

บรรณานุกรม

- กมลธรณ์ พรหมพิทักษ์ และคณะ. (2547). *โครงการศึกษาภาพการท่องเที่ยวเชิงสปา ในเขตพื้นที่ จังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- กรมการปกครอง. (2551). *ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2552, เข้าถึงได้จาก* http://www.dopa.go.th/stat/y_stat51.html
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2529). *คู่มือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม Entrepreneur's Handbook*. กรุงเทพฯ: พี.เอ็นคอมพิวกราฟฟิค.
- กระทรวงพาณิชย์. (2542). *พระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: สุตรไพศาล.
- _____. (2542). *พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. 2542 มาตรา 4*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- กระทรวงมหาดไทย. (2551). *จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551. วันที่ค้นข้อมูล 31 ตุลาคม 2552, เข้าถึงได้จาก* http://www.dopa.go.th/stat/y_stat51.html
- กระทรวงสาธารณสุข. (2522). *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (มาตรา 3) เล่มที่ พิเศษ 96 ตอนที่ 72*. กรุงเทพฯ: สุตรไพศาล.
- _____. (2522). *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2541) เล่มที่ 115 ตอนที่ 15 ก*. กรุงเทพฯ: สุตรไพศาล.
- _____. (2548). *กฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข กับธุรกิจสปา,บทความกฎหมายสาธารณสุข ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข กรมอนามัย ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551. วันที่ค้นข้อมูล 31 ตุลาคม 2552, เข้าถึงได้จาก* <http://laws.anamai.moph.go.th/lawSpa.html>
- กรานต์จันรัถย์ อุทัยไกรรัถย์. (2547). *พฤติกรรม การซื้อและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของลูกค้านในการซื้อสินค้าจากธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จินตนา ทองธรรมชาติ. (2533). การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตสุขภาพลพบุรี จังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาภูมิศาสตร์, จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- จินตนา บุญบงการ. (2542). บทความสำรวจผลงานวิจัยด้านการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก ผู้กำหนด
อนาคตของบัณฑิต. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 21(79), 2-6.
- จินตนา สุนทรธรรม และคณะ. (2531). การศึกษาปัญหาธุรกิจขนาดกลางและการประกอบการใน
ภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย (*A Cross-regional Study of Small Business and
Entrepreneurship Problems in Thailand*). กรุงเทพฯ: สถาบันบริหารธุรกิจสัมพันธ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรัญญา อัสนี และพณีย์ หลายวรกุล. (2546). ความพึงพอใจของผู้รับบริการสุขภาพบำบัดด้วยวิธีการ
นวดในสปา. กรุงเทพฯ: คณะเภสัชศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2547). การวิเคราะห์การถดถอย. *วารสารปาริชาติ*, 17(1), 55-62.
- ชญาดา กลิ่นพงษา. (2547). การจัดการองค์กรแบบสร้างสัมพันธ์ของธุรกิจสปา. รายงานโครงการ
เฉพาะบุคคล. *วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต*, 1, 148.
- ชัยรัตน์ จันทร์หอม. (2547). การศึกษาทัศนคติ พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้
บริการสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชื่นจิตต์ หลั่งเจนกิจ. (2544). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพอยท์เพรส.
- โชติรส ขวณิชย์, ก่อเกียรติ พานิชกุล และปริญ ลักขิตานนท์. (2538). ธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ:
ดอกหญ้า.
- ถาวร ศรีสุขะโต และธนะเวช ศรีสุขะโต. (2543). เคล็ดลับการทำธุรกิจ SME. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊ค.
- ทักษิณา คุณารักษ์. (2545). การตลาดและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว. เชียงใหม่:
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุขโชค. (2548). การบริหารเชิงกลยุทธ์และการแข่งขัน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคค์ สัมมาพันธ์. (2542). ยุทธศาสตร์การบริหารในสามโลกธุรกิจสู่ความสำเร็จ (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ปวาร์ณา อัจฉริยบุตร และคณะ (2547). มาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา
และกระบี่. ภูเก็ต: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ปัทมา โรจนพงศ์ธาดา.(2546). ยุทธศาสตร์ของธุรกิจสปา, ธนาคารกรุงไทย รายงานเศรษฐกิจ.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุสดี รัมมาคม. (2538). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

_____. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค. (2522). กรุงเทพฯ: สุตรไพศาลการพิมพ์.

พระราชบัญญัติการผังเมือง. (2518). บันทึกหลักการและเหตุผล ประกอบกฎกระทรวง ฉบับที่ 414

(พ.ศ. 2518) ออกตามความในสยาม. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2552, เข้าถึงได้จาก

<http://www.bma.go.th/map2/index.html>

พรศรี กุลทรงคุณากร. (2548). ความเห็นของผู้ใช้บริการสปาในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร.

การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ,

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มานพ ชีวชนาสุนทร. (2542). แผนธุรกิจ SMEs (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาธุรกิจ

อุตสาหกรรม.

เรียบง่ายสไตล์ Thai-Spa. (2546). วันที่ค้นข้อมูล 6 พฤศจิกายน 2552, เข้าถึงได้จาก

<http://www.siamhealthy.com/about/AIMd/aromatherapy0012.htm>.

วารกรณ์ หมอนสะอาด. (2547). พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคใน

อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหาร

ธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิทยา ดำรงราษฎร์. (2545). การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า “อะไรและอย่างไร?” วารสาร

บริหารธุรกิจ, 25(95), 81-98.

วิภาวรรณ ชูงาม. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาประเภทเมดิคอลสปาใน

กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์

ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิภาพร มหาชัย. (2544). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือก

ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วัชรารณ อักษรแหลม. (2547). การศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสปา.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ศศิธร พูลสุข. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิณีย์ สังข์ศรี. (2542). *จุดประกาย SME พื้นเศรษฐกิจไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศรีสุดา ชัยชนะ. (2546). *กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสปาในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุภรี จัทรกันยารัตน์. (2547). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2547). *เคย์สปา ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: พี2 ดีไซน์แอนด์ปริ้นต์.
- สมคิด จาตุศรีพิทักษ์. (2543). *บริษัทประเทศไทย: ว่าด้วยแนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- สุดยอด สป่า แคนสยาม. (2546). วันที่ค้นข้อมูล 28 พฤศจิกายน 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.thailabonline.com/aromatherapy-spa1.htm>
- สุชาวดี สุทธะเนิง. (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุชาลีนิ ทองวรรณ. (2545). *การเปลี่ยนแปลงของค่าตัวแปรต่าง ๆ ทางสรีรวิทยา หลังการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย ในคนปกติเพศหญิงช่วงอายุ 18-25 ปี*. ภาคนิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต (กายภาพบำบัด), คณะเทคนิคการแพทย์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สปา คืออะไร. (2546). วันที่ค้นข้อมูล 25 กันยายน 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.honghuat.com/data7.htm>
- “สปา” เริ่มเป็นที่คุ้นเคยกับคนไทยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา. (2547). วันที่ค้นข้อมูล 12 ตุลาคม 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.thailabonline.com/aromatherapy-spa1.htm>.
- อดิศักดิ์ ศรีสม. (2543). *กลยุทธ์สร้างแก่นแก่ SMEs*. กรุงเทพฯ: นารี อินโฟ.

- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543). สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมการค้าส่งออก. *อุตสาหกรรมสาร*, 43, 45-54.
- _____. (2543). อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 12(46), 35-48.
- อำนาจ ชีระวนิช. (2544). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- แอนเดอร์สัน, คริสตัน. (2545). *CRM การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*, แปลโดย มัลลิกา ต้นสอน เรียบเรียงโดยสิทธิชัย ทรงอภิมาศ. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- Barry, L. L. (1995). Relationship marketing of services growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of marketing Science*, 23(Fall), 236-45.
- Brian, S. K., John, M., & Thomas, W. G. (2002). Trust and the role of professional employer organizations: managing HR in small and medium enterprises. *Journal of Managerial*, 63(1), 34-48.
- Cockerell, N. (1996). Spas and health resorts in Europe. *Journal of Travel & Tourism Analysis*, (1), 53-77.
- Carson, D., Cromie, S., McGowan, P., & Hill, J. (1995). *Marketing and Entrepreneurship in SMEs: An Innovative Approach*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Churchill, J. (1999). Marketing research: methodological foundations. *Journal of Business Research*, 24(3), 27-31.
- Czepiel, J. A. (1990). Service encounters and service relationships: Implications for research. *Journal of Business Research*, 20(1), 13-21.
- Day, J., Dean, A. A., & Reynolds, P. L. (1998). Relationship marketing: Its key role in entrepreneurship. *Journal of Long Range Planning*, 31(6), 28-37.
- Dwyer, F., Robert, P., Schurr, H., & Sejo Oh. (1987). Developing buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 51(April), 11-27.
- Ellen, G. & Mark, S. J. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 63, 70-87.
- Frese, M. (2000). *Success and Failure of Mechlien Owners in Africa*. California: Greenwood Publishing.

- Frese, M., & Kruif, M. D. (2000). *Psychological Success Factors of Entrepreneurship in Owners in Africa*. California: Greenwood Publishing.
- Frese, M., Krauss, S. L., & Friedrich, C. (2000). Micro enterprises in Zimbabwe: The function of sociodemographic Factors, psychological strategies, personal initiatives and goal setting. In *Success and Failure of Micro Business Owners in Africa*. (pp.12-13), London: Westport.
- Foly, P., & Green, H. (2000). *Small Business Success*. London: Notting Hill.
- Gelderen, M. V. & Fress, M. (1998). Strategy process as a characteristic of small scale business in a longitudinal study. In *Frontier of Entrepreneurship Research*, (pp. 234-248). San Francisco: Irwin.
- Granered, E. (2005). *Global Call Centers: Achieving Outstanding Customer Service Across Cultures and Time Zones*. Boston, M.A.: Nicholas Brea leg International.
- Grigorios, Z. & Alistair, R. A. (2004). Relationships marketing and small business: an exploration of links in theory and practice. *International Journal Qualitative Market Research*, 7(3), 228-236.
- Gronroos, C. (1999). Relationship marketing: a change in paradigm and a focus on determinants of success. *Journal of Business Research*, 46(3), 327-35.
- Gundlach, G. T., Rohit, D., & Gerald, Z. (1995). The structure of commitment in exchange. *Journal of Marketing*, 59 (January), 78-92.
- Invana, A.; Kok-Mun, C., & Donna, H. (2003). Relationship marketing: customer commitment and trust as a strategy for the smaller Hong Kong corporate banking sector. *The International Journal of Bank Marketing*, 2(3), 347-358.
- Jarvelin, A., & Lentinen, U. (1996). Relationship quality in business-to-business service context. *Quis 5 Academy of marketing science*, 22 (1), 52-61.
- Kalyan, S., & Atish, C. (2006). Importance of appropriate marketing strategies for sustainability of small businesses in a developing country case of bakery chains of Kolkata, India. *Journal of Marketing and Logistics*, 18(4), 328-341.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management : Analysis Planning Implementation and Control*. (5th ed). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

- Kristof, D. W.; Gaby, O. S., & Dawn, L. (2001). Investments in consumer relationships: across-country and cross-industry exploration. *Journal of Marketing*, 65, 33-50.
- Lentnek, B., Lieber, S., & Sheshkin, I. (1979). Consumer behavior in different areas. *Annals of the Association of American Geographers*, 6, 538-545.
- McAuley, A., & Anderson, A. R. (1999). Marketing landscapes, the social context. qualitative market research. *An International Journal*, 2(3), 176-88.
- MacCormick, E. J., & Daniel, I. R. (1980). *Industrial Psychology*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Moorman, C.; Rohit, D., & Gerald, Z. (1993). Factors affecting trust in market relationships, *Journal of marketing*, 57 (January), 81-101.
- Morgan, R., & Shelby, H. (1994). "The Commitment –trust theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 3(July), 20-38.
- Nancy, J. M. & Rita, C. K. (1997). Factors Contributing to insbopping behavior in rural trade areas: Implications for local relaiers. *Theory, Culture & Society*, 18(2), 113 - 135.
- Nunnally, J. C., & Jr. (1959). *Tests and Measurement*. New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Valerie, A. Z., & Leonard, L. B. (1988). SERVQUAL : A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service. *Journal of Retailing*, 64 (Spring), 12-40.
- Price, L., Eric, I. A., & Patrick, T. (1995). Going to extremes: managing service encounters and assessing provider performance. *Journal of Marketing*, 59 (April), 83-97.
- Randi, P. (2003). Relationship marketing can mitigate product and service failures. *Journal of Services Marketing*, 17(1), 37-52.
- Rauch, A., & Frese, M. (1997). Does planning matter: relations between planning and success in small enterprise in Ireland and Germany. *In Proceeding of the 42nd World Conference International Council for small business, Sanfrancisco.* (pp. 22-26). Columbia: Habinet.
- Rowe, M. (1998). Spotlight on Spas. *Loding Hospitality*, 54(11), 54-60.
- Sengupta, B. K., & Chattopadhyay, S. (2006). *The Self-Built and Manufactured Forms-A Chronicle*. Spatio Economic Development Record to be published. India: Kharagpur.

- Thamrongsinthaworn, Sombat. (2008). Consumer investment in multi-brand service Relationship. *Journal of Business Administration*, 117(1), 32-55.
- Turnbull, P. W., & Wilson. D. T. (1989). Developing and protecting profitable customer relationships. *Industrial Marketing Management*, 18 (1), 233-238.
- Udorn, P. (1999). *Consumer commitment: conceptual framework & Results from a preliminary study*, วารสารบริหารธุรกิจ, 22: 83.
- Vroom, V. H., (1964). *An Empirical Study of the Social Correlates of job Satisfaction mong Plant Science Graduates of a Mid-Western University*. Lanham Maryland: University Press of America.
- Weinrauch, J. D., Man, K., Robinson, P. A., & Pharr, J. (1991). Dealing with limited financial resources: Marketing challenge for small business. *Journal of Small Business Management*, 29(4), 4-54.
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. New York: Van Nostrand Reinhold.