

บรรณานุกรม

- กชกร ธารหาญ. (2549). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคลินิกรักษาความงาม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติมา ศิริมงคล. (2554). *ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการคลินิกผิวหน้าและความงามของผู้บริโภคหญิงในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจและมัทนียา สมมิ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชื่นจิตต์ แจ็งเจนกิจ. (2548). *กลยุทธ์สื่อสารการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : ยูเรก้า
- ดารา ทีปะปาลและธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ปณิศา มีจินดาและศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ประมะ สตะเวทิน. (2538). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. (2547). *การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ : แพคอินเตอร์กรุ๊ป.
- ปิยฉัตร ล้อมชวการ. (2552). *การตลาดเจาะตรงในฐานะเครื่องมือการสื่อสารการตลาด*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารการตลาด*. หน่วยที่ 9 หน้า 42-76. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. (2552). *แนวคิดการสื่อสารการตลาด ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารการตลาด*. หน่วยที่ 1 หน้า 1-58. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พิมลพรรณ อนันต์กิจไพศาล. (2552). *Beautiful Skin : ดูแลผิวพรรณให้สวยใสอ่อนเยาว์แบบครบวงจร ด้วยนวัตกรรมทางการแพทย์*. กรุงเทพฯ : เจ พลัส มีเดีย.
- ไพลิน ลืออดุลย์. (2549). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการจากสถานเสริมความงามด้านผิวพรรณของนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. การศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ความงามและสุขภาพ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ลีลาวดี สุขโต. (2545). *บทบาทของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมใช้บริการคลินิกรักษาผิวพรรณของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- วิหวัศ รุ่งเรืองผล. (2545). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ศศิภา เตือนสว่าง. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าเพศชายในการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2554). *ธุรกิจสถานความงามดูแลผิวหน้าและผิวพรรณ*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม, 2555, จาก http://www.derminet.com/images/column_1268741231/DrCosmetics_01.pdf.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). *ครบเครื่องเรื่องการตลาด*. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
- องอาจ ปทะวานิช. (2550). *การโฆษณาและกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : แสงดาว.
- อัญชิสา แก้วอนันต์. (2552). *พฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามเมดิแคร์ คลินิก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.