

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). รายงานประจำปี 2552 กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2553, จาก ที่มา  
[http://www.mots.go.th/ewt\\_news.php?nid=230&filename=index](http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=230&filename=index).
- กลุ่มฐานข้อมูลการตลาด สำนักเทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555: Online). <http://marketingdb.tat.or.th/marketingdatabase/index.php>
- กันทิมาลย์ ริมพีชพันธ์. (2549). กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวชายแดน : กรณีศึกษาสะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- กัมปนาท บุญพ้อมี. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตกรณีศึกษา : เกาะล้านตาจังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- กัลยา วานิชบัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). รายงานประจำปี 2552. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิตติบดี คุณโลหิต. (2552). การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กุลนัดดาสุวรรณศรี. (2551). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหาร. ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กุลวดี กุหะโรจนานนท์. (2545). หลักการตลาด. ปทุมธานี : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยลงกรณ์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2549). เทคนิคการเขียนเค้าโครงการวิจัย. นนทบุรี : บริษัทไทเนรมิตกิจ.
- ณัฐพัชร์ ค้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : ประชุมทองพรีนติ้งกรุ๊ป.

- คลชัยบุญขะรัตเวช. (2545). **Sensitivity of Brand Building** วิธีคิดของแบรนด์ต้องไหวตัวตามกระแสโลก. ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2554, จาก ที่มา <http://www.brandage.com>.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2547). **ความภักดีของลูกค้ารูปแบบกลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการบริหารคุณค่าตราสินค้าตามระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์.** ปรัชญาดุสิตบัณฑิต (บริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- \_\_\_\_\_. (2550). **รูปแบบกลยุทธ์การใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการบริหารคุณค่าตราสินค้าตามระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์.** ปรัชญาดุสิตบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภาพรรณ พงศ์กัญญาโอภาส. (2552). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของตราผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณี A.** วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
- นันทน์ภัสสรธรรมาผล. (2552). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการให้บริการของท่าเรือท่องเที่ยวเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี.** วิทยานิพนธ์ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนเรศวร.
- ประชา มาลินนท์. (2548). **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่).** ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2554, จาก ที่มา <http://thai.tourismthailand.org/about-tat>.
- ปิยพร อนุสาร. (2549). **บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบที่พยากรณ์ความภักดีต่อตราสินค้าในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคสตรีในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เปรมจิต ทานูรี. (2549). **กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรสิริทิวารวรรณวงศ์. (2546). **เอกสารการสอนวิชาหลักการบริหาร.** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- มินา อ่องบางน้อย. (2553). **คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจ และความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า CAT CDMA (แคท ซีดีเอ็มเอ).** ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ยุทธไกรวรรณ. (2550). การสร้างเครื่องมือวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.
- ยุพาวรรณวรรณวานิชย์. (2551). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ลักษณะลิตะยุทธโยธินและอภิสิทธิ์ฉัตรทนานนท์. (2548). “การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า... เครื่องมือเชิงกลยุทธ์สู่ชัยชนะในสงครามการตลาดปัจจุบัน.” วารสารบริหารธุรกิจ. 105, 55-72.
- รวรัตน์ สุวรรณภักดี. (2547). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อยจังหวัดพัทลุงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อยจังหวัดพัทลุง. ปรินิพนธ์ปริญญาม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิทวัส ชัยปานิ. (2548). สร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : มติชน.
- วิเศษพรรณ เลาหวนิช. (2553). ทศนคติและความพึงพอใจที่มีผลต่อระดับความภักดีตราสินค้าของโทรศัพท์มือถือไอโฟน(iPhone) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี. วิทยาลัยนวัตกรรมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรายุทธศิริไปส์. (2550). การรับรู้การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเบียร์สิงห์ไลท์เปรียบเทียบกับเบียร์ช้างไลท์. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีกัญญามงคลศิริ. (2547). **Brand Management**. กรุงเทพฯ : เลิฟแอนด์ลิฟ.
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2546). สร้างแบรนด์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พริตติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ศิริวรรณเสวีรัตน์และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- \_\_\_\_\_. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- \_\_\_\_\_. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศิริวรรณเสวีรัตน์. (2546). การบริการการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- \_\_\_\_\_. (2550). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : ธนรัชการ.
- ศิวพร ศรีโรจน์นพคุณ. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในตราสินค้าที่มีต่อสินค้า iPod ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี. วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุภชาติ เกตุแค. (2552). **ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความภักดีต่อตราสินค้า**

**โทรศัพท์มือถือ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา

อุตสาหกรรมและองค์การ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศุภร เสรีรัตน์ และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเทกซ์.

ศุภร เสรีรัตน์. (2546). **การจัดการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ศุภวรรณจิระอร. (2547). "การสร้างคุณค่าให้ตราสินค้า". วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน. 10

(1) : 14-21.

สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. ฉบับปรับปรุงปี 2546. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมบัติกาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : ทำมาดี.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ประกายพริก.

สุภาพรณ พลนิกร. (2549). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : บริษัท โฮลิสติก พับลิชชิ่ง จำกัด

สุรพล เสวตเศรณี. (2554). **แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว 2554**. ค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2554,

จาก ที่มา [www.tourismthailand.org](http://www.tourismthailand.org)

สุศิษฏาอินทรา. (2551). **การสื่อสารตราสินค้ากับความแข็งแกร่งของตราสินค้า “ ดอยคำ ”**.

วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์การตลาด). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ บิซซิเนส เวิร์ด.

เสาวคนธ์ บุญสมชป. (2550). **กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดนครปฐม**.

วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการ

ท่องเที่ยว). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.

อดุลย์ จาตุรงค์กุลและดลยา จาคुकกุล. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

\_\_\_\_\_. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : โรง

พิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุชิตศิริกิจ. (2550). **อิทธิพลของคุณลักษณะและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อมูลค่าทุน**

**ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. วารสารพาณิชยศาสตร์

บูรพาปริทัศน์ปีที่ 3(1).

อมรรัตน์ พิณย์กุล. (2549). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าไอศกรีม Swensen's**

**ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด

กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อิสวัต อยู่วิวัฒน์. (2553). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว  
เชิงสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.