

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กชมน วิบูลย์จันทร์. **ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ศัลยกรรมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2549.
- กนกวรรณ ทองรีน. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2555.
- กรวัฒน์ หาดแก้ว และสวงศ์ เสวตวัฒนา. “กลยุทธ์การตลาดสถานความงามดูแลผิวหน้าและผิวพรรณ”, **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี**. 11(2): 233-247; กรกฎาคม, 2562.
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. **รายงานวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560-2569)**. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข, 2559.
- กษมา กัลปตี. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกรักษาความงาม ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2550.
- เกร็ดน้ำผึ้ง น่วมองบุญ. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมตกแต่งใบหน้าของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัยสยาม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสยาม, 2560.
- เกียรติรัตน์ จินตามณี. (2560). “การแข่งขันของธุรกิจคลินิก สถานเสริมความงาม และโอกาสในการอยู่รอด”, **Taokaemai**. <https://taokaemai.com/beauty-clinic/>. 20 ธันวาคม, 2561.
- จารุวรรณ อินทะเว และบุหงา ชัยสุวรรณ. “อิทธิพลของสื่อและประสบการณ์ทำศัลยกรรมที่มีต่อความพึงพอใจการตัดสินใจทำซ้ำและการบอกต่อของผู้หญิง นวัตกรรมนิเทศศาสตร์และการจัดการ”, ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2559**. น. 230-246. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2559.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549ก.
- _____. **การจัดการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส (1989), 2549ข.
- ชยพล ผู้พัฒน์. **พฤติกรรมการรับรู้และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำศัลยกรรมเพื่อความงามของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 2554.
- ชาย โพธิ์สิตา. **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2554.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ฐานเศรษฐกิจ. (2560). “ธุรกิจความงามคึกคัก เทรนด์คลินิกแพทย์ฟุง เหตุหน้าเชื่อถือผลลัพธ์ดี”, **ธุรกิจความงามคึกคัก**. <http://www.thansettakij.com/content/208741>. 21 ธันวาคม, 2561.
- ณัฐมน อังกูรธนโชติ. **การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของร้านบ้านหม้อ แอนดิคราฟท์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2555.
- ณิชากัทธ แสงนิล. **อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อความไว้นื้อเชื่อถือ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าห้างสรรพสินค้าสุขอนันต์ปาร์ค**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.
- ทองสุมน อุบลกิจ และคณะ. **รายงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี: อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2555.**
- ไทยรัฐ. (2559). “ศัลยกรรมพลาสติกเพื่อเสริมความหล่อและความสวย เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศ”, **เสริมหล่อมาแรง ไล่หลังเสริมสวย**. <https://www.thairath.co.th/content/656019>. 1 ธันวาคม, 2561.
- ธงชัย สันติวงษ์. **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2533.
- ธนิตา เทียงจันทิก. **รายงานวิจัยการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาการทำศัลยกรรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระราชาูปถัมภ์**. ปทุมธานี: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระราชาูปถัมภ์, 2549.
- ธัญชนก สุขแสง. **ค่านิยมและอิทธิพลจากบุคคลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศัลยกรรมความงาม**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.
- ธัญรัก หมั่นนอภัย และวรัท วิจิ. “พฤติกรรมของผู้ชายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้บริการของคลินิกเสริมความงาม”, **วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. 1(2): 1-21; กรกฎาคม – เดือนธันวาคม, 2558.
- นภาลักษณ์ นทีทรัพย์ไพศาล. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับการศัลยกรรมเสริมจมูกของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, 2557.
- นรินทร ชมชื่น. **พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2556.
- นันทพร อารมณชื่น. **ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของพนักงาน บริษัท MOCAP ในการใช้สิทธิประกันสังคม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ปริดา ฐปแก้ว และวริยา ล้ำเลิศ. “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมสถานพยาบาลในการทำศัลยกรรมความงาม”, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. 6(1): 32; กรกฎาคม, 2562.
- พรอมา วิเศษวุฒิ. รายงานวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมการทำศัลยกรรมเพื่อความงามของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2549.
- พีระยุทธ คุ่มศักดิ์. “ระดับการตัดสินใจทางการตลาดต่อความต้องการทำศัลยกรรมบนใบหน้าของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร องค์ความรู้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”, ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ เภยภูมิตรวิชาการ ครั้งที่ 4. น. 1-12. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์, 2557.
- แพทยสภา. “สถิติแพทย์”, รายการข้อมูลสถิติแพทย์. <https://www.tmc.or.th/statistics.php>. 25 ตุลาคม, 2563.
- ภรณีพา จันทรคำ. “กลยุทธ์ตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเวชกรรมดูแลผิวหนังของประชาชน จังหวัดอุดรธานี”, วารสารบัณฑิตศึกษา. 10(49): 97-104; กรกฎาคม – สิงหาคม, 2556.
- ยุทธภูมิ เจริญวัย. การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ การเห็นคุณค่าในตนเอง และความตั้งใจทำศัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของวัยรุ่นหญิง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2559.
- วรุตม์ ประไพพัทธ์. ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2556.
- วาสนา อินทะแสง. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจคลินิกเสริมความงามที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.
- วัฒนา ไสธวัฒนา, อมรรัตน์ ศรีวานันต์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล. “รูปแบบกลยุทธ์การตลาดบริการ การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของผู้รับบริการสถาบันกวดวิชาในประเทศไทย”, จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 41(160): 25; เมษายน-มิถุนายน, 2562.
- สมเจตน์ สุขานนท์สวัสดิ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานเสริมความงามและลดน้ำหนัก. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2552.
- สมาคมศัลยกรรมแพทย์ตกแต่งเสริมสวยนานาชาติ. (2559). “ไทยศัลยกรรมความงามติดอันดับ 21 ของโลก นิยมทำเปลือกตามากที่สุด”, ข่าวยอดนิยม. <https://www.bbc.com/thai/thailand-40439947>. 4 มีนาคม, 2561.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง: กรุงเทพฯ: ธนาเพรส, 2551.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุพิชญา วัชรินทร์พร. **ปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจทำคัลยกรรมเสริมความงามบนใบหน้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยสยาม, 2555.
- สุภางค์ จันทวานิช. **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.
- อนิษฐา ผลประเสริฐ. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของผู้บริโภค**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.
- Boddy, C. R. “Sample size for qualitative research”, **Qualitative Market Research: An International Journal**. 19(4): 426-432; September, 2016.
- Booms, B. H. and Bitner, M. J. **Marketing strategies and organization structures for service firms: Marketing of Services**. Chicago: American Marketing Association, 1981.
- Certo, S. C. and Perter, J. P. **Strategic management: Concept and applications**. New York: McGraw-Hill, 1991.
- Cope, R. G. **Opportunity from strength: strategic planning clarified with case examples**. Washington, DC: American Association for Higher Education, 1978.
- Creswell, J. W. **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**. 3rded. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2009.
- Guillemin, F., Bombardier, C. and Beaton, D. “Cross-cultural adaptation of health-related quality of life measures: Literature review and proposed guidelines”, **Journal of Clinical Epidemiology**. 46(Special Issue): 1417-1432; December, 1993.
- Kamol Hospital. (2017). “Facial Surgery”, **บริการของเรา**. <https://www.kamolhospital.com/ตกแต่งใบหน้า/ศัลยกรรมใบหน้า>. 5 March, 2018.
- Kotler, P. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. 14th Global ed. New York: Prentice-Hall, 1997.
- MaGrath, A. J. “When Marketing Services, 4Ps Are Not Enough”, **Business Horizons**. 29(3): 44-50; May-June, 1986.
- Marketing91.com. (2017). “Service Marketing Mix 7P’s of marketing”, **Marketing mix articles**. <https://www.marketing91.com/>. 5 December, 2018.
- Miles, M B. and Huberman, A M. **Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook**. 2nded. Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Porter, M. E. **Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: Free Press, 1980.
- Smart SME. (2019). “ศัลยกรรมไทยโตสวนกระแสเศรษฐกิจโลก”, ศัลยกรรมไทยไม่แพ้ใครในโลก. <https://smartsme.co.th/content/224234>. 1 ธันวาคม, 2020.
- Thomas, W. L. and David, H. J. **Strategic Management and Business Policy**. 8th ed. New York: Pearson Education, 2002.
- Thompson, A. A., Srickland, A. J. and Gamble, J. E. **Crafting & executing strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases**. 15th ed. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc., 2007.