

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมภาษาไทย

- กระปุกทราเวล. (2556). *รางวัลอันยุค*. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2560.  
จาก <https://travel.kapook.com/view74067.html>.
- จารุกิตติ์ นรไสย. (2556). *สินค้า OTOP หมอนชนิด*. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2560.  
จาก <http://jarukit-norasai.blogspot.com/>.
- ชนินทร์ อยู่เพชร. (2555). *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไทยท้อปปีคมีเดีย. (2556). *ไอคอนสยามสนับสนุนสินค้าโอท็อป*. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2560.  
จาก <http://konkao.net/read.php?id=23567>.
- บุญเลิศ จิรภัทร์, ขาดิชาขย พิทักษ์ธนาคม, อธิรุท พึ่งเพียร และสุทธิพงษ์ ศรีวิชัย. (2546). *แนวทางการเรียนรู้ตาม หลักไตรสิกขา สำหรับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ
- พระธรรมสิงหบุราจารย์. (ม.ป.ป.). *วิปัสสนากรรมฐาน เปลี่ยนชีวิต*. กรุงเทพฯ : ชัยรุ่งเรืองพัฒนา.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2560). *ชกมวยทะเล*. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2560.  
จาก <http://www2.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx?NewsID=9580000044710&Html=1&TabID=2&>.
- เรณูมาศ กุลศิริมา, ปณิศา มีจินดา และจิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554). *การสร้างคุณค่าตราแหล่งท่องเที่ยวและความคุ้มค่าของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมรดกโลกของประเทศไทย : กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- วัดพนัญเชิงวรวิหาร. (2558). *กิจกรรมประจำปีวัดพนัญเชิงวรวิหาร*. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2559.  
สืบค้นจาก <http://www.watphananchoeng.net/kitjakram.html>.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2558). *การเสียดงครืออยุธยาครั้งที่สอง*. สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2559.  
สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki>.
- ศูนย์ประสานงานสำนักปฏิบัติธรรมประจำจังหวัดแห่งประเทศไทย. (2554). *เทศกาลและงานประเพณี ประจำปี 2554 วัดพนัญเชิงวรวิหาร*. สืบค้นจาก <http://www.sptcenter.org/event>.
- สนุกทราเวล (2560). *เที่ยว "งานวัด" รำลึกความหลังครั้งเก่า*. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2559.  
จาก <http://travel.sanook.com/1394205/>.

- สมสกุล จะศิลป์, จง บุญประชา, สุภัทรา ลูกรักษ์, สุรพันธ์ รัตนาวะดี และจิตราวดี  
 รุ่งอินทร์กันการ์. (2553). *แนวทางการออกแบบร้านค้าและของที่ระลึกเพื่อการพัฒนานคร  
 ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา : กรณีศึกษาเปรียบเทียบเมืองเก่าพระนครศรีอยุธยา  
 ประเทศไทย และเมืองเก่าเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ :  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุนน อมรวิวัฒน์. (2530). *การสอนโดยการสร้างศรัทธาและโยนิโสมนสิการ*. กรุงเทพฯ : โอเดียน  
 บรู๊คส์โตร์.
- หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. (2558). *มวยทะเล*. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2560.  
 จาก [http://www.banmuang.co.th/oldweb/wp-  
 content/uploads/2012/11/%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%8A%E0%B8  
 %A3%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B54550.jpg](http://www.banmuang.co.th/oldweb/wp-content/uploads/2012/11/%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%8A%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B54550.jpg).

### บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl, J. & Beckmann, J. (Eds). *Action Control: From Cognition to Behavior*. Berlin, Heidelberg, New York : Springer-Verlag, 11-39.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. & Herron, M. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. *Academy of Management Journal*. 39, 1154-1184.
- Belch, G. E. & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion*. (10th ed). Singapore: McGraw-Hill.
- Chen, C. & Chen, F. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31, 29–35.
- Clow, K. E. & Vorhies, D. W. (1993). Building a Competitive Advantage for Service Firms: Measurement of Consumer Expectations of Service Quality. *Journal of Services Marketing*, 7(1), 22-32.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief Attitude Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Philippines : Addison-Wesley.
- Fornell, C. (1992). A national Customer Satisfaction Barometer : The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Garbarino, E. & Johnson, M. S. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, 63, 70-87.

- Hsu, C. & Crotts, J. C. (2006). Segmenting Mainland Chinese Residents Based on Experience, Intention and Desire to visit Hong Kong. *International Journal of Tourism Research*, 8(4), 279-287.
- Huang, H., Chiu, C. & Kuo, C. (2006). Exploring Customer Satisfaction, Trust and Destination Loyalty in Tourism. *The Journal of American Academy of Business*, 1(10), 156-159.
- Hui, T., Wan, D. & Ho, A. (2007). Tourists' Satisfaction, Recommendation and Revisiting Singapore. *Tourism Management*, 28, 965-975.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Marketing Management*. (13th ed). NJ: Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Marketing Management*. (15th ed). Malaysia: Pearson Education.
- Kozak, M. & Rimmington, M. (2000, February). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain as An off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38, 260-269.
- Lee, J.Y., Wang, X., Cui, W., Sager, R., Modla, S., Czymbek, K., Zybaliyov, B., Van Wijk, K., Zhang, C., Lu, H. & Lakshmanan, V. (2011). A Plasmodesmata-Localized Protein Mediates Crosstalk between Cell-to-Cell Communication and Innate Immunity in Arabidopsis. *American Society of Plant Biologists*, 23(9), 3353-3373.
- Mareno, P. (2010). *Tourist's Expectations*. Retrieved June, 22, 2015, from <http://www.tourismtheories.org/?p=716>.
- McCleary, K. W., Weaver, P. A. & Hsu, C. H. C. (2007). The Relationship between Leisure Travelers' Origin Country and Product Satisfaction, Value, Service Quality and Intent to Return. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 21(2-3), 117-130.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. (2nd ed). NY: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1980, November). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, R. L. & Swan, J. E. (1989). Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach. *Journal of Marketing*, 53(2), 21-35.
- Perreault, W. D. Jr., Cannon, J. P. & McCarthy, E. J. (2012). *Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*. (13th ed). NY: McGraw-Hill.

- Petrick, J. F., Morais, D. D. & Norman, W. C. (2001, August). An Examination of the Determinants of Entertainment Vacationer Intentions to Revisit, Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 40, 41-48.
- Pindyck, R. S. & Rubinfeld, D. L. (2005). *Microeconomics*. (6th ed). NY: Auflage.
- Reisinger, Y. (2001). Unique Characteristics of Tourism, Hospitality, and Leisure Services. In Kandampully, J., Mok, C. CSparks, B. (ed). *Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure*. Australia: Pearson Education, 15-47.
- Rodriguez del Bosque, I.A., San Martin, H. C Collado, J. (2009). A Framework for Tourist Expectations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 139-147.
- Ross, G. F. (1993). Destination Evaluation and Vacation Preferences. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 477-489.
- Sadeh, E., Asgarl, F., Mousavi, L. & Sadeh, S. (2012). Factor Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(2), 1559.
- Sekaran, U. (1992). *Research Methods for Business: A Akiss Building Approach*. NY: John Wiley & Sons.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. (8th ed). NJ: Prentice-Hall.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Consumer Behavior*. (9th ed). NJ: Prentice-Hall.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. USA: Harvard University.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior*. (7th ed). NJ: Prentice-Hall.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being*. (12th ed). Malaysia : Pearson Education.
- Song, H., Li, G., Van der Veen, R. & Chen, J. L. (2011). Assessing Mainland Chinese Tourists' Satisfaction with Hong Kong Using the Tourist Satisfaction Index. *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 82-96.
- Strydom, J. W., Jooste, C. J. & Cant, M. C. (2000). *Marketing Management*. (4th ed). Cape Town: Juta.
- Su, L. & Fan, X. (2011). A Study on the Relationships between Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty among Rural Tourism. *Paper presented at 8th International Conference on Service Systems and Service Management*. Tianjin. 1-6.

- Westbrook, R. A. (1987, August). Product Consumption-based Affective Responses and Post-Purchase Processes. *Journal of Marketing Research*, 24, 258-270.
- Wilson, J. P. & Beard, C. (2003). The Learning Combination Lock—an Experiential Approach to Learning Design. *Journal of European Industrial Training*, 27 (2/3/4), 88-97.
- Woodside, A. G. & Lysonski, S. (1989). A General Model of Traveler Destination Choice. *Journal of Travel Research*, 27(4), 8-14.
- Xia, W., Jie, Z., Chaolin, G. & Feng, Z. (2009). Examining Antecedents and Consequences of Tourist Satisfaction: A Structural Modeling Approach. *Tsinghua Science and Technology*, 1(3), 397-406.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1986, April). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D. (2012). *Services Marketing: Integration Across the Firm*. (6th ed). NY: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations*. NY: The Free Press.
- Zillifro, T. D. (2004). Shared Environmental Values Trust, and Relationship Commitment in the Nature Brand Tourism Industry. (Doctoral Devastation, Pennsylvania State University, 2004). *Dissertation Abstracts International*, iii-v: