

บรรณานุกรม

- จूरรัตน์ ชาวเจริญ. 2539. “บทวิเคราะห์สถานการณ์โรงแรม” จุลวารสารท่องเที่ยว 15, 3 (ก.ค.-ก.ย. 2539): 56-63
- ฉัตรพร เสมอใจ. (2549). **การจัดการและการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชำนาญ บุญญาพุทธิพงศ์ (2553) การออกแบบโรงแรม เข้าถึงได้จาก http://kongrata.blogspot.com/2010/12/blog-post_10.html
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) “การท่องเที่ยวและศักยภาพการลงทุนในธุรกิจโรงแรม” วารสารเศรษฐกิจวิเคราะห์ 19,7 (ก.ค.2544) : 26-35
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). **การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปฏิพล ตั้งจักรวานนท์. (2550). **คัมภีร์นักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธรรมกลการพิมพ์.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2549). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2546). **หลักการตลาด**. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy). 2553.จาก www.creativethailand.org/
- สถานการณ์ด้านโรงแรมในประเทศไทย, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. จาก www.thaifta.com/thai
- สุทธิพันธ์ กริมหา.”แนวโน้มธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพฯใน 5 ปีข้างหน้า”Brand Age 2,1(ม.ค.2544): 146-147
- สถิตินักท่องเที่ยว.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. จาก www.thaifta.com/thaifta/Portals/0/File/ascn
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2546). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: บริษัท เพ็ญฟ้าพรินต์ติ้ง จำกัด.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2542). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2549). **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Adams, T., & Viens, H. (2007). **Art, Science or Both: What is voice of the customer?** Retrieved August 8, 2007, from [what%20%20voice%20000%20the%20customer\[1\].pdf](http://what%20%20voice%20000%20the%20customer[1].pdf)
- Bateman, T.S., & Snell, S.A. (2007). **Management: leading and collaborating in a competitive world** (7th ed.). New York: McGraw-Hill.

- Bhurchill, G., Jr., & Peter, P.J. (1999). **Marketing: Creating value for customers** (2nd ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Bratianu, C. (2008). Strategies for Lifelong Learning and Organizational Knowledge. **Review of International Comparative Management**, 9(2), 5-15.
- Carson, D., Gilmore, A., & Maclaran, P. (1998). Customer or profit focus: An alternative perspective. **Journal of Marketing Practice. Applied Marketing Science**, 4(1), 6-39.
- Cary C. Countryman & SooCheong Jang. (2006) "The effects of atmospheric elements on customer impression: the case of hotel lobbies." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 18 / 7 (2006) 534-545
- Certo, S.C. (2003). **Modern Management** (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Croteau, A., & Li, P. (2003). Critical success factors of CRM technological initiatives. **Canadian Journal of Administrative Sciences**, 1(1), 21-34.
- Daft, R.L. (2003). **Management** (6th ed). Mason, OH: Thompson South Western.
- Du Plesie & Pouseau, (2005). **Buyer Behavior: a multi culture approach**. 3rd ed., Oxford.
- Etzel, M.J., Bruce, W.J., & William, S.J. (1997). **Marketing** (International ed.) New York: McGraw-Hill.
- Griffin, A., & Hauser, J.R. (1993). The voice of the customer. **Marketing Science**, 12(1), 1-27.
- Hanson, W. (2000). **Principles of internet marketing**. Cincinnati, OH: South-Western College of Publishing,
- Helsing, J., Silk, G., & Farace, V. (1999). Measuring the voice of the customer: An important component of your strategic account program. Retrieved May 19, 2007, from ABI database.
- Josef Ransley and Hadyn Ingram. (2001) "What is good hotel design." *Facilities*. Available at <http://www.emerald-library.com/ft>
- Karmkostas, B., Kardras, D., & Paphanassiou, E. (2005). The state of CRM adoption by the financial services in the UK: An empirical investigation. **Information & Management**, 42(4), 853-863.

- Kotler, P. (2003). **Marketing management** (11th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice- hall
- Kotler, P. (2008). **Marketing Management**. Upper Saddle River, NJ: Prentice- hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). **Principles of marketing** (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). **Marketing management** (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-hall.
- LaDove, B. (2005). **Leveraging the voice of the customer**. Retrieved September 29, 2006, from <http://www.ladoveassociates.com.415.776.0613>
- Lehmann, D.R., & Winer R.S. (2003). **Product management** (International ed.). New York: McGraw Hill.
- Lovelock, C.H., & Wright, L.K. (2004). **Principles of services marketing and management**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lovelock, C.H., Wright, L.K., & Keh H.T. (2002). **Services marketing is Asia managing people, technology and strategy**. Singapore: Prentice Hall.
- Neal, W.D. (2005). **Principles of market segmentation**, Retrieved March 15, 2006, from ABI database.
- Nelson, B. (2002). **Market segmentation: The role of futures research**._Retrieved August 1, 2005, from www.foreseechange.com/futmktseg.pdf
- Palmer, A. (2005). **Principle of Service Marketing**. 4th ed., England: McGraw Hill.
- Payne, A. (1993). The essence of services marketing. **Journal of Vacation Marketing**, 1(1), 109-110.
- Peter, J.P., & Donnelly, J.H. (2004). **Marketing management: Knowledge and skills**. (International ed.). New York: McGraw-hill
- Pride, W.M., & Ferrell, O.G. (2007). **Foundation of marketing** (2nd ed.). New York: Houghton Mifflin.
- Rafiq, M., & Ahmed, P.K. (1995). Using the 7Ps as a generic marketing mix: An exploratory survey of UK and European marketing academics. **Marketing Intelligence & Planning**, 13(9), 4-15. Retrieved August 1, 2005, from <http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0200130901.pdf>

- Recklies, D. (2001). **Why segmentation?** Retrieved September 29, 2006, from <http://www.themanager.org>
- Ries, A. & Trout, J. (2001). **Positioning the Battle for Your Mind.** (20th anniversary ed.). New York: McGraw-hill
- Stonehouse G., Hamill, J., Campbell, D., & Purdie, T. (2000). **Global and Transnational Business- strategy and Management.** Leeds, UK: John Wiley.
- The Chatered Institute of Marking. (2004). **Marketing mix.** Retrieved March 29, 2006, from <http://www.cim.co.uk>
- Von, E., & Wang, J. (2003). **Customer analysis for software xplore-erom data mining to marketing strategy.** Retrieved March 30, 2006, from Springer database.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. (2000). **Service marketing: Integrating customer focus across the firm** (2nd ed.). Boston: Mcgraw-Hill.