

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรมการท่องเที่ยว. (2555). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2555 และแนวโน้ม ปี 2556*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวเดือนพฤษภาคม ปี 2557*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวเดือนพฤศจิกายน ปี 2557*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา.
- การะเกด แก้วมรกต. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตรานาด พิศาลศิลป์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ฉันททัตย์ คำสาร. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง* (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. ลำปาง: มหาวิทยาลัยเนชั่นลำปาง.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว TOURISM INDUSTRY* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนธิป ปานอุทัย. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมโกลเด้น บีช พัทยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการประกอบการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บดินทร์ แก้วขันตี. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแพ็คเกจทัวร์ภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ปริญญาโท)

- ศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเกริก.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว TOURISM INDUSTRY*. กรุงเทพฯ:
บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *TOURIST BEHAVIOR พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี:
ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ:
บริษัท ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พรินติ้ง จำกัด.
- ปวีณา หมั่นจันทิก. (2555). *ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยทางการตลาดของแหล่ง
ท่องเที่ยว ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา (สารนิพนธ์
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- พิศมัย จตุรัตน์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต)*. สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มาริสา จันทะวาลย์. (2556). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการใช้บริการเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวใน
เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. (ภาคินิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).*
สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- โรวี, อลัน เจ. (2554). *การตัดสินใจทางธุรกิจ [Decision Making] (ณัฐยา สันตระการผล, ผู้แปลและ
เรียบเรียง) (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: บริษัทแอคทีฟ พรินท์ จำกัด.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2553). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วรรณมา ศิลปะอาษา, และคณะ. (2545). *กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. นนทบุรี:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิลาวัณย์ วโรภาส. (2551). *วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วันทิกา หิรัญเทศ. (2552). *ปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา
ตลาดน้ำไทรน้อย อ. ไทรน้อย จ.นนทบุรี (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต)*.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). *หลักการตลาด Principles of Marketing*. กรุงเทพฯ : บริษัทสำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- โสภิตสุภาวงศ์ กุณวงศ์. (2556). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจใช้บริการสวนสนุกในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : บริษัท ท่ามาดี จำกัด.
- สุทิพา กลิ่นขจร. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกบริษัทนำเที่ยวในไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุวิมล ติรกันันท์. (2551). *การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- สัมฤทธิ์ กางเพ็ง. (2554). *การใช้เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า*. สืบค้น จาก <http://www.kroobannok.com/blog/43535>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย ปี 2557*. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : บริษัทบุ๊คลิงค์ จำกัด.
- อัญญาพัชร โชติวชิระพงษ์. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.