

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา. (2531). การวิจัยการโฆษณา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชินจิตต์ แจ้เจนกิจ. (2544). ไอเอ็มซีการสื่อสารการตลาดแนวใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท สยามศิลป์ พรินท์ แอนด์ แพ็ค จำกัด.
- สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหน่วยที่ 1-8 และ 9-15. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2543). “การสื่อสารการตลาด” ในเอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา หน่วยที่ 3 (พิมพ์ครั้งที่ 8). นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2535). การวิจัยสำหรับนักโฆษณา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- แอนนา จุมพลเสถียร. (2547). เข้าถึงใจผู้บริโภคด้วย Focus Groups. กรุงเทพฯ : บริษัท CBS Advertising จำกัด.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2547). เอกสารคำสอนหลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

บทความ

- เกรียงศักดิ์ หัสนิธิ. (2543,ตุลาคม-ธันวาคม). “E-Tourism สื่อการท่องเที่ยวทางอิเล็กทรอนิกส์ : บทบาทต่อการท่องเที่ยวไทยนับจากปี 2000.” จุลสารการท่องเที่ยว , 14,9. หน้า 54 -58.
- “เที่ยวไทยไปกับแคมเปญ UNSEEN จ่ายร้อยกว่ารายได้หมื่นล้าน.” ประชาชาติธุรกิจ.

- 16-19 มกราคม 2546 , หน้า 26.
- “โคราชจัดพิมายมินิไลต์ แอนด์ ชาวด์.” ร่วมโครงการ “Unseen in Thailand” ผู้จัดการรายวัน.
25-26 มกราคม 2546 , หน้า 8.
- “เปิดโคม... Unseen in Thailand.” มติชน. 7 เมษายน 2546 , หน้า 17.
- “แก้วกฤติทวาริสต์วูบ ! ททท.หนุนเที่ยวในปท.ทุ่ม 160 ล้านโปรโมต Unseen in Thailand.”
สยามธุรกิจ. 13-19 เมษายน 2546
- “นาที่ทองเที่ยว 4 ภาค Unseen Price !.” ประชาธิธุรกิจ. 1-4 พฤษภาคม 2546 , หน้า 16.
- “อานิสงส์ปราบ “ซาร์ส” UNSEEN แจกแหล่งทั่วโลก.” สยามธุรกิจ. 4-10 พฤษภาคม
2546 , หน้า 7.
- “มหัศจรรย์เที่ยวไทยใน 48 Unseen สูตรลับชม “ธรรมชาติสวย.” ตามเงื่อนไขวันเวลา”
ประชาชาติธุรกิจ. 12-14 พฤษภาคม 2546 , หน้า 26.
- “กิจกรรมหนุนท่องเที่ยว ททท. เปิดอันซีนภาค 2 ดึงนักท่องเที่ยวออกผุดแหล่งใหม่ 8 ประเภท
จำปีแจกตัวฟรี 2 หมื่นใบ.” โพสต์ทูเดย์. 20 มิถุนายน 2546
- “สนชยา” ชี้ท่องเที่ยวส่งสัญญาณฟื้น ททท. เตรียมงบหนุนอันซีนภาค 2.” กรุงเทพธุรกิจ.
20 มิถุนายน 2546 , หน้า 3.
- “ททท. อัดงบกว่า 300 ล้านบาทโปรโมตอันซีนไทยแลนด์ภาค 2.” ผู้จัดการรายวัน.
20 มิถุนายน 2546
- “ผ่าแผนยกเร่งตลาดท่องเที่ยวปี 47 ชู “อันซีน ไทยแลนด์” โกอินเตอร์ เป้าไทย-เทศโกยแค่ 6.2
แสนล้าน.” ฐานเศรษฐกิจ 29 มิถุนายน - 2 กรกฎาคม 2546 , หน้า 26.
- “หวั่น สวล. เสียหายยับ ททท. ปลุกมารยามเที่ยว “อันซีน.” สยามธุรกิจ. 29 มิถุนายน ถึง 5
กรกฎาคม 2546 , หน้า 29.
- “ททท. เปิดประมูลบโฆษณารวม 90 ล. ศรีเอทีฟลูส จีวันและเอเยนซีชั้นนำเตรียมโคดลงสนาม.”
ฐานเศรษฐกิจ 19-22 ตุลาคม 2546 , หน้า 46.
- “ททท. ปลื้ม “อันซีน ไทยแลนด์” ดิด 1 ใน 3 สุดยอดแผนงานการตลาด.” ผู้จัดการรายสัปดาห์.
17 พฤศจิกายน 2546 , หน้า B7.
- “TOP 5 DISRUPTION CASES 2003 Case 5 : Unseen in Thailand Excursion Disruption.”
ผู้จัดการรายสัปดาห์. 29 ธันวาคม 2546 - 4 มกราคม 2547 , หน้า B1,11.
- “ททท. ทุ่ม 130 ล้านเปิดตัวอันซีนภาค 2 ขายที่เที่ยว 50 แห่ง.” ฐานเศรษฐกิจ.
18 มีนาคม 2547 , หน้า 40.
- “ปณท. แพนสูงควง ททท. ออกอันซีนแสดมปี.” โพสต์ทูเดย์. 24 เมษายน 2547 , หน้า B3.

- “ททท. คลอด “อันซีนภาค 2” ลุยต่อจัด 4 กลุ่มแนวสัมผัสจริงเมืองไทย.” ผู้จัดการรายวัน.
10 พฤษภาคม 2547, หน้า 10.
- “สัมผัสจริงเมืองไทย” กับ “Unseen Thailand II.” ผู้จัดการรายวัน. 10 พฤษภาคม 2547 ,
หน้า 32.
- “ททท. ลดกระหน่ำมีงบ 5 เดือน 84 ล้านบาท สานอันซีนภาค 2 กลบกระแส 3 จว. ชายแดนใต้.”
ข่าวสด. 11 พฤษภาคม 2547.
- “อันซีนไทยแลนด์ภาค 2 ดันเที่ยวไทยสู่แนวรั้วที่ 68 ล้านคนต่อครั้ง.” ฐานเศรษฐกิจ.
16 พฤษภาคม 2547 หน้า, 26.
- “ททท. ดันโปรโมต “อันซีน 2” ทัวร์หัวน้ำสูงงบเปล่า.” กรุงเทพธุรกิจ. 4 มิถุนายน 2547 ,
หน้า 39
- “ททท.- เอกชน โรดโชว์ภาคเหนือเปิดตัวแสดมปีอันซีนไทยแลนด์.” ผู้จัดการรายวัน.
4 มิถุนายน 2547 หน้า , 31.
- “เที่ยวทั่วไทยลุ้นโชคใหญ่กับแสดมปี UNSEEN THAILAND.” ข่าวสด . 17 มิถุนายน 2547 ,
หน้า 39.
- “...UNSEEN THAILAND...” ประชาชาติธุรกิจ. 24-27 มิถุนายน 2547 , หน้า 38.
- “เที่ยวทั่วไทยลุ้นโชคใหญ่กับแสดมปี UNSEEN THAILAND.” ประชาชาติธุรกิจ.
28-30 มิถุนายน 2547 , หน้า 50.
- “ผู้ว่า” แก้มเกมอันซีนไม่เร้าใจสั่งเสริมที่เที่ยวแปลกใหม่กระตุ้น.” ฐานเศรษฐกิจ.
1 กรกฎาคม 2547, หน้า 27.
- “ททท.อัดเม็ดเงิน 34 ล. ลบไฟได้จัด UNSEEN CHARMING SOUTH.” ประชาชาติธุรกิจ.
1-4 กรกฎาคม 2547, หน้า 16.
- “Ad. Watch “จับมุกเด็กเลี้ยงแกะ” กับโฆษณา Unseen Thailand.” ฐานเศรษฐกิจ.
8-10 กรกฎาคม 2547, หน้า 24.
- “ททท.เนรมิตอันซีน 2 โกยรายได้สู่เส้นทางใหม่เจาะกลุ่มไฮเอนด์.” ประชาชาติธุรกิจ.
12-14 กรกฎาคม 2547, หน้า 39-40.
- “ปี 48 ย้ำจุดขายอันซีนฯ.” ข่าวสด. 19 กรกฎาคม 2547, หน้า 33.
- “Unseen Thailand ชุด 2 สะสมครบทั้ง 4 ชุด ลุ้นรางวัลใหญ่สิ้นปี.” ประชาชาติธุรกิจ.
9 สิงหาคม 2547, หน้า 54.
- “เปิดตัว 2 แคมเปญโฆษณาใหญ่ ททท. เทงบ 250 ล.ทำตลาดทั่วโลก.” ฐานเศรษฐกิจ.

4-6 พฤศจิกายน 2547 , หน้า 34.

“Unseen Thailand ด้วยแสดมปีไทยความภาคภูมิใจของคนไทยทั้งชาติ” แนวหน้า.

21 พฤศจิกายน 2547 , หน้า 12.

“Unseen Thailand กสท. ส่งเสริมการท่องเที่ยวรับนโยบายรัฐบาล.” เดลินิวส์.

12 มีนาคม 2548 , หน้า 15.

วิทยานิพนธ์

กันฉนวน อภิรักษ์ธนากร. (2545). การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของททท.และการ

ตัดสินใจท่องเที่ยวของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหา

บัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด. กรุงเทพฯ ฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

จตุพร แจ่มชุมศิลป์. (2547). การสร้างความหมายและการจูงใจที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อความ

หมายของสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์เพื่อการอนุรักษ์พลังงาน โครงการพลังไทย ลดใช้พลัง

งาน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหา

วิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิชญ์สินี แสงขำ. (2538). การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหาในแผ่นพับเพื่อ

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2536-2537.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

พัชรี บำรุงรัตนกุล. (2543). ประสิทธิภาพของสื่อในโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542

(AMAZING THAILAND 1998-1999) กับพฤติกรรมกรเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยว

ชาว กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การ

ตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

รุ่งกานต์ มงคลวีราพันธ์. (2543). การวิเคราะห์การสื่อความหมายของสื่อโปสเตอร์ในการรณรงค์

ส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2530-2542.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์(ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหา

วิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

รัฐพล ไชยรัตน์. (2536). บทบาทของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิลาวัลย์ เรื่องปฏิกรณ์. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวไทยในโครงการไทยเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวารสารศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริมา อยู่เวียงชัย.(2541). การสื่อสารความเป็นไทยในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุทธิณี ละไมเสถียร. (2538). กลยุทธ์การสื่อความหมาย “ความเป็นไทย” ในชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี พ.ศ. 2530-2537. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Articles

Johnson,Robert R., and Messmer,Donald J. (1991,December). “ The effective of advertising onhierarchical stages in vacation destination choice.” **Journal of Advertising Research** , 31. p. 18.

Lord, Kenneth R.,and Putrevu, Sanjay. (1998 , September). “ Communication in Print : A Comparisonof Consumer Response to Different Promotional Formats.” **Journal of Current Issue and Research in Advertising** ,20. p. 1.

DRU