

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ค็อดเลอร์, พี. (2546). *การจัดการการตลาด* (ยงยุทธ พงศ์ศิริพันธ์, ยุทธนา ธรรมเจริญ, อุไรวรรณ ไย้มนิยม, อติลา ปงศ์ยี่หล้า, และ ธนวรรณ แสงสุวรรณ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. (ต้นฉบับพิมพ์ปี 2000)
- ชยันต์ ตันติวิธดาการ. (2548). ทฤษฎีเกมและการแข่งขันในเชิงกลยุทธ์ของตลาดผู้ขายน้อยราย หน่วยที่ 5, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. *เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรม*. นนทบุรี.
- ชยันต์ ตันติวิธดาการ. (2548). พฤติกรรมในการกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ หน่วยที่ 6, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. *เอกสารการสอน: เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรม*. นนทบุรี.
- ชยันต์ ตันติวิธดาการ. (2550). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค: ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทำเนียบโฆษณาธุรกิจ ปีที่ 19 ฉบับที่ 19. (2548). *Advertising 2006*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ.
- ทำเนียบโฆษณาธุรกิจ ปีที่ 20 ฉบับที่ 20. (2549). *Advertising 2007*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ.
- ทำเนียบโฆษณาธุรกิจ ปีที่ 21 ฉบับที่ 21. (2550). *Advertising 2008*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ.
- ทำเนียบโฆษณาธุรกิจ ปีที่ 22 ฉบับที่ 22. (2551). *Advertising 2009*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ.
- ทำเนียบโฆษณาธุรกิจ ปีที่ 23 ฉบับที่ 23. (2552). *Advertising 2010*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ.

เบต, อาร์ และ ปาร์กิน, เอ็ม. (2548). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค* (อำนาจ อีระวนิช (บรรณาธิการ), จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. (ต้นฉบับพิมพ์ปี 2004)

วิไลวรรณ วรรณนิธิกุล. (2538). โครงสร้างตลาด หน่วยที่ 7, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. เอกสารการสอน: *เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและทฤษฎีดัชนี* หน่วยที่ 1-8 (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี.

สุภาสินี ตันติศรีสุข. (2548). โครงสร้างตลาด พฤติกรรมการแข่งขันและผลการดำเนินงานของหน่วยผลิต หน่วยที่ 4, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. เอกสารการสอน: *เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรม, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์*. นนทบุรี.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (The Millennium ed). New Jersey, Prentice Hall.

Kotler, P. & Armstrong, G. (1996). *Principle of Marketing* (7th ed). New Jersey, Prentice Hall.

Pindyck, R. & Rubinfeld, D. (2005). *Microeconomics* (6th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy*. New York, The Free Press.

Silversten, M. J. & Fiske, N. (2008). *Trading up: why consumers want new luxury goods_and how companies create them*. New York, Portfolio.

The advertising book 2001. (2002). *Thailand's advertising, marketing and media guide*. Bangkok, AB Pub.

The advertising book 2002. (2003). *Thailand's advertising, marketing and media guide*.
Bangkok, AB Pub.

The advertising book 2003. (2004). *Thailand's advertising, marketing and media guide*.
Bangkok, AB Pub.

The advertising book 2004. (2005). *Thailand's advertising, marketing and media guide*.
Bangkok, AB Pub.

บทความในวารสาร

พีแอนด์จีปาล์ม ครีมบำรุงผิวโต ส่ง 2 สินค้านวัตกรรมต้นยอดปลายปี. (26 - 29 ตุลาคม 2551).
ฐานเศรษฐกิจ, น. 22.

ยูนิลีเวอร์-พีแอนด์จีเชือดกันผิวถึงผม. (พฤศจิกายน 2543). *Marketeer*, น. 56-66.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2552). *ตรวจค้นงบการเงินของนิติบุคคล*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12
พฤศจิกายน 2552 จาก <http://www.dbd.go.th/corpsearch2/main2.phtml>

กรมส่งเสริมการค้าส่งออก. (2544). *Beauty or make up preparations, soap and preparations
for the care of skin*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2552 จาก
http://www.thaitrade.com/en/doc/report_cosmetics.doc

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2552). *สรุปภาวะธุรกิจและแนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง*.
สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2552 จาก
http://www.ktb.co.th/ktbweb/public/th/data/invest_research/invest_eco_bus/eco_biz_trend/media/Cosmetics.pdf

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2549). *การจดแจ้งเครื่องสำอางแนวใหม่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2552 จาก

<http://www.thaicosmetic.org/documents/การจดแจ้งเครื่องสำอางแนวใหม่.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2551). *ต้องการผิวขาว ต้องรู้จักผลิตภัณฑ์ผิวขาว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2552 จาก

http://www.oryor.com/oryor/admin/module/fda_fact_sheet/file/f_95_1227861025.pdf

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2552). *พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2552 จาก

<http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/cosmetic/cosmetic/dat/act.htm>

เอกสารอื่นๆ

กฤติกา ธรรมเวทิน. (2548). *Disruption กับงานโฆษณาศึกษาเฉพาะกรณี : ผลิตภัณฑ์บำรุง*

ผิวหน้า Nivea Visage. สารนิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาโฆษณา. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2552, จากฐานข้อมูลระบบจัดเก็บเอกสารในรูปอิเล็กทรอนิกส์

จันทิมา ปัทมธรรมกุล. (2550). *วิเคราะห์การสร้างวาทกรรมความงามของโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุง*

ผิว. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2552, จากฐานข้อมูลระบบจัดเก็บเอกสารในรูปอิเล็กทรอนิกส์

ปิยรัตน์ ณ สงขลา. (2546). *การสำรวจปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อเครื่องสำอางเพื่อดูแลผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการ). สืบค้นเมื่อวันที่ 16 เมษายน 2552, จากฐานข้อมูลระบบจัดเก็บเอกสารในรูปอิเล็กทรอนิกส์

พัชรินทร์ อัครวานิชิต. (2550). *แนวโน้มธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทย*. สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, คณะวิทยาศาสตร์, ภาควิชาวิทยาศาสตร์
เครื่องสำอาง. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จากฐานข้อมูลระบบจัดเก็บเอกสารในรูป
อิเล็กทรอนิกส์

วราภรณ์ หวังสถิตย์พร. (2546). *พฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเพื่อหน้าขาว
(ไวท์เทนนิ่ง) ของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
(การตลาด). สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จากฐานข้อมูลระบบจัดเก็บเอกสารในรูป
อิเล็กทรอนิกส์

บทความในวารสาร

นีเวีย รุกตลาด “mass” ชิงฐานลูกค้าพอนด์ส-โอเลย์. (มิถุนายน 2544). *Brandage*. สืบค้นเมื่อ
วันที่ 9 มกราคม 2552, จาก
[http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?ta
bID=2&ArticleID=2453&ModuleID=21&GroupID=82](http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=2453&ModuleID=21&GroupID=82)

พอนด์ส ออฟ อิมเมจทั่วโลก เต็มภาพผู้เชี่ยวชาญ แก้มโอเลย์ (14 เมษายน 2551). *ผู้จัดการราย
สัปดาห์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2552, จากฐานข้อมูลระบบจัดเก็บเอกสารในรูป
อิเล็กทรอนิกส์ newscenter

พอนด์ส โอเลย์เร่งทัพ ชิงแชร์ตลาดลดรีวอย ซักลยุทธ์ Testimonial ยังแรงรับปีหนู (6 - 9 มกราคม
2551). *ฐานเศรษฐกิจ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2551, จาก
<http://www.thannews.th.com/detailnews.php?id=M1722851&issue=2285>

พาวเวอร์แบรนด์ พาวเวอร์แชร์. (มิถุนายน 2548). *Marketeer*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552,
จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=3482

พาวเวอร์แชร์. (ธันวาคม 2551). *Marketeer*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=7132

พีแอนด์จีเข้าไปครั้งก้าวก็สายเสียแล้ว. (สิงหาคม 2546). *Marketeer*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=4414

พีแอนด์จีลดไซส์โอเลย์จับคนงบน้อย (13 กุมภาพันธ์ 2551). *ข่าวสด*, น. 23. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2552, จาก http://news.buddyjob.com/economic/show_news-15084-5.html

ภัทรพลย์ วงศ์เรืองวิศาล และ คัชรินทร์ เจริญวัลย์. (2527). *ธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทย*. วารสารบริหารธุรกิจ ปีที่ 8 ฉบับที่ 30 (ม.ค. – มี.ค. 2527) หน้า 79-93, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2552, จากฐานข้อมูลระบบจัดเก็บเอกสารในรูปอิเล็กทรอนิกส์

แม่ทัพหญิงคนใหม่ของ P&G. (พฤษภาคม 2548). *Positioning*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จาก <http://www.positioningmag.com/magazine/Details.aspx?id=33001>

ไวท์วอร์. (มีนาคม 2551). *Marketeer*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=6171

สงครามตลาดรอง ชิงบัลลังก์ตลาดใหญ่. (มกราคม 2550). *Marketeer*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=5231

สาวตจว. ก็ต้อง “ขาว”. (สิงหาคม 2549). *Marketeer*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=4927

โอเลย์ปรับโฉมรีเจนเนอรัลรอบ 4 ปี ชู 3 กลยุทธ์ชิงขึ้นเค้กตลาดแมสทีจ. (5 พฤศจิกายน 2551).

ผู้จัดการรายวัน. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2552, จาก

<http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=74752>

โอเลย์เปิดศึกชิงลูกค้าคลินิกเลเซอร์. (ธันวาคม 2551). *Positioning*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2552, จาก

<http://www.positioningmag.com/magazine/printnews.aspx?id=75953>

Ailawadi, K. L., Lehman, D. R., & Neslin, S. A. (2001, January). Market response to a major policy change in the marketing mix: Learning from Procter & Gamble's value pricing strategy. *The Journal of Marketing science*, 65(1), pp.44-61. Retrieved August 16, 2009, from <http://www.jstor.org/stable/3203405>

Carpenter, G. S., & Nakamoto, K. (1990, October). Competitive strategies for late entry into a market with a dominant brand. *Management science*, 36(10), pp.1268-1278. Retrieved September 5, 2009, from <http://www.jstor.org/stable/2632665>

Hauser, J. R., & Shugan, S. M. (1983, Autumn). Defensive marketing strategy. *Marketing science*, 2(4), pp.319-360. Retrieved August 16, 2009, from <http://www.jstor.org/stable/184030>

Jones, G. (2008). Blonde and blue-eyed? Globalizing beauty, C.1945-1980. *Economic history review*, 61(1), pp.125-154. Retrieved September 5, 2009, from ebscohost.

Moskowitz, H., & Itty, B. (2003, March). Jumpstarting product development: Competitive analysis and conjoint measurement in the cosmetic industry. *Journal of advertising research*, pp.62-77. Retrieved September 5, 2009, from ebscohost.

Robinson, W. T., & Chiang, J. (2002, September). Product development strategies for established market pioneers, early followers, and late entrants. *Strategic Management Journal*, 23(9), pp.855-866. Retrieved September 5, 2009, from <http://www.jstor.org/stable/3094282>

Shankar, V. (1997). Pioneers' marketing mix reaction to entry in different competitive game structures: Theoretical analysis and empirical illustration. *Marketing science*, 16(3), pp.271-293. Retrieved September 5, 2009, from <http://www.jstor.org/stable/184225>

Stasch, S. F., & Ward, J. (1997). Characteristics of competing marketing strategies when defending market leader. *Journal of strategic marketing*, 5, pp.23-49. Retrieved September 5, 2009, from http://pdfserve.informaworld.com/696236_789376229_713775498.pdf

Steenkamp, J. E. M., Nijs, V. R., Hanssens D. M., & Dekimpe M. G. (2005, Winter). Competitive reactions to advertising and promotion attacks. *Marketing science*, 24(1), pp.35-54. Retrieved September 5, 2009, from ebscohost.

Sun, P., & Hwang, I. (2005, September). The impact of new product launch strategies on the reaction of competitors in the Taiwanese cosmetic industry. *International journal of management*, 22(3), pp.442-451. Retrieved September 5, 2009, from ebscohost.