

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมภาษาไทย

- กมล รัตนวิระกุล. (2550). การตลาดวิวัฒนาการอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: สมาคมการบริหารโรงแรมไทย.
- กรวรรณ สังขกร, จักรี เตชะวารี และ กาญจนา จีรัตน์. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. (2557). คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการ โรงแรมท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อในพระบรมราชูปถัมภ์
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. (2558). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว พฤษภาคม 2558. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. (2559). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว มีนาคม 2559. กรุงเทพฯ.
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2552). แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2550 – 2559. กรุงเทพฯ.
- ก้องภพ ภูสุวรรณ. (2557). ปรับเชิงรุก ปลุกเชิงรับ จับกระแสนักท่องเที่ยวจีน. ธนาคารแห่งประเทศไทย FAQ Focused AND Quick. 89.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). คู่มือแนวทางการจัดการที่พักรีสอร์ทวัฒนธรรมชนบท. กรุงเทพฯ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองวิจัยการตลาด. (2556). สรุปผลการสำรวจโพล เรื่อง ทำอย่างไรกับคลื่นยักษ์นักท่องเที่ยวจีน รัสเซีย. TAT Review Magazine, ไตรมาสที่ 4/2556 ตุลาคม-ธันวาคม.
- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา. (2558). แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พ.ศ. 2559 – 2563. กรุงเทพฯ.
- คอตเลอร์, เค., เชเตียวาน, ไอ., และ การตะจายา, เอช. (2554) การตลาด 3.0 [Marketing 3.0] (ณัฐลักษณ์ จารุวัฒน์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์
- เจาะลึกเส้นทางสายไหม R3A (จบ) กองทัพอากาศ ทวีร์สุดฮิต จีนทะเลลึกเชียงใหม่-เชียงราย. (2558). กรุงเทพฯ: ประชาชาติธุรกิจ.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2545). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 13 เรื่อง การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

- ชลัยรัตน์ จิรัชัยเชาวนนท์. (2554). การศึกษาทัศนคติและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจ ในการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์*. 13(2).
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. สืบค้น 11 มีนาคม 2559, จาก <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ชาลวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- ทศพล ว่องไวกลยุทธ์ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2556). การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์ สถานแห่งชาติอุทอง อำเภอบึงสามพัน จังหวัดสุพรรณบุรี. ใน *การประชุมภาคใต้วชิชาการ ครั้งที่ 4*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ทวิศุณย์เหรียญ-ค่าเงินรัสเซีย ปัจจัยลบท่องเที่ยว “พัทยา”. (2558). กรุงเทพฯ: คมชัดลึก.
- ธนภุต สังข์เฉย. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ*. นครปฐม: มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- ธิติมานันท์ พูนจันทร์. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงัน* (วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิคม จารุมณี. (2536). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548ก). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน Sustainable tourism development*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548ข). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว Tourism industry*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- พยอม ธรรมบุตร. (2548). *เอกสารประกอบการเรียนการสอน เรื่อง หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรทิพย์ ทวีพงษ์ และ ปลื้มใจ ไพจิตร. (2557). *สื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัยที่มีต่อทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*. 1(2).
- มาร์เก็ตติ้ง 4.0 “ยุคแห่งวิวัฒนาการตลาดเพื่อปวงชน”. (2559). กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจ.
- รลิกา อังกูร. (2549). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น*. *วารสารการวิจัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*. 19(1).
- รับในเชิงรุก ชุมทอง นักท่องเที่ยวจีน. (2558). กรุงเทพฯ: ผู้จัดการรายวัน.
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอกสารการสอนชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศรัณยา วรากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพ็องฟ้าพรินติ้ง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิสสิเนต เวิร์ล.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). *เทศกาลตรุษจีน: หนูนางจีนเที่ยวไทยช่วงไตรมาสแรก ปี 2558*. กรุงเทพฯ.

- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อ กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ยงพลเทรดดิ้ง.
- สุพัตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์. (2559). *Thailand 4.0 ก้าวสู่ยุคแห่งวิวัฒนาการตลาดเพื่อปวงชน*. กรุงเทพฯ: MGR Online.
- สุภัค ถาวรนิติกุล. (2557). การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 7(2).
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการ ตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แห่งประเทศไทย*. 18(2).
- อภิวัฒน์ ปันทะธง, จิรวัฒน์ พิระสันต์ และนิรัช สุตสังข์. (2555). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. *วารสารวิชาการ ศิลปะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 3(1).
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.

**บรรณานุกรมภาษาอังกฤษ**

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, T.J. and Makens, C.J. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism* (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kozak, M. & Decrop, A. (2009). *Handbook of Tourist Behavior: Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Lovelock, C. & Wirtz, j. (2011). *Principles of Service Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). The United States of America: Pearson education.
- Oelkers, D. (2007). *Travel and Tourism Marketing*. Collinwood: South Western Educational Publishing.
- Ozturk, A.B., & Qu, H. (2008). The impact of destination images on tourists' perceived value, expectations, and loyalty. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 9(4).
- Pigram, J. (1993). *Planning for Tourism in Rural Areas: Bridging the Policy Implementation Gap*. London: Routledge.
- Pizan, A. & Mansfeld, Y. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. Oxford: The Haworth Press.
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Cultures and Behavior*. US: Elsevier
- Zeithaml, V. A., Bitner ,M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (5th ed.). Boston: McGraw Hill.