บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

กนกณัฐ เกรียงชุติมา. (2557). *พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงาม.* การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กมลกานต์ จีนช้าง. (2553). *อิทธิพลของความนิยมความสมบูรณ์แบบต่อเจตคติในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม โดยมีการนำเสนอตนเองด้วยความสมบูรณ์แบบและการซึมซับจากวัฒนธรรมสังคมเป็นตัวแปรส่งผ่าน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2555, 19 พฤษภาคม). *แมคแคนเปิดผลวิจัย ผู้หญิงใส่ใจ 5 ความงาม.* สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2557 สืบค้นจาก http://www.bangkokbiznews.com /home/detail/business/media.

กิ่งกาญจน์ ผิวเผือก. (2555). *พฤติกรรมการทำศัลยกรรมของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยศิลปากร*. จุลนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ขวัญพร พันธุ์อุโมงค์. (2555). *ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงในการทำศัลยกรรมเสริมความงาม.* การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิตติยา ศรีฤทธิประดิษฐ์, เบญจพร พงษ์พานิช และประสพชัย พสุนนท์. (2554). *พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร.* การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติครั้งที่ 23 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ระหว่างวันที่ 23-24 ธันวาคม 2554.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณัฐกรณ์ กานคาน. (2552). *ทัศนคติในการทำศัลยกรรมความงามบนใบหน้าของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี.* การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราช มงคลธัญบุรี.

เด็กดีดอทคอม. (2555). *วัยรุ่นกับค่านิยมการทำศัลยกรรมเสริมความงาม.* สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2557 สืบค้นจาก http://www.dek-d.com/lifestyle/17903/.

ทิพวรรณ หวังพลายเจริญสุข. (2553). *การเปิดรับสื่อและแนวโน้มการตัดสินใจทำศัลยกรรมสไตล์เกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร.* การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธัญชนก สุขแสง. (2556). *ค่านิยมและอิทธิพลจากบุคคลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศัลยกรรมความงาม*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นันทสารี สุโข. (2548). *การตลาดระดับโลก.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

น้ำผึ้ง ไขว้พันธุ์. (2556). *การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ประวีณา ธาดาพรหม. (2550). *ภาพลักษณ์ทางร่างกายและการเห็นคุณค่าในตนเองของวัยรุ่นที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลิวอิส เอ. โคเซอร์. (2547). *นักปราชญ์ระดับโลก* แปลและเรียบเรียงโดย กาญจพรรษ (อังกาบ) กอศรีพร และคณะ. กรุงเทพฯ : สถาบันวิถีทรรศน์.

วัชราภรณ์ เจริญพร. (2556). *อิทธิพลของสื่อ ความภาคภูมิใจในตนเอง และภาพลักษณ์ร่างกายที่มีผลต่อการยอมรับการทำศัลยกรรมความงาม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2557). *รายชื่อสถาบันอุดมศึกษาในกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2557 สืบค้นจาก https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8% A3%E0%B8%B2% E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%.

ศรีเรือน แก้วกังวาน. (2551). *ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้เรา รู้เขา).* พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : หมอชาวบ้าน.

ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน. (2557). *ไทยกับความเป็น Surgical hub of Asia.* สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2557. สืบค้นจาก http://www.aseanthai.net/mobile_detail.php?cid=4&nid=1020.

สภาวิจัยแห่งชาติ. (2555). *รายละเอียดสาขาวิชาการ.* สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2557 สืบค้นจาก http://www.nrct.go.th/%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0 %B8%A7%E0%B8% E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3.aspx.

สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งแห่งประเทศไทย. (2557). *ศัลยกรรมความงาม*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2557 สืบค้นจาก http://www.plasticsurgery.or.th/gen_history.php.

สิริอร วิชชาวุธ. (2553). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

สิริธารณ์ พูลพิพัฒน์. (2555). *การรับรู้และการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมเสริมความงามของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่.* การศึกษาค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุปวีณ์ ธนอัศวนนท์. (2548). *ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ ความรู้ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนและการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารและ/หรือยาเพื่อควบคุมน้ำหนัก ในนักศึกษาพยาบาลสตรี.* วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพยาบาลสตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อนุสรณ์ กันธา. (2545). *ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ และการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารและยาเพื่อควบคุมน้ำหนักในสตรีวัยรุ่น.* วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพยาบาลสตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อัศรี จารุโกศล, อรพรรณ ทองแตง, ธีรศักดิ์ สาตรา และสุชีรา ภัทรายุตวรรตน. (2554). ปัจจัยด้านจิตสังคมในผู้สนใจทำศัลยกรรมความงาม. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, 56*(3): 297-310.

บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

Belch, George E. & Belch, Michael A. (2011). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective.* (9th ed). Boston : McGraw-Hill/Irwin.

Bergh, Bruce Vanden & Katz, Helen. (1999). *Advertising Principle: Choice Challenge Change.* Lincoinwood : NTC Publishing Group.

Chen, H.C., Karri, V., Yu, R. L., Chung, K. P., Lu, Y. T., & Yang, M.C. (June, 2010). Psychological Profile of Taiwanese Female Cosmetic Surgery Candidates Understanding Their Motivation for Cosmetic Surgery. *Journal Aesthetic Plastic Surgery, 34*(3): 340-349.

De Paulo, P. (2000). *Sample size for qualitative research.* Retrived 6 June 2014, From http:www.quirks.com/articles/a2000/20001202.aspx?searchID.

Engel, James. F, Blackwell, Roger D. & Miniard, Paul W. (1995). *Consumer Behavior.* Texas: The Dryden Press.

Esberger, K. (July 1978). Body Image. *Journal Aesthetic Plastic Surgery, 4*(4): 35-38.

Farshidfar Z., Dastjerdi, R., & Shahabizadeh, F. (July, 2013). Acceptance of cosmetic surgery: body image, self esteem and conformity. *Journal Social and Behavioral Sciences*, *84*(2): 238-242.

Hawkin, Del l; Best, Roger J. & Coney, Kenneth A. (1989). *Consumer Behavior.* USA : P.R. Donneley & Sons.

Henderson King, D. & Brook, K.D. (2009). Meterialism, Sociocultural appearancr. *Message and Parental Attitudes Predict.* College women attitudes about cosmetic surgery.

Kotler, Philip & Keller Kevin Lane. (2011). *Framework for Marketing Management*. (5th ed). Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Prentice-Hall.

Marsidi N, van den Bergh MW, Luijendijk RW. (2014). The Best Marketing Strategy in Aesthetic Alastic Surgery: Evaluating Patients' Preferences by Conjoint Analysis. *Plast Reconstr Surg, 133*(1): 52–57.

Maslow, Abraham. (1970). *Motivation and Personnality.* New York : Harper and Row.

Ritchie,J.,Lewis, J. & Elam, Gillian. (2003). *Designing and Selecting Sample.* London: Sage.

Rosenberg, Morris. (1980). *Conceive the Self.* New York : Basic Books.

Schiffman Leon G. & Kanuk Lazar L. (2004). *Consumer Behavior.* (8thed). Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall.

Scruton, Roger. (2009). *Beauty.* Oxford : Oxford University.

Vardanian, A. J., Kusnezov, N., Im, D. D.,Lee, J. C. & Jarrahy, R. (May, 2013). Social Media Use and Impace on Plastic Surgery Practice. *Journal Plastic and Reconstructive Surgery, 131*(5): 1184-1193.

Von Soest, T., Kvalem,l., & Wichstorm. L. (2012). Predictors of cosmetic surgery and its effects on psychological factors and mental health : a population-based follow-up study among Norwegian females. *Psychological Medicine,* 42(3): 617-626.

Wheeler, Chad K., Said, H., Prucz, R., Rodrich, R.J., & Mathes, D. W. (May 2011). Social Media in Plastic Surgery Emerging Trends in North America. *Journal Aesthetic Plastic Surgery, 31*(4): 435-441.

William G. Cochran. (1977). *Sampling Techniques.* (3th ed). New York: John Wiley & Sons.