

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.(2554). *ธุรกิจบริการ: สปาและนวดไทย*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2557.สืบค้นจาก <http://www.dtn.go.th/filesupload/aec/images/spa29-05-55.pdf>
- กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2552). การสร้างเครือข่าย. 8 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก http://www.m-society.go.th/more_news.php?cid=160กระทรวงสาธารณสุข. (2553). สรุปย่อ (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2553 – 2557). กรุงเทพฯ : กระทรวงสาธารณสุข.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2557). *รายงานสรุปผลการปฏิบัติราชการของส่วนราชการเพื่อเสนอ นายกรัฐมนตรีคนใหม่ ข้อ 4.3.7 โครงการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ*. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก http://pmsn.hss.moph.go.th/uploadFiles/document/D00000001327_25781.pdf
- การค้าระหว่างประเทศและสุขภาพ. (2557). *ประเทศไทยบนถนนสู่ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ. 22 กรกฎาคม 2557.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2557). รายงานสรุปฉบับผู้บริหารโครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก (ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ช่วงเวลา 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2556. กรุงเทพฯ:การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.*
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2556). *รายงานฉบับสมบูรณ์ :โครงการศึกษาคัดักยภาพและขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพกลุ่มกอล์ฟกลุ่มการแต่งงานและฮันนีมูนและกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก <http://inter.tourismthailand.org/th/see-do/activities/medical-tourism/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา.(2546). *การใช้SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา.(2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่4)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, นิรัชกร ทองน้อย, และฉลาด จันทรสุมบัติ. (2555). การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. *วารสารการบริหารและพัฒนา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 4 (1), 192-207.

- โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และคณะ.(2557). *สมัชชาสุขภาพกับกระบวนการนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วม: บทเรียนจากนโยบายสาธารณะด้านยา มาตรการทำให้สังคมไทยไร้แร่ใยหิน และนโยบายการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ*. สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ
- ชูชัย สมितिไกร. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธเนศ ศรีสถิตย์. (2546). *การจัดการธุรกิจนำเที่ยว*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉันทยาพร เล้าโสภากิรมย์. (2560). *ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โอกาสทองของไทยในอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2560. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/3526>.
- นิตา ชัชกุล. (2555). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิเวศน์ ธรรมะ. (2552). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: แมคกริ-ฮิล.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2541. *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัยเล่ม 1*. กรุงเทพฯ. สุวีริยาสาสน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). *การพัฒนาและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *ธุรกิจนำเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือท่องเที่ยวไทย.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. (2552). *กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.).
- พจนา สวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ: กองทุนแคนาดาประจำประเทศไทย.
- พิสิฐ เทพไกรวัล. (2554). *การพัฒนารูปแบบเครือข่ายความร่วมมือเพื่อคุณภาพการจัดการศึกษาในโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เพ็ญแข ลากยั้ง. (2553). *ความเป็นหุ้นส่วนระหว่างภาครัฐและเอกชนในระบบสุขภาพ : แนวคิด หลักการ และประสบการณ์ต่างประเทศ (Public-Private Partnerships in Health System: concept, principle and foreign experiences)*. นนทบุรี: สำนักงานวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักประกันสุขภาพไทย.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วัชรเวศิน จิรวารชยากุล. (2553). *ผลกระทบจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก <http://toursimindustrydpu004kench.blogspot.com>.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์จำกัด.
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2548). *Brand Equity*. นิตยสาร Marketeer ฉบับที่ 60 กุมภาพันธ์. กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพฯ, ธนวิซการพิมพ์.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโอกาสของไทยในการรุกตลาดอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก <http://www.dbd.go.th>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงามของประเทศไทยได้เติบโตขึ้นอย่างไร*. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก <http://www.dbd.go.th>.
- ศักดิ์ศรี ปาณะกุล. (2550). เทคนิคเดลฟาย: การใช้พัฒนาหลักสูตรและรูปแบบการสอน. *วารสารรวมคำแหง*, 24(3), 104 – 110.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2554). *การส่งเสริมคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/>
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). รายงานการศึกษาขั้นสุดท้าย (Final Report) *การจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา สป่าและบริการสุขภาพ*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. <http://ihpptaigov.net/DB/publication/attachresearch/339/chapter2.pdf>
- สมพันธ์ เตชะอธิก. (2553). *คู่มือพัฒนาศักยภาพผู้นำด้านความเข้มแข็งของกลุ่มองค์กรเครือข่าย*. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- สมัชชาสุขภาพ. (2555). *แนวทางการมีส่วนร่วมของกลุ่มเครือข่ายในกระบวนการสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ*. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก http://nha2012.samatcha.org/sites/default/files/guidelines_for_participation_nha2012_r.pdf
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. (2553). *โครงการบูรณาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันดามันสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลกบนฐานความเข้มแข็งของชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง*. ภูเก็ต
- เสถียร จิรรังสีมันต์. (2552). *ความรู้เกี่ยวกับองค์กรเครือข่าย*. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและประสานการมีส่วนร่วมองค์กรเครือข่าย สำนักงานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุธีร์ รัตนะมงคลกุล. (2557). *กรณีศึกษานโยบายการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ
- สุธีรัตน์ เตชาทวิวรรณ. (2545). *เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ภาควิชาบริหารธุรกิจคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมิตร สุวรรณ. (2552). *ความแตกต่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์.
- สมิตร สุวรรณ. (2552). *การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ*. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2557. สืบค้นจาก <http://onzonde.mutiplay.com>.

สุวิมล ว่องวานิช. (2542). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิน พันธพินิจ. (2553). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: วิทย์พัฒนา.

บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

Aaker, D. (2012). *Building Strong Brands*. New York: Simon and Schuster.

Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity*, New York: The Free Press.

Alderete, V. & Bacic, M. (2012). The impact of inter-firm networks on regional development: the case of Mendoza's wine cluster. *Lecturas de Economía*, 8, 177-213

Baggio, R. & Cooper, C. (2010). Knowledge transfer in a tourism destination: the effects of a network structure. *The Service Industries Journal*, 30, 1757-1771.

Baggio, R. (2013). Studying complex tourism systems: A novel approach based on networks derived from a time series. *XIV April International Academic Conference on Economic and Social Development*. Moscow.

Bajs, I. P. (2013). Tourist Perceived Value, Relationship to Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Example of the Croatian Tourist Destination Dubrovnik. *Journal of Travel Research*, 0047287513513158.

Balaban, V. & Marano, C. (2010). Medical Tourism Research: A Systematic Review. *International Journal of Infectious Diseases*, 14, 135.

Bies, W., & Zacharia, L. (2007). Medical tourism: Outsourcing surgery. *Mathematical and Computer Modelling*, 46, 1144-1159.

Bigovic, M. & Prasnikar, J. (2013). Predicting Tourists' Behavioural Intentions at the Destination level. *Current Issues in Tourism*, 1-21.

Bloomberg Television. (2013). *Center of Health tourism*. Retrieved 10 July 2014. Retrieved. <http://www.bloomberg.com>

Boissevain, J. (1974). *Friends of friends: Networks, manipulators and coalitions*. Oxford : Basil Blackwell.

Borgatti, S. P. & Foster, P. C. (2003). The network paradigm in organizational research: A review and typology. *Journal of Management*, 29, 991-1013.

- Borgatti, S. P. & Halgin, D. S. (2011). On network theory. *Organization Science*, 22, 1168-1181.
- Borgatti, S. P. & Foster, P. C. (2003). The network paradigm in organizational research: A review and typology. *Journal of management*, 29, 991-1013.
- Castells, M. (2011). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. John Wiley & Sons.
- Cattaneo, O. (2009). Trade in Health Services: What's in it for Developing Countries? *Policy Research Working Paper*. Washington, DC: The World Bank.
- Chandler, J. (2010). Stem Cell Tourism: Doctors' Duties to Minors and Other Incompetent Patients. *The American Journal of Bioethics*, 10, 27-28.
- Cheng, J. M.-S., Lin, J. Y.-C. & Wang, E. S.-T. (2010). Value Creation Through Service Cues: The Case of the Restaurant Industry in Taiwan. *Services Marketing Quarterly*, 31, 133-150.
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., Lai, H. & Chang, C.-M. (2012). Re-examining the Influence of Trust on Online Repeat Purchase Intention: The Moderating Role of Habit and Its Antecedents. *Decision Support Systems*, 53, 835-845.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 164-182.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, Sun, Sand and... Surgery. *Tourism Management*, 27, 1093-1100.
- Connell, J. (2011). *Medical Tourism*, Wallingford, CABI.
- Connell, J. (2013). Contemporary Medical Tourism: Conceptualisation, Culture and Commodification. *Tourism Management*, 34, 1-13.
- Cormany, D. & Baloglu, S. (2011). Medical Travel Facilitator Websites: An Exploratory Study of Web Page Contents and Services Offered to the Prospective Medical Tourist. *Tourism Management*, 32, 709-716.
- Corsaro, D. & Snehota, I. (2010). Searching for relationship value in business markets: are we missing something? *Industrial Marketing Management*, 39, 986-995.
- Cronbach. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York : Harper. and Row. Feldman
- Crozier, G. and Baylis, F. (2010). The Ethical Physician Encounters International Medical Travel. *Journal of Medical Ethics*, 36, 297-301.
- De Kraker, J. et al. (2013). Learning for sustainable regional development: towards learning networks 2.0? *Journal of Cleaner Production*, 49, 114-122.

- Deloitte. (2018). "Medical tourism: Consumers in Search of Value." Retrieved 11 July 2015 .Retrieved from [http://www.deloitte.com/assets/DcomunitedStates/Local%20Assets/Documents/us_chs_MedicalTourismStudy\(3\).pdf](http://www.deloitte.com/assets/DcomunitedStates/Local%20Assets/Documents/us_chs_MedicalTourismStudy(3).pdf)
- Denys, V. & Mendes, J. (2014). Consumption Values and Destination Evaluation in Destination Decision Making. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 2, 4-22.
- Devesa, M., Laguna, M. & Palacios, A. (2010). The Role of Motivation in Visitor Satisfaction: Empirical Evidence in Rural Tourism. *Tourism Management*, 31, 547-552.
- Eklinder-Frick, J., Eriksson, L.-T. & Hallen, L. (2011). Bridging and bonding forms of social capital in a regional strategic network. *Industrial Marketing Management*, 40, 994-1003.
- Fedorov, G. et al. (2009). *Medical Travel in Asia and the Pacific: challenges and opportunities*. Bangkok: UN ESCAP.
- Ford, R. C., et al. (2012). Power asymmetries in tourism distribution networks. *Annals of Tourism Research*, 39, 755-779.
- Gallarza, M. G., Gil-Saura, I. & Holbrook, M. B. (2011). The Value of Value: Further Excursions on the Meaning and Role of Customer Value. *Journal of Consumer Behaviour*, 10, 179-191.
- Gallarza, M. G. & Gil, I. (2008). The Concept of Value and Its Dimensions: A Tool for Analysing Tourism Experiences. *Tourism Review*, 63, 4-20.
- Gan, L. L., & Frederick, J. R. (2011). Consumers' Attitudes Toward Medical Tourism. *SSRN Working Paper Series*.
- Giuliani, E. (2013). Network dynamics in regional clusters: Evidence from Chile. *Research Policy*, 42, 1406-1419.
- Glinos, I. A. et al. (2010). A Typology of Cross-border Patient Mobility. *Health & Place*, 16, 1145-1155.
- Gummesson, E. et al. (2010). Transitioning from Service Management to Service-Dominant Logic: Observations and Recommendations. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2, 8-22.
- Hall, C. M. (2011). Health and Medical Tourism: a Kill or Cure for Global Public Health? *Tourism Review*, 66, 4-15.

- Hallem, M, Y. & Barth, I. (2011). Customer-perceived Value of Medical Tourism: An Exploratory study—The Case of Cosmetic Surgery in Tunisia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18, 121-129.
- Han, H. (2013). The Healthcare Hotel: Distinctive Attributes for International Medical Travelers. *Tourism Management*, 36, 257-268.
- Han, H. & Hyun, S. S. (2014). Medical Hotel in the Growth of Global Medical Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31, 366-380.
- Han, H. & Hyun, S. S. (2015). Customer Retention in the Medical Tourism Industry: Impact of Quality, Satisfaction, Trust, and Price Reasonableness. *Tourism Management*, 46, 20-29.
- Heung, V., et al. (2011). Medical Tourism Development in Hong Kong: An Assessment of the Barriers. *Tourism Management*, 32, 995-1005.
- Heung, V., et al. (2010). A Conceptual Model of Medical Tourism: Implications for Future Research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27, 236-251.
- Hodges, J. R. et al. (2012). *Risks and Challenges in Medical Tourism: Understanding the Global Market for Health Services*, California, ABC-CLIO.
- Hollwebeck, L. D. & Brodie, R. J. (2009). Wine Service Marketing, Value Co-creation and Involvement: Research Issues. *International Journal of Wine Business Research*, 21, 339-353.
- Holliday, R. et al. (2014). Brief encounters: Assembling Cosmetic Surgery Tourism. *Social Science & Medicine*. 124, 98-304.
- Holliday, R. et al. (2014). Beauty and the Beach: Mapping Cosmetic Surgery Tourism. *Medical Tourism and Transnational Health Care*, 83-97.
- Huang, S. S. & Hsu, C. H. (2009). Effects of Travel Motivation, Past experience, Perceived Constraint, and Attitude on Revisit Intention. *Journal of Travel Research*. 48, 29-44.
- International Medical Travel Journals. (2009). *Truth behind Statistics*. Retrieved 11 July 2015. Retrieved From.
<http://www.imtj.com/articles/2008/truth-behind-the-statistics/>
- International Union of Tourist Organizations. (1973). *Medical Tourism*. Spain: International Union of Tourist Organizations.

- lordache, C. et al. (2013). Medical tourism - between the content and socio-economic development goals. *Development Strategies. Romanian Journal of Marketing*, 1(31), 31-42
- Jagyasi, P. (2009). South Africa: The Rising Star on Medical Tourism Horizon. *Medical Tourism Magazine*, 320, 14.
- Jeeva, A. & Tran, M. T. (2014). Network Analysis in Tourism Distribution Channels. 2014 International Conference on Global Economy, Commerce and Service Science (GECSS-14), 2014. Atlantis Press.
- LEE, C. G. 2010. Health care and tourism: Evidence from Singapore. *Tourism Management*, 31, 486-488.
- Johnston, R. et al. (2010). What is Known About the Effects of Medical Tourism in Destination and Departure Countries? A Scoping Review. *International Journal for Equity in Health*, 9, 24.
- Kangas, B. (2010). Traveling for Medical Care in a Global World. *Medical Anthropology*, 29, 344-362.
- Kashyap, R. & Bojanic, D. C. (2000). A structural analysis of value, quality, and price perceptions of business and leisure travelers. *Journal of Travel Research*, 39(1), 45-53.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57, 1-22.
- Khodabandehloo, A. (2014). Networking for regional development: a case study. *EuroMed Journal of Business*, 9, 149-163.
- Kim, . C. & Mauborgne, R. (2004). Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 82, 76-84.
- Kim, C. & Mauborgne, R. (1997). Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth. *Harvard Business Review*, 75, 102-115.
- Kim, H. W. & Gupta, S. (2009). A Comparison of Purchase Decision Calculus between Potential and Repeat Customers of an Online Store. *Decision Support Systems*, 47, 477-487.
- Kotler, P. et al. (2013). *Marketing for Hospitality and Tourism*, Harlow, Essex, England Pearson Education.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management: A South Asian Perspective*. India: Pearson Education.

- Laws, E. (1991). *Tourism Marketing: Service and Quality Management Perspectives*. Leckhampton: Stanley Thornes
- Lee, C. G. (2010). Health Care and Tourism: Evidence from Singapore. *Tourism Management*, 31, 486-488.
- Li, M. & Cai, L. A. (2012). The Effects of Personal Values on Travel Motivation and Behavioral Intention. *Journal of Travel Research*, 51, 473-487.
- Lunt, N. et al. (2012). *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review*. Paris: The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) Publications Service. Retrieved 10 July 2014. Retrieved from <http://www.oecd.org/els/health-systems/48723982.pdf>
- Lunt, N. & Carrera, P. (2010). Medical Tourism: Assessing the Evidence on Treatment Abroad. *Maturitas*, 66, 27-32.
- Lusch, R. F. & Vargo, S. L. (2011). Service-Dominant Logic: A Necessary Step. *European Journal of Marketing*, 45, 1298-1309.
- March, R. & Wilkinson, I. (2009). Conceptual tools for evaluating tourism partnerships. *Tourism Management*, 30, 455-462.
- Mcmahon, D. & Thorsteinsdottir, H. (2010). Regulations are Needed for Stem Cell Tourism: insights from China. *The American Journal of Bioethics*, 10, 34-36.
- Medical Tourism Resource Guide. (2013). *Medical Tourism in 2013 : Facts and Statistics*. Retrieved 10 July 2014. Retrieved from <http://www.medicaltourismresourceguide.com/medical-tourism-in-2013>
- Medical Tourism Association. (2009). *Comparing medical costs in different countries*. USA: Medical Tourism Association.
- Merilainen, K. & Lemetyinen, A. (2011). Destination network management: a conceptual analysis. *Tourism Review*, 66, 25-31.
- Merz, M. A. et al. (2009). The Evolving Brand Logic: A Service-dominant Logic Perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37, 328-344.
- Michigan State University Extension. (1999). *Delphi technique*. Retrieved 18 July 2014. Retrieved from. <http://msue.msu.edu/msue/imp/modii/ii006.html>
- Mohammad, B. & Som, A. (2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5, 41.

- Moller, K. & Rajala, A. (2007). Rise of strategic nets New modes of value creation. *Industrial Marketing Management*, 36, 895-908.
- News from India Tourism Report. (2010). *Special Focus: Medical Tourism*. 3, 31-4.
- Newman, M. (2010). *Networks: an introduction*, London, England, Oxford University Press.
- Nielsen, C. (2001). *Tourism and the Media: Tourist Decision-Making, Information, and Communication*. VIC: Hospitality Press Elsternwick.
- OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development). (2011). *Health Accounts Experts, Progress Report*. Trade in Health Care Goods and Services Under the System of Health Accounts. Paris: OECD.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*, New York: ME Sharpe.
- Patients Beyond Border. (2013). *Medical Tourism Statistics and Facts*. Retrieved 18 July 2014. Retrieved from <http://www.patientsbeyondborders.com/medical-tourism-statistics-facts>
- Pocock, N. S., & Phua, K. H. (2011). Medical tourism and policy implications for health systems: a conceptual framework from a comparative study of Thailand, Singapore and Malaysia. *Globalization and health*, 7(1), 1.
- Pechlaner, H. et al. (2009). Growth Strategies in Mature Destinations: Linking Spatial Planning with Product Development. *Turizam: Znanstveno-Strucni casopis*, 57, 285-307.
- Presenza, A. & Cipollina, M. (2010). Analysing tourism stakeholders networks. *Tourism Review*, 65, 17-30.
- Prayag, G. (2010). Images as Pull Factors of a Tourist Destination: A Factor-Cluster Segmentation Analysis. *Tourism Analysis*, 15, 213-226.
- Prebensen, N. K. et al. (2012). Motivation and Involvement as Antecedents of the Perceived Value of the Destination Experience. *Journal of Travel Research*, 0047287512461181.
- Rakusic, K. & Seric, N. (2012). Cruising Routes and Differentiation. *Cruise Tourism and Society*. Springer.
- Report from Airline & Travel News. (2009). *Thailand*. Retrieved 18 July 2014. Retrieved from <http://AirGuideOnline.com/newscenter.htm>
- Rihova, I. et al. (2013). Social Layers of Customer-to-Customer Value Co-creation. *Journal of Service Management*, 24, 6-6.

- Rosenmoller, M. et al. (2006). Patient Mobility: The Context and Issues. In: Rosenmoller, M. et al. (2006) (eds.) *Patient Mobility in the European Union: Learning from Experience*. Wilts: The Cromwell Press.
- Russell - Bennett, R. et al. (2009). Conceptualising Value Creation for Social Change Management. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 17, 211-218.
- Ryu, K. & Han, H. (2010). Influence of the quality of food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-casual restaurants: Moderating Role of Perceived Price. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34, 310-329.
- Saarijarvi, H. et al. (2013). Value Co-Creation: Theoretical Approaches and Practical Implications. *European Business Review*, 25, 6-19.
- Saraniemi, S. (2010). Destination Brand Identity Development and Value System. *Tourism Review*, 65, 52-60.
- Saraniemi, S. (2011). From Destination Image Building to Identity-Based Branding. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5, 247-254.
- Scott, N., Cooper, C. & Baggio, R. (2008). Destination networks: four Australian cases. *Annals of Tourism Research*, 35, 169-188.
- Scott, N., Baggio, R. & Cooper, C. (2011). Network analysis methods for modeling tourism inter-organizational systems. *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5, 177-221.
- Scott, K. & Liew, T. (2012). Social networking as a development tool: A critical reflection. *Urban Studies*, 49, 2751-2767.
- Shalev, C. (2010). Stem Cell Tourism-A Challenge for Trans-National Governance. *The American Journal of Bioethics*, 10, 40-42.
- Silver, J. (2013). The Sharing Economy: A Whole New Way of Living. *The Guardian Newspaper*, Sunday 4 August 2013. (Online).
- Smith, R. et al. (2011). Medical Tourism: A Review of the Literature and Analysis of a Role for Bilateral Trade. *Health Policy*, 103, 276-282.
- Smith, V. (1977). *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Snyder, J., Crooks, V.A., Adams, K, Kingsbury, P. & Johnston, R. (2011). The 'Patient's Physician One-step Removed: The Evolving Roles of Medical Tourism Facilitators. *Journal of Medical Ethics*, 37, 530-534.

- Song, H., Liu, J. & Chen, G. (2012). Tourism value chain governance: Review and prospects. *Journal of Travel Research*, 0047287512457264.
- Sotarauta, M. (2010). Regional development and regional networks: The role of regional development officers in Finland. *European Urban and Regional Studies*, 17, 387-400.
- The Hospitalists. (2010). *Medical Tourism*. Retrieved 18 July 2014. Retrieved from http://www.the-hospitalist.org/details/article/853623/Medical_Tourism.html
- Timur, S. & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20, 445-461.
- Tinsley, R. & Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *International Journal of Hospitality Management*, 20, 367-378.
- Vargo, S.L. & Lusch, R.F. (2009). *A Service-Dominant Logic for Marketing*, London, UK: SAGE Publication Ltd.
- Wang, H. Y. (2012). Value as a Medical Tourism Driver. *Managing Service Quality*, 22, 465-491.
- Wilkinson, I. (2010). *Business relating business: managing organisational relations and networks*, Cheltenham. UK: Edward, Elgar Publishing.
- World Economic Forum. (2014). *The Global Competitiveness Report 2014 – 2015*. Geneva: World Economic Forum.
- Yang, C.C. & Yang, K.J. (2011). An Integrated Model of Value Creation Based on the Refined Kano's Model and the Blue Ocean Strategy. *Total Quality Management & Business Excellence*, 22, 925-940.
- Yang, J.T. (2012). Identifying the Attributes of Blue Ocean Strategies in Hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24, 701-720.
- Yap, J. et al. (2012). *A "Blue Ocean" for Malaysia's Medical and Tourism Industry: The Right People, Right Place, Right Time*. Malaysia: Deloitte.
- Yap, J. & Chet, Y. C. (2012). *A "Blue Ocean" for Malaysia's medical and tourism industry: the right people, right place, right time*. Malaysia: Deloitte.