

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรุงเทพธุรกิจ (8 พฤษภาคม 2552). เซ็นทรัลเท 20ล.ปลุกตลาดแฟชันชาย เล็งยกเครื่องสาขาใหญ่ แผนกบุรุษ. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2552, http://www.marketeer.co.th/marketeertoday_detail.php?marketeertoday_id=950
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ : เอดิสัน เพรส โพรดักส์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คำธณ สันติพรวิทย์. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้ายี่ห้อนี้เวีย สำหรับผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิราวุฒิ หลอมประโคน และวราภรณ์ ลี้มเปรมวัฒนา. (2550). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยภาควิชาการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2548). เดอะมอลล์อินเทอร์เน็ต ดันสินค้าเกาะกระแสแฟชันโลก. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2552, <http://library.dip.go.th/multim5/News/N01999.doc>.
- ณัฐพล ยะจอม. (2549). ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้ชาย ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไทยพีอาร์ดอทเน็ต. (2550). บิ๊กซี ขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ เปิดโซนผู้ชาย ทุ่มงบ 300 ล้าน ฉลอง 14 ปี แจกบ้าน 14 หลัง. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2552, <http://www.thaipr.net/nc/readnews.aspx?newsid=67D5273CD6AF6A8345C074283088FB14>
- นทีรัช เกรียงชัยพร. (2543). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตยา จิตรกษัธรรม. (2550). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : หจก. ภาพพิมพ์.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ผู้จัดการรายวัน. (2550). บิ๊กซีเจาะกลุ่มผู้ชายขยายฐานลูกค้าใหม่. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2550, <http://www.gotomanager.com>.

- พรเพชร แก้วอ่อน. (2550). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางเพื่อบำรุงผิวสำหรับ
ผู้ชายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- มติชนสุดสัปดาห์. (26 สิงหาคม 2548). ศาสน์แห่งการช้อปปิ้ง. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2552 ,
<http://www.maticchonbook.com/newsDetail.php?gd=44783>.
- ยิ่งรัก กุลหินตั้ง. (2551). ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางของผู้ชายในเขตเทศบาลเมือง
อุดรธานี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด. ขอนแก่น :
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- รัตติยา อุบลบาน. (2548). พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางเพื่อบำรุงรักษาผิวหน้าของผู้ชายในจังหวัดขอนแก่น.
สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). คู่มือวิจัย : วิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . (2543). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (รศ.) และคณะ (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ชรรมสาร จำกัด.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2550). ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร. สืบค้น
เมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2552, <http://www.dopa.go.th>
- สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร (2542). ข้อมูลการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 22 มกราคม
2552, <http://cpd.bangkok.go.th>
- สุพิชา บ้านชี (2547). รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้หญิงวัย
ทำงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรพล สมบัติหอม. (2543). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้ชายวัยทำงานในเขตเทศบาลเมือง
มหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาสารคาม :
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อัจฉรา วรรณสถิตย์.(2545). แฟชั่นเชิงพาณิชย์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- อัญชัน สันติไชยกุล. (2547). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง และการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่น
ของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการโฆษณา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Amould, E. J., Price, L. L. & Zinkhan, G. M. (2002). *Consumers*. New York : McGraw – Hill.
- Assael, H. (1998). **Consumers Behavior and Marketing Action (6th ed.)**. Cincinnati, OH : South-Western College.
- Belch, G. E. & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion*. New York, NY : McGraw – Hill.
- Drake, M.F., Spoone, J. H & Greenwald, H. (1992). **Retail Fashion Promotion and Advertising**. New York:Macmillan.
- Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). **Consumer Behavior : An Applied Approach**. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Hawkins, D. J. Best, R. J. & Coney, K. A. (2001). **Consumer Behavior : Building Marketing Strategy (8th ed.)**. New York : McGraw Hill.
- Hoyer, W. D. & Macinnis, D. J. (2001). **Consumer Behavior (2nd ed.)**. Boston : Houghton Mifflin.
- Kawabata, H. & Robolt, N. J. (1999). Comparison of Clothing Purchase Behavior between US and Japanese Female University Students. **Journal of Consumer Studies & Home Economics**, 23 (4 December), 213-223.
- Klapper, J. T. (1960). **The Effect of Mass Communication**. New York : The Free Press.
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management (11th ed.)**. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Leung,W.K.K.& Taylor,G.(2002). Fashion Buying Criteria of X Generation Consumers in Hong Kong. **Journal of Fashion Marketing and Management**, 6 (1), 63-76.
- Levy, M. & Weitz, B. (1996). **Essentials of Retailing**. USA : Time Mirror Higher Education Group.
- Lewison, D. M. (1997). **Retailing (6th ed.)**. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Marketeer. (2551). **Branded Male การตลาดผู้ชายสายพันธุ์ใหม่**. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2552, http://www.marketeer.co.th/inside_detail_new.php?inside_id=90
- Marketeer. (2552). **Men Intrend รุกหนักตลาดแต่งกายแฟชั่นผู้ชาย ตั้งเป้าโต 9% ปีนี้**. สืบค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2552, <http://www.ryt9.com/s/psum/568550/>
- Mowen, J. M. & Minor, M. S. (2001). **Consumer Behavior**. A Framework. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Rabolt, N. & Drake, M. (1987). Reference Person Influence on Career Woman's Dress. **Journal of Clothing Textile Research**, 3(2), 11-19.
- Rath, P.M., Peterson, J., Greensley, P. & Gill, P. (1994). **Introduction to Fashion Merchandising**. New York:Delmar.
- Schiffman, L. & Kanuk, L. (2000). **Consumer Behavior**. Seventh Edition, Prentice Hall.

Solomon, M. R. (2002). **Consumer Behavior**. Upper Saddle River, NJ : Printice Hall.

Sproles, G.B. (1981). Analyzing Fashion Life Cycle – Principles and Perspectives. **Journal of Marketing**, 45 (Fall), 116-124.

Ston, E. & Samples, J. A. (1985). **Fashion Merchandising** :An Introduction (4ed). USA :McGraw - Hill.