

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดารา ทีปะปาล. (2541). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- พิบูล ทีปะปาล. (2549). *หลักการตลาด: ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พรทิพย์ วรภิจโศคาทร. (2540). ความสำคัญของผู้รับสาร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 6)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2551). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2530). *การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา (หน่วยที่ 1-5)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุกัญญา บุรณเดชาชัย. (2550). *การสื่อสารมวลชน: แนวคิด ทฤษฎี และสถานการณ์ในประเทศไทย*. ชลบุรี: ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกสารอื่น ๆ**
- กาญจนา สมสินสวัสดิ์. (2549). *การเปิดรับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดของรองเท้ากีฬาไนกี้และการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

- ฐิตารีย์ อินทเวา. (2550). *ปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ปีเอ็มดับเบิลยู*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ธเนศ คุณเทพารักษ์. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเครื่องหมาย Brand Name*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ธาริณี กัตัญญุกานต์. (2544). *พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ.
- นุชรีย์ พูลแก้ว. (2547). *กาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ปิยะวดี ทองบุ. (2551). *กาเปิดรับสื่อ ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- พิมลลดา อิงคะวณิช. (2544). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวมาเลเซียในประเทศไทย*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- รุจิยา แก้วไพร่เทีย. (2548). *กาเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม กับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมท่องเที่ยวของสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- วิไลรัตน์ ติวะวงศ์. (2552). *ปัจจัยการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจเลือกบริษัทประกันภัยของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจ*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.

- วิธีนี้ วรรณสกล. (2543). การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
- วิลาวัณย์ เรื่องปฏิกรณ์. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโครงการไทยเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย. (2540). ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
- ศุภวงค์ โหมวานิช. (2543). กลยุทธ์และประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวออสเตรเลียในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- สิริกาญจน์ ปรับโตจิตใจโย. (2539). การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
- สุชาดา วรรณะมานี (2542). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. สถิตินักท่องเที่ยว พ.ศ. 2541-2550. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2552, จาก <http://en.wikipedia.org/wiki//tourism>
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. สถิตินักท่องเที่ยว พ.ศ. 2550. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2552, จาก <http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php>

- องค์การการท่องเที่ยวโลก. (2551). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2552, จาก <http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php>
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (22 กุมภาพันธ์ 2550). ปี'51 คนไทยทัวร์นอก : เงินไหลออก 1.25 แสนล้านบาท ...เพิ่มขึ้น 12.6%. *มองเศรษฐกิจ*, 2111, สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2552, จาก <http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=13984>
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (28 เมษายน 2551) *กระแสทัวร์นอกมาแรง: กระทบรายได้สุทธิด้านการท่องเที่ยว ...โตช้าลง* *มองเศรษฐกิจ*, 2142, สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2552, จาก <http://www.kasikornresearch.com/TH/K-Econ%20Analysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=14665>

Books

- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action* (5th ed.). Ohio: International Thomson Publish.
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action* (6th ed.) Ohio: South-Western College.
- Becker, S. L. (1987). *Discovering Mass Communication*. Illinois: Scott Foresman and Company Glenview.
- Bettinghaus, E. P. (1968). *Permasive Communication*. New York: Halt Rinehart and Winston Inc.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer behavior* (9th ed.). New York: Harcourt.
- Blech, G. E., & Blech, M. A. (1993). *Introduction to advertising and promotion: And integrated marketing communications Perspective*. Boston, Mass.: Richard D. Irwin.
- Coltman, M. M. (1988). *Introduction to travel and tourism: An international approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Coltman, M. M. (1989). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.

- Fill, C. (1999). *Marketing Communications: Context, Contents and Strategies* (2nd ed.). London: Prentice Hall.
- Keiser, J. R. (1989). *Principle and practice of management in hospitality industrial* (2nd ed.). New York: Van Westrand Reinold.
- Klapper, J. T. (1967). *The effect of mass communication*. New York: The Free Press.
- Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (7th ed.). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism* (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Manning, G. L., & Reece, B. L. (1990). *Selling Today. A personal approach*. USA.: A Division of Simon & Schuster.
- McLeod, J. M., & O'Keefe, G. J. (1972). *Socialization perspectiv in current perspectives in mass communication research*. London: Sage.
- Middleton, V. T.C. & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism* (3rd ed.). MA: Butterworth-Heinemann.
- Middleton, V. T.C. (1994). *Marketing in travel and tourism* (2nd ed.). Oxford: Heinmann Professional Publishing.
- Mill, R. C. (1990). *Tourism the international business*. New Jersey: Prentice Hall.
- Morrison, A. M. (2002). *Hospitality and travel marketing*. Albany N.Y.: Delmar/Thomson Learning.
- Pickton, D., & Broderick, A. (2001). *Integrated marketing communications*. Essex: Pearson Education.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Schramm, W. (1972). *Communication and change in the developing countries*. Honolulu: The University Press of Hawaii.
- Shimp, T. A. (1990). *Promotion Management and Marketing Communications* (2nd ed.). Orlando: Dryden Press.

Thomas, R. J., & Ronald, L. W. (1996). *Kleppner's advertising procedure*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Wilbur, S. (1982). *Men message and media: Understanding human communication*. New York: Harper & Row.

Articles

Lavidge, R. Y., & Steiner, G. A. (October 1961). WA mode for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing*, 25, 61.

World Tourism Organization (WTO). (January 2010). World Inbound tourism: International tourist arrival. *World Tourism Barometer*, 8 (1), 1-8.