพงศ์ บุตรดาวงศ์และอำไพพรรณ เอี้ยวสุวรรณ. (2556). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศึกษา กังสนานนท์ และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย. (2559-2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(3), 84-95.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2559). *คลังข้อมูลอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและเวชสำอาง สวทช*. เข้าถึงได้จาก [http://www.technology.in.th/industrial-data/doku.php?id=cosmetics-industry:newstart overview](http://www.technology.in.th/industrial-data/doku.php?id=cosmetics-industry:newstart+overview)

สุดาพร ภูมณฑลบุตร. (2557). *หลักการตลาด...สมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุพัตรา บุญพวง. (2558). พฤติกรรมการซื้อและความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย*, 3(3), 368-377.
- สุภาพร ชุ่มสกุล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โอลิสติก พับลิชชิ่ง.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิวิชญ์ ภามัย. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้าของผู้ชาย ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อังกวรา อรรถเจริญพร. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าหนึ่งของไทยสำหรับผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัญชลี ซีระยุทธสกุล. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัคราพรรณ ภูจำปาและเยาวภา ปฐมศิริกุล. (2558). บุคลิกภาพและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแบรนด์เครื่องสำอางของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 5(1), 283-291.
- อุษา แสงแจ่ม. (2557). การใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตปทุมวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2007). *Marketing: An introduction*. (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Peason Prentice-Hall.
- Grewal, D., & Levy, M. (2010). *Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Kawa, L. W., Rahmadiani S. F. & Kumar S. (2013). Factors Affecting Consumer Decision-Making: A Survey of Young-Adults on Imported Cosmetics in Jabodetabek, Indonesia. *The SIJ Transactions on Industrial, Financial & Business Management (IFBM)*, 1(5), 175-180.

- Kumar, A. H. H, John, S. F. & Senith, S. (2014). A Study on Factors Influencing Consumer Buying Behavior in Cosmetic Products. *International Journal of Scientific and Research Publication*, 4(9), 1-6.
- Palade, A. (2011). Analysis of Marketing Mix on Cosmetics Products Case Study: AVON Company. *Annals of the University of Petroşani, Economics*, 11(4). 233-244.
- Sellsuki. (2014, September 14). สํารวจร้านบน facebook ไทย พบ “ขายอาหารเสริมและเครื่องสำอาง” รายได้เยอะสุด. เข้าถึงได้จากจาก [blog.sellsuki.co.th/สํารวจร้านบน-facebook](http://blog.sellsuki.co.th/สํารวจร้านบน-facebook)