



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- กาญจนา น้าทิพากร. ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางของนักศึกษาชาย มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. ลำปาง : มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 2551. ถ่ายเอกสาร.
- การขายตรงไทย,สมาคม. ความรู้ธุรกิจขายตรง. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2553, จาก <http://www.tdsa.org>. 2553.
- กัลป์ชลิ กบิลโชติ. การขายตรงไทย,สมาคม ธุรกิจเครื่องสำอางแข่งขันรุนแรง สารวิจัยธุรกิจ 8(56) : 45-48 ; ธันวาคม, 2547.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กุลธน ธนาพงศ์ธร. “ประโยชน์และการบริการ,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา การบริการงานบุคคล. หน่วยที่1-181 หน้า1-36 พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2542.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. จิตวิทยาการบริการ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- จิรวรรณ ดวงใบ. ปัจจัยที่มีผลต่อผลตอบแทนของผู้ประกอบอาชีพนักขายตรงในบริษัทขายตรงหลายชั้น ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2542. ถ่ายเอกสาร.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมพ์ลสิทธิ์. การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. สงขลา : ภาควิชาการประเมินผลการวิจัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2548.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2546.
- ชาติพง สุนทรฐิติเจริญ. ทักษะคติของผู้ขายต่อการใช้เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545. ถ่ายเอกสาร.
- ชาลิสา ทรงประดิษฐ์. ปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางขายตรงของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2548. ถ่ายเอกสาร.
- ชุกกลิ่น อุณวิจิตร. เอกสารคำสอนรายวิชาหลักการโรงแรม. เชียงราย. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2548.

คนัย ดีโรจนวงศ์. เจ้าฟ่อนักขายตรง. กันยายน 12 มกราคม 2553, จาก

<http://www.positioningmag.com/magazine>. 2552.

คนัย เอกมหาสวัสดิ์. มิสทีน สร้างแบรนด์บนท้องถนน. กันยายน 12 มกราคม 2553, จาก

<http://www.ohmmag.com>. 2553.

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.

“ปฏิบัติการทวงแชมป์ AVON สเต็ป 2 ตั้งแม่ทัพหญิง ลุย! ตลาดความงาม,” สยามธุรกิจ, 5-8, ธันวาคม หน้า 1-6, 2552.

ประเสริฐศรี พลอยเจริญ. ปฏิบัติการทางแชมป์, ความคิดเห็นและวิธีการดำเนินธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของนักธุรกิจอิสระแอมเวย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2547. ถ่ายเอกสาร.

ปราณี เขียมลอมภักดี. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ธนาพรส, 2549.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, 2546.

พรประภา ชื้อสมศักดิ์. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผิวหน้าขาวของสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544. ถ่ายเอกสาร.

พิมพ์สิริ มณีฟอง. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางจำหน่ายตรงที่ผลิตในประเทศไทย ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษ บธ.ม เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2544. ถ่ายเอกสาร

เกศชกรกรรม สมัยสยาม. หนังสือพิมพ์เกศชกรกรรม. สมัยสยาม 15(3) : 17-19 พฤษภาคม - มิถุนายน, 2505.

มัตติกา เกิดพิทักษ์. อุปสงค์เครื่องสำอางสมุนไพรบำรุงรักษาผิวหน้าในจังหวัดขอนแก่น.

รายงานการศึกษาอิสระ บธ.ม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2547.

มัลลิกา นกเยี่ยม. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546. ถ่ายเอกสาร.

ขยงุทธ พู่พงศ์ศิริพันธ์ และคณะ. การจัดการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2546.

วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. กลยุทธ์การจัดการตลาดบริการ. มหาสารคาม : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2552.

วิทยา นามเสาร์. พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แอมเวย์ของนักธุรกิจแอมเวย์
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2550. ถ่ายเอกสาร.

วิยุทธ์ ฉายะยันตร์ และคณะ. การขายตรง. กรุงเทพฯ : วังอักษร, 2543.

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. คู่มือพัฒนาระบบคุณภาพสู่มาตรฐาน ISO 9002 ฉบับล่าสุด. พิมพ์
ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ, 2542.

ศิรินทร วรณสินธ์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเครื่องสำอางขายตรง.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต วิทยาเขตพัฒนาการ,
2549. ถ่ายเอกสาร.

ศิริพร พุ่มพิ้งพุท และกัลยา นามสงวน. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค
เครื่องสำอางของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขต
เพาะช่าง,” วารสารวิชาการ คณะศึกษาศาสตร์. 7(1-3) : 29-30 ; มกราคม – ธันวาคม,
2549.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. ศัพท์การตลาดและการโฆษณา. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา, 2538.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชธรรมสาร, 2546.

สมชาติ กิจยรรยง. MLM ธุรกิจสร้างเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ : อินฟอร์มีเดีย บู้คส์, 2546.

สมบูรณ์ ชันธิโชติ. การขายตรง. กรมอาชีวศึกษา. กรุงเทพฯ : ประสานมิตร, 2548.

สาธารณสุข, กระทรวง. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2525) ออกตามความ
ในพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517 เรื่อง กำหนดให้เครื่องสำอางต้องมีฉลาก,
2525.

สุกัญญา ปรมาศิกุล. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรงของผู้
บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2545. ถ่ายเอกสาร.

สุโขทัยธรรมาริราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 9-15.
พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาริราช, 2542.

สุปัญญา ไชยชาญ. การบริหารการผลิต. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : พี.เอ.ดีฟวิง, 2546.

สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์. การเปิดรับโฆษณา ทศนคติ และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง.

วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544. ถ่ายเอกสาร.

เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และ โซเท็กซ์, 2542.

- เสาวลักษณ์ วงษ์ราช. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อผิวหน้าขาวและลดริ้วรอยของสตรีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลพบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. ลพบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 2548. ถ่ายเอกสาร.
- อรุณทิพย์ วรชิวัน. ทศนคติของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของฝ่ายสินเชื่อสาขากลาง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545. ถ่ายเอกสาร.
- เอกภูมิ อารมณเสรี. บทวิเคราะห์การตลาด: เครื่องสำอาง U-Star. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2553, จาก <http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments>. 2553.
- แอมเวย์ ประเทศไทย. สมาชิกแอมเวย์. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2552, จาก <https://www.amwayshopping.com>. 2552.
- Crosby, Philip. *Quality is Still Free : Making Quality Certain in Uncertain Times*. New York : McGraw-Hill, 1982.
- Dittmar, H, Beattie, J. and Friese, S. *Objects Decision Considerations and Self-Image in Men's and Woman's Impulse Purchases..* from : <http://www.kent.ac.uk/ESRC/impulse.html>. 2006.
- Gutierrez, Ben Paul B. *Determinants of Planned and Impulse Buying : the Case of the Phillipines*. from : <http://www.upd.edu.ph/>.
- Juran, Joseph M. *Management of Quality Control*. New York : McGraw-Hill, 1960.
- Kotler, Philip. *Marketing and Introduction*. 6th ed. New Jersey : Pearson Education, 2000.
- Millet, John D. *Management in the Public Service*. New York : McGraw-Hill, 1954.
- Parasuraman A, Zeithaml Valarie A and Berry, Leonard L. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*. 70(3) : 41-50 ; January, 1985.
- Peterson, Robert A., Gerald, Albaum, and Nancy, M Ridgway. "Consumers Who Buy From Direct Sales Companies," *Journal of Retailing*. 65(2) : 273-314 ; Summer, 1989.
- Sherriff T. K. Luk, Lorna, Fullgrabe and Stephen, C. Y. Li. "Managing Direct Selling Activities in China: A Cultural Explanation," *Journal of Business Research*. 45(3) : 257-266 ; 1999.

Wei-yu, Kevin Chiang. "Direct Marketing, Indirect Profits: A Strategic Analysis of Dual-Channel Supply-Chain Design," *Management Science*. 49(1) : 45-55 ; January, 2003.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY