

REFERENCES

- Doyle, P., & Stern, P.(2006). *Marketing management and strategy* (4th ed.). Harlow, England: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Kumar, R. (1996). *Research methodology: A-step-by-step guide for beginners*. Addison Wesley Longman, Australia: SAGE Publication.
- Malhotra, N. K. (2007). *Marketing research (An applied orientation)* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Neil, J. S. (2006). *Exploring research* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Roger, D. B., Paul, W. M., & James, F. E. (2006). *Consumer behavior* (10th ed.). Mason, OH: Thomson/South-Western.
- Rosen, S. (2006). *The worldwide market for in-vitro diagnostics tests* (5th ed.). New York: Kalorama Information.
- White, C. M. (2004). *Strategic management*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan.
- ทำเนียบโรงพยาบาลและสถิติสาธารณสุข 2547-2548. (2547). กรุงเทพฯ: บริษัท อัลฟ่ารีเสิร์ช จำกัด.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). *การจัดการการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล, และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (ปรับปรุงครั้งที่ 8)*. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.