

บรรณานุกรม

- กมลรัชต์ กาญจนรัชต์. (2552). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ร้านเสริมสวย ของนักศึกษาแผนกบริหารธุรกิจ โรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี
จังหวัดปทุมธานี. สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน.
- คณิต ดวงหัตถ์. (2537). สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน
ของจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- จินตนา บุญบังการ. (2542). บทความสำรวจผลงานวิจัยด้านการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก
ผู้กำหนดอนาคตของบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 21(79), 2-6
- จรัสพงษ์ สันศิริพงษ์. (2553). ผลของความรู้ของผู้บริโภค และการเป็นที่ยอมรับในสังคมของธุรกิจ
ต่อความไว้วางใจผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจไฮโคร โปนิกส์
ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). สรุปรวม...สุดยอดกลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- จิตติสา พัฒนาผล. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านเสริมสวยราชสวัสดิ์
สาขาเคหะบางพลี : <http://www.learners.in.th/blogs/posts/221017>.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล, นิทัศน์ คณะวรรณ, ชีรพล แซ่ตั้ง. (2546). การตลาดรุ่ง มุ่งสัมพันธ์.
กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นารีรัตน์ หาญกิจอุดมสุข. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ายี่ห้อซูเปอร์เซฟ
(SuperSave) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา
บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ปิยะพร ไทยสงรวง. (2553). ผลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ประกอบการต่อคุณภาพสัมพันธภาพ
ระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคในธุรกิจสปาขนาดกลางและขนาดย่อม
ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ผศ. กิตติ สิริพัลลภ. (2544). บทสรุปผู้บริหาร. ศูนย์ธรรมศาสตร์พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2547). การสร้างคุณภาพให้เกิด ณ จุดบริการ. Productivity World ปีที่ 9
ฉบับที่ 50 (พฤษภาคม-มิถุนายน) : 68-70.
- มาลี ตั้งชลทิพย์. (2539). ความพึงพอใจในการใช้บริการทางการแพทย์ของผู้ป่วยนอกซึ่งประกันตน
ในการใช้บริการโรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์. มหาวิทยาลัยบูรพา

เมษยา สดสี. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรม

ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใจตลาดนัดจตุจักร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิชาริยา เรื่อง โพธิ์. (2553). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ศูนย์การค้าสยามพารากอน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิไล ปิ่นสุข. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค

จากร้านเทเลวิซ ในเขตจังหวัดสงขลา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ. (2548). การลงทุนทำธุรกิจ “เสริมสวย” เพื่อเป็นอาชีพที่มั่นคง

ในยุคเศรษฐกิจตกสะเก็ด. <http://www.hifulla.com/salonbusiness.html>.

ศุภณิดย์ โชครัตนชัย. (2536). พัฒนาคอนอย่างใดให้มีบริการที่ดี. ข่าวราชการพลเรือน.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่.

กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไชนเท็กซ์

ศิริพร วิญญูหิมาชัย. (2549). การจัดการซื้อร้องเรียนของลูกค้าที่มีต่องานบริการ

สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สุพจน์ หัสดี. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการระบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว

ของสำนักทะเบียนราษฎร เทศบาลตำบลแหลมฉบัง อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี.

มหาวิทยาลัยบูรพา.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ไคมอน อิน บิซซิเนส เวิร์ลด์

สมิต สัจฉกร. (2548). คุณภาพการบริการที่เป็นเลิศและคุณค่าการให้บริการแก่ลูกค้า.

มหาวิทยาลัยสารคาม.

อำนาจ ชีระวนิช. (2544). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Georg Beitharz and Ross Chapman. (1994). Quality Management in Service Organizations.

Longman Business and Professional

Jutarat Thipyan and Wallapa Kochapakdee. (1996). Customer satisfaction of

service quality provided by primary care units