

REFERENCES

- Bangkokbiznews. (2006). *Market size of skin care products*. Retrieved August 22, 2007 from <http://www.bangkokbiznews.com>
- Blake, R., & Sekuler, R. (2006). *Perception*. Boston, NY: McGraw-Hill.
- Dana Dickman. (2007). *Perception*. Retrieved August 22' 2007 from http://www.ciadvertising.org/sa/spring_04/adv382j/danamd/theory%20site/intro.html
- Dember, W. N., & Warm, J. S. (1979). *Psychology of perception* (2nd ed.). Cincinnati, OH: Holt, Rinehart and Winston.
- Kanittha Sawatdirak. (2007). *Use of Cosmetics among Female Teenagers: A case study at Samutprakarn Technical College*. Unpublished master's research paper. Thammasat University, Language Institute, English for careers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Murch G. M. (1976). *Study in perception* (1st). Indianapolis, IN : Bobbs-Merrill.
- Pakdee Pothisiri. (2006). *Whitening Cream*. Retrieved August 22, 2007 from <http://tnews.teenee.com/crime/664.html>
- Pantip. (2007). *Opinions on skin color*. Retrieved August 22, 2007 from <http://www.pantip.com/cafe/lumpini/topic/L5820008/L5820008.html>
- Phong-ampai Thongpob. (2006). Attitudes of Samui residents toward foreign tourists: A study in Chaweng of two different groups of people. Unpublished master's research paper. Thammasat University, Language Institute, English for careers.
- Rookes, P., & Willson, J. (2000). *Perception: Theory, development and organization*. Philadelphia, PA: Routledge.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Wehmeier, S., & McIntosh, C. (2005). *Oxford dictionary* (7th ed.). Shanghai, China: Oxford University Press.
- วงศ์วิศ ษณิกโชติอนันต์. (2549). *การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสาหร่ายเกลียวทอง*. การศึกษาอิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

วรรณ โจนโอรรัตน์. (2547). การรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ด้านไอทีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษา
อิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.