

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมภาษาไทย

- กนกพร รอดเขียน. (2554). การศึกษาแรงจูงใจในการเลือกจุดหมายปลายทาง และความคาดหวังของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาในเขตพื้นที่ชนบท จังหวัดนครสวรรค์. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ.
- กมล รัตนวิระกุล. (2550). การตลาดวิวัฒนาการ. กรุงเทพฯ: สมาคมการบริหารโรงแรมไทย.
- กมลพร มุลอมาตย์. (2556). การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). สำนักงานกิจการโรมมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2561. จาก [www.ubu.ac.th/web/file\\_up/03f2017052216244626.pdf](http://www.ubu.ac.th/web/file_up/03f2017052216244626.pdf)
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2559). ข้อมูลการคาดประมาณประชากรของประเทศไทยปี 2553-2583. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2559. จาก [https://www.m-society.go.th/ewt\\_news.php?nid=16057](https://www.m-society.go.th/ewt_news.php?nid=16057)
- การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (2559). สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2560. จาก <http://www.stvc.ac.th/news/EtIF7ZYTue114606.doc>
- กุลวดี แก้วกล้า. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาจิตวิทยาการปรึกษา คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ข่าวทิพย์ อ่อนอรุณ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จันทร์จิตร เขียวสิริ และคณะ. (2555). การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่รับแรงสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. *FEU Academic Review*. 6(1) มิถุนายน – พฤศจิกายน 2555, 58-59.
- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. (2557). ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทยเติบโตได้รับ AEC. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ: ASEAN+, 3(153).
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546). การวางแผน และพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไซมอน โขติอนันต์ พงษ์ธีพรชนัน. (2559). การสื่อสารการตลาดครบวงจร (IMC Integrated Marketing Communication). สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2559. จาก

<http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/341-icm-integrated-marketing-communication.html>

- ณิชาพิชญ์ กลิ่นชื่น และชวลีย์ ณ ถลาง. (2560). แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(1) เดือนมกราคม-เมษายน 2560. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2561 จาก [http://www.dtc.ac.th/images/journal/Jan-Apr\\_2017/11.pdf](http://www.dtc.ac.th/images/journal/Jan-Apr_2017/11.pdf)
- ติกาหลัง สุขกุล. (2556). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 14(1) มกราคม-มิถุนายน.
- ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2556). *มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัยและสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ*. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2559. จาก <https://www.trf.or.th/re-div3/466-2013-12-04-06-27-12>
- ทิพย์สุดา ดำรงหัส. (2546). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2557). *แนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย*. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2561. จาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2014/menu-2014-oct-dec/615-42557-reform>
- ชนวัต คองประเสริฐ และคณะ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประเภทนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 31(2) เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2557 สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2561 จาก [https://www.tcithaijo.org/index.php/jms\\_psu/article/view/63480](https://www.tcithaijo.org/index.php/jms_psu/article/view/63480)
- ธนินนุช เจริญชี. (2558). *เครื่องมือการสื่อสารการตลาดกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร*. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตรรัฐ ธรรมจง. (2553). การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์. *วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน*. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉีทัช สุขสาม. (2557). *ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว (Travel Marketing Mix)*. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2561. จาก <http://luangprabangtour.com/ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด/>
- ธีระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ. (2557). การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นในตลาดท่องเที่ยวไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา*, 6(1).
- นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(2) เมษายน – มิถุนายน 2557. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2561 จาก [http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/362/1\\_19.pdf](http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/362/1_19.pdf)
- นัฐพร เกิดกลาง และคณะ. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*. *บทความวิชาการ*. 2(1) มกราคม 2553.
- นิตา ชัยกุล. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: วี. พรินท์ (1991).

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- เบญจวรรณ สุจริต. (2554). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย จังหวัดอุดรดิตรดิตถ์. *วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน*, 4(1), 64.
- ปรารณา ศิริเบ็ญนรัต. (2553). *รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญในเขตเทศบาล จังหวัดนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปิยฉัตร ทองแพง. (2554). รูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง. *วารสารศรีวันลััยวิจัย*. 1(2).
- พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร. (2558). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พลอยระพี ชลวนิช. (2555). *แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัททิศร์ โชคอนันต์ตระกูล. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2557). *รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2557*. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2559. จาก [https://www.m-society.go.th/article\\_attach/16057/19114.pdf](https://www.m-society.go.th/article_attach/16057/19114.pdf)
- รัฐวิทย์ ทองภักดี. (2558). *กลยุทธ์การตลาดสำหรับการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2561. จาก <http://www.smethailandclub.com/marketing-893-id.html>
- รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ. (2544). *การท่องเที่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม*. *จุลสารการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ.
- วรลักษณ์ ตันติมังกร. (2549). *กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณากับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ศรีวรภาพ คำอ่อง และคณะ. (2554). รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุดรดิตรดิตถ์. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตรดิตถ์. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตรดิตถ์*, 1(1) กรกฎาคม-ธันวาคม.
- ศรีเรือน แก้วกั้วาล. (2553). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย วัยรุ่น-วัยผู้สูงอายุ เล่มที่ 2*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภมณฑา สุภานันท์. (2557). การสื่อสาร อัตลักษณ์ และประสบการณ์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทย. หลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สิริคนางค์ ปานศรี. (2549). *ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุกริต ภูมิศรีชาญ. (2557). *ยุทธศาสตร์การสื่อสารองค์กร*. สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2559. จาก <http://prezi.com/qrjy4z1tdlkw/presentation/>
- สุชาดา นิมหิรัญวงษ์. (2544). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาประชากรศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุชาดา ทวีสิทธิ์ และสวรัย บุญยमानนท์. (ม.ป.ป.). *ประชากรและสังคม 2553: คุณค่าผู้สูงอายุในสายตาสังคมไทย*. (15-28). นครปฐม: สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม.
- สุรีย์ บุญญานพวงศ์ และกรวรรณ สังขกร. (2555). *การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism*. สมยศ รัตนกมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. (2559). *นักท่องเที่ยวสูงอายุ: กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว*. วารสารปัญญาวิวัฒน์.
- สมพร ปานยินดี และคณะ. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม กรณีศึกษาตอนหอยหลอด*. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554. เอกสาร. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2560. จาก [https://cscd.kku.ac.th/2016/uploads/proceeding/190811\\_161559.pdf](https://cscd.kku.ac.th/2016/uploads/proceeding/190811_161559.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2559 ของ สศช. สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2559. จาก <http://dmcrth.dmcr.go.th/downloadNw.php?WP=pUqgoap4GQqgG2rDqYyc4UuepPMgZUplGQWgG2rDqYyc4Uux>
- สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. สืบค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2560. จาก [https://mba.kku.ac.th/journal/allimages/pdf/iM12jC3hod\\_07-Suree.pdf](https://mba.kku.ac.th/journal/allimages/pdf/iM12jC3hod_07-Suree.pdf)
- หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว-การตลาดการท่องเที่ยว. (2559). สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2559. จาก <https://sites.google.com/site/fhdfh656/kar-tiad-pheux-xu-sa-hkr-rm-kar-thxng-theiyw>.
- อิรววัฒน์ ชมระกา และคณะ. (2551). *รูปแบบการจัดการเครือข่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ และองค์กรท้องถิ่น*. อุตรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

### บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Belch, G.E., & Belch M. A. (2004). *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications Perspective*. (6<sup>th</sup> ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2010). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. (7<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.

- Craig, G. J. (1991). *Human development*. (6 ed.) New Jersey; Prentice Hall.
- Duncan, T. & Moriarty, S. (1998). Communication-based marketing model for managing relationships. *Journal of Marketing*, 62, 1-13.
- Duncan, T. (2005). *Principles of Advertising & IMC*. (2<sup>nd</sup> ed.) New York, NJ: McGraw-Hill.
- Esichaikul, R. (2012). Travel motivations, behavior and requirements of European senior tourists to Thailand. *Journal of Tourism and Cultural Heritage*, 10(2), 47-58.
- Fleischer & Pizam. (2002). Tourism constraints among Israelie seniors. [doi: DOI:10.1016/S0160-7383(01)00026-3]. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 106-123.
- Hatch, M. J. & Schultz, M. (2001). Bringing the Corporation into Corporate Branding. *European Journal of Marketing*, 37(7/8), 1041–1064, VA, USA.
- Hsu, C. H. C., Cai, L. A., & Wong, K. K. F. (2007). A model of senior tourism motivations- Anecdotes from Beijing and Shanghai. *Tourism management*, 28 (5), 1262-1273. Doi: 10.1016/j.tourman.2006.09.015
- Jang, S., Bai, B., Hu, C., & Wu, C.M.E. (2009). Affect, Travel Motivation, and Travel Intention: a Senior Market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 51-73. Doi: 10.1177/1096348008329666
- Jang, S., & Wu, C.M.E. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism management*, 27(2), 306-316. Doi:10.1016/j.tourman.2004.11.006
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*. (10<sup>th</sup> ed.) New Jersey: Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. (13<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Pearson, Prentice Hall.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing management*. Northwestern University New Jersey. USA.
- Krugman, D. M. et al. (1994). *Advertising: its role in modern marketing*. Fort Worth: Dryden.
- Mill, R C and Morrison, A M. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text*. (2<sup>nd</sup> ed.). New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Mok, C., & Lam, T. (2000). Travel-Related Behavior of Japanese Leisure Tourists: A Review and Discussion. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(1-2), 171-184. doi: 10.1300/j073v09n01\_10
- Sangpikul, A. (2008) Travel motivations of Japanese senior travellers to Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 10(1), 81-94. Doi: 10.1002/jtr.643

- Sellick, M. C. (2004). Discovery, Connection, Nostalgia. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(1), 55-71. Doi: 10.1300/J073v17n01\_04
- Semenik, R.J. (2002). *Promotion and integrated marketing communications*. Cincinnati, Ohio: South-Western Thomson Learning.
- Shimp, T. A. (2000). *Advertising, Promotion, and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communication*. (5<sup>th</sup> ed.). Orlando, FL: Dryden Press.
- Sun, Y.-H. C., & Morrison, A. M. (2007). Senior citizens and their dining-out traits: Implications for restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 26(2), 376-394.