

บรรณานุกรม

บรรณานุกรมภาษาไทย

- กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช. (2559). อุทยานแห่งชาติเขาสก เชื้อนรัชชประภา
จังหวัดสุราษฎร์ธานี. 20 กรกฎาคม 2559. <http://www.dnp.go.th/>.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์.(2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ:
เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ และคณะ. (2551). เอกสารประกอบการเรียนการสอน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.
- นิตย หทัยสรวงศ์สุขศรี. (2550). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ห้าง
ซูเปอร์ เซ็นเตอร์จังหวัดสุราษฎร์ธานี. งานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2547). การวิจัยเบื้องต้น.(พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปณิศา ลัญจนาพันธ์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ประจักษ์ รัชธร. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหาร. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- พลศรี คชาชีวะ และบุญเสริม หุตะแพทย์. (2549). เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการและเทคนิคการ
บริการในภัตตาคาร : หน่วยที่ 1 (พิมพ์ครั้งที่4). นนทบุรี : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภัครส แข่งจุ่ง. (2550). การดำเนินธุรกิจของภัตตาคาร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ โครงการสหวิทยาการระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วัฒนา รัตนเรืองรักษ์. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทติ่มซำ ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. ภาคนิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2554). การบริหารการตลาดเชิงกลยุทธ์และการสร้างตราสินค้า. กรุงเทพฯ:
บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- ศิริอร หริ่มปราณี. (2553). สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์. คิด, 2(2), 15.
- สุรรัตน์ เตชาทวิวรรณ.(2545). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อนุชิต ชัยมงคล. (2550). พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในการเลือกใช้บริการผับ
และภัตตาคารในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บรรณานุกรมภาษาอังกฤษ

- Aaker, D. A. (1996). **Measuring brand equity across products and markets**. California Management Review, 38(3), 102-120.
- Allport, Gordon W. (1937). **Personality: a Psychological Interpretation**. New York: Holt.
- Blackwell, Roger D., Miniard, Paul Wa and, Paul W. and Dngel. James F. (2006). **Consuer Behavior**. 10th ed. Ohio: Thomson South-Western.
- Bolton, R.N. and Drew, J.H. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. **Journal of Consumer Research**. 17 (4): 375–84.
- Cronin, J.J., Jr., Brady, M.K. and Hult, G.T.M. (2000) . Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. **Journal of Retailing**. 76(2): 193–218.
- Etzel, Michael J., Walker, Bruce J. and Stanton, William J. (2007). **Marketing**. 14th ed. Boston: McGraw-Hill.
- Gale, B.T. (1994). **Managing Customer Value**. The Free Press, New York, NY.
- Kotler Philip and Keller, Kevin L. (2009). **A Framework for Marketing Management**. 4th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler Philip and Keller, Kevin L. (2009). **Marketing Management**. 13th ed. Neew Jersey: Prentice-Hall.
- Oh, H. (2000). Diners perceptions of quality, value and satisfaction. **Journal of Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. vol. 41, no.3, pp. 58-66.
- Petrick, J.F.& Backman, S.J. (2001). An examination of goft travelers satisfaction, perceived value, loyalty, and intentions to revisit. **Journal of Tourism Analysis**. vol.6, no.34, pp.223-237.
- Petrick, J.F., Morais, D.D.,& Norman, W.C. (2001). An examination of the determinants of entertainment vacationer intentions to revisit. **Journal of Travel Research**. vol. 40, August, pp.41-48.
- Parasuraman, A. (1997). Reflections on Gaining Competitive Advantage through Customer Value. **Journal of the Academy of Marketing Science**. 25(2): 154–61.
- Riezebos, R. (2002). **Merkenmanagement (theorie en toepassing van het ontwikkelen, beheren en beschermen van merken en merkenportfolio's)**. Wolters-Noordhoff, Groningen/ Stenfert Kroese.

- Sehiffman, Leon G. and Kanuk, Lazar. (2007). **Consumer Behavior**. 9th ed. New Jersey : Prenticed Hall.
- Woodruff, R.B. (1997). Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. **Journal of the Academy of Marketing Science**. 25(2): 139–53.
- Woodruff, R.B. and Gardial, S.F. (1996). **Know Your Customer. New Approaches to Understanding Customer Value and Satisfaction**. Cambridge: Blackwell Publishers, Inc.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value : A mean-end model and synthesis of evidence. **Journal of Marketing**. 52, pp. 2 - 22.