



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## บรรณานุกรม

- กมล ชัยวัฒน์. (2551). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารประกอบการสอน).  
พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- \_\_\_\_\_. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารประกอบการสอน).  
พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กรมการท่องเที่ยว. (2560). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2560 - 2564.  
กรุงเทพฯ : พิมพ์ปฏิทินตั้ง.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย  
ปี2560 (จำนวนยอดสะสมเบื้องต้น). (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
[http://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=465&filename=index](http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=465&filename=index). 18 ธันวาคม 2561.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานประจำปี 2559. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- \_\_\_\_\_. (2562). วิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. กรุงเทพฯ :  
กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 12.  
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2554). การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว. กรุงเทพฯ :  
ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ชนกพล ชัยรัตนศักดิ์. (2556). ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย.  
การศึกษาค้นคว้าอิสระ นศ.ม. (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ชวัลรัตน์ ทองช่วย และบำรุง ศรีนวลปาน. (2551). กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ต  
ประเภทเว็บไซต์ของธุรกิจที่มีผลต่อการรับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย. นครศรีธรรมราช :  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- ชาน ถี จิน และพรดี จันทรวชชमान. (2554). “หาหมอกูเกิลดีใหม่ อินเทอร์เน็ตทางเลือกใหม่  
ในการถึงข้อมูลด้านสุขภาพ แต่ก็ต้องรู้จักใช้อย่างชาญฉลาด,” *Reader's Digest*  
สารสาร. 2 (11) : 85 - 92.
- ฐิติช ชูชาติ. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ในโครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติ  
เนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ  
พุทธศักราช 2542. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์.

- เขาวัว โรจนแสง. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 4.  
 นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ครุณี อัสวพรชัย. (2533). การตลาดทางตรง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
<http://www.ismed.or.th/SME2/src/upload/knowledge/1181536762466col1fa5dd>.  
 12 มีนาคม 2562.
- คณธร เพ็ชรณสังกุล. (2556). ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ  
 สาขาวิชาการสื่อสารดิจิทัล มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.  
 (นิเทศศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ดารา ทีปะपाल. (2553). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ถวัลย์ ใจน้อย. (2550). ความพึงพอใจของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.  
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ : ม.ป.ท.
- ทิพวัลย์ จันทร์มะ. (2554). วิเคราะห์หนังสือบันทึงคดีสำหรับเด็กก่อนวัยรุ่นที่ได้รับรางวัล  
 ในการประกวดหนังสือในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2521 - 2544.  
 ปรินญาณีพันธ์ อ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ :  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรกฤต วันตะเมธ. (2557). การสื่อสารการตลาด Marketing Communications. พิมพ์ครั้งที่ 2.  
 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี : เฟิร์นข้าหลวง  
 พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. (2545). การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักงาน  
 พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- ประวีณา เกษนาค. (2556). ปัจจัยสำคัญต่อการโฆษณาบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ. ขอนแก่น :  
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 4.  
 นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- บุญญพัฒน์ อนันตธนวิทย์. (2558). การศึกษาและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์  
 ภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา จังหวัดอ่างทอง. ปรินญาณีพันธ์ ศป.ม.  
 (นวัตกรรมและการออกแบบ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรพิไล เลิศวิชา. (2544). มัลติมีเดียกับโรงเรียนในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ :  
 ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.

- พิมลพรรณ จันทร์เจริญ และกิตติมา ชาญวิชัย. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการตลาดของสถาบันแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร. 11 (ฉบับพิเศษ) : 73 - 86.
- ภูริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา. (2561). การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก. คุุณภูมิตต ปร.ด. (นิเทศศาสตร์นวัตกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- รติวัลย์ วัฒนสิน. (2555). “การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ : มุมมองของผู้บริโภคและผู้บริหาร,” วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. 8 (2) : 153 - 173.
- รุ่งรัมย์ อังรัมย์ และณัฐภัสส์ชุตตา วิจิตรจามรี. (2555). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกรับบริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. นครปฐม : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- ศิรสา สอนศรี. (2541). การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของสำนักงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เศรษฐพงษ์ มะลิสูวรรณ. (2553). เครือข่ายสังคม (Social Networking). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://vcharkarn.com/varticle/40698>. 17 เมษายน 2562.
- สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนา กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก พ.ศ. 2558 - 2561. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.eastosm.com>. 14 มีนาคม 2562.
- สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). โครงการพัฒนาการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2543). การประเมินโครงการ:แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุวีณา ดั่งโพธิ์สุวรรณ. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (เอกสารการสอน). พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- \_\_\_\_\_. (2546). หลักการโฆษณา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสาร.

- อภิขญา ฌัฐพงศ์พฤทธิ. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว จากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิรัตน์ สงสุข. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา. ปรินญาณิพนธ์ บช.ม. (การจัดการธุรกิจโลก). ชลบุรี : วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อานนท์ หวังสว่างกุล. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ ต่อสื่อออนไลน์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกรัตน์ ลตวรรษ. (2550). การใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการตลาดเพื่อโลกสีเขียว ของเดอะบอดีชี้อป. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- Adrian Palmer and Nicole Koenig-Lewis. (2009). “An Experiential, Social Network based Approach to Direct Marketing,” **International Journal of Direct Marketing**. 3 (3) : 138.
- Ana Luisa delclaux Bravo. (2008). **Sustainable Cultural Tourism**. XIII World Congress of Friends of Museums, Jerusalem, September. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Badan, B.S. (2004). **Ecotourism**. New Delhi : Kanishka Publishers and Distributors.
- Bennett, P.D. (1993). **AMA Dictionary of Marketing Terms**. Chicago : McGraw - Hill.
- Bick, G., Jacobson, M.C. and Abratt, R. (2003). The Corporate Identity Management Process Revisited. **Journal of Marketing Management**. 19 (7 - 8) : 835 - 855.
- Bilgihan, A., and Bujisic, M. (2015). “The Effect of Website Features in Online Relationship Marketing: A Case of Online Hotel Booking,” **Electronic Commerce Research and Applications**. 14 (4) : 43.
- Bramwell B. and Alletorp L. (2001). “Attitudes in the Danish Tourism Industry to the Roles of Business and Government in Sustainable Tourism,” **International Journal of Tourism Research**. 3 (2) : 91 - 113.
- Brown, J., Broderick, A. and Lee, N. (2007). “Word of Mouth Communication within Online Communities: Conceptualizing the Online Social Networking,” **Journal of Interactive Marketing**. 21 (3) : 2 - 20.
- Byrd, E.T, Cárdenas, D.A. and Greenwood, J.B. (July 2006). การวิจัยการท่องเที่ยวและการบริการ. 8 (3) : 74.

- Castronovo, C. and Huang, L. (2012). Social Media in an Alternative Marketing Communication Model. **Journal of marketing Development and Competitiveness**. 61 (1) : 117 - 131.
- Chaffey, D., Mayer, R., Johnston, K. and Ellis-Chadwick, F. (2000). **Internet Marketing, Strategy, Implementation and Practice**. Edinburgh : Pearson Education.
- Connell, J, Page S.J. and Bentley, T. (2009). "Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand : Monitoring Local Government Planning under the Resource Management Act," **Tourism Management**. 30 (6) : 867 - 887.
- DeNoyelles, A. and Seilhamer, R. (2015). "Facilitating Professional Development of Mobile and eTextbook Technologies: A Special Interest Group Approach," **Journal of Applied Research in Higher Education**. 7 (1) : 55 - 67.
- Ellsworth, J.H. and Ellsworth, M.V. (1995). **Marketing on the Internet : Multimedia Strategy for the World Wide Web**. New York : John Wiley & Son, Inc.
- Ferrell, O.C. and Hartline, M.D. (2007). **Marketing Strategy**. Mason, OH : Thomson Higher Education.
- Goeldner, C.R. and Ritchie J.R. Brent. (2006). **Tourism, Practice, Philosophies**. 10th eds. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Holden, Andrew. (2000). **Environment and Tourism**. London : Routledge.
- Hunter, C.J. and Shaw, J. (2005). **The Ecological Footprint as a Key Indicator of Sustainable Tourism**. London : The Chaucer Press Publication.
- Hwang, Y.H. and Cho, Y.H. (2005). "The Influence of Online Community's Functions on Members' Attitude Toward the Community and Off-line Meetings," **Korea Tourism and Leisure Research**. 17 (4) : 141 - 159.
- Joiner Richard, and et al. (2005). "Gender, Internet Identification, and Internet Anxiety : Correlates of Internet Use. **Cyberpsychol Behav**. 8 (4) : 371 - 378.
- Jurowski, C and Omotayo Brown, D. (2001). "A Comparison of the Views of Involved Versus Noninvolved Citizens on Quality of Life and Tourism Development Issues," **Journal of Hospitality & Tourism Research**. 25 (4) : 355 - 370.
- Kim, Heejun and Fesenmaier, Daniel R. (2008). "Persuasive Design of Destination Web Sites: An Analysis of First Impression," **Journal of Travel Research**. 47 (1) : 3 - 13.

- Kim, Kyungmi. (2002). **The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Life of Residents in the Community**. Doctoral dissertation, Ph.D. (Hospitality and Tourism Management). Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg : Virginia.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (1997). **Marketing An Introduction**. 4th eds. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- \_\_\_\_\_. (2001). **Principles of Marketing**. 9th eds. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- \_\_\_\_\_. (2004). **Principles of Marketing**. 4th eds. New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control**. 9th eds. New Jersey : A Simon & Schuster Company.
- \_\_\_\_\_. (2003). **Marketing Management**. 11th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice - Hall.
- Latkova, Pavlina. (2008). **An Examination of Factors Predicting Residents' Support For Tourism Development**. New York : McGraw - Hill.
- Madupu, V. (2006). **Online Brand Community Participation : Antecedents and Consequences**. Doctoral dissertation, Ph.D. (Marketing). The University of Memphis, Tennessee : The United States of America.
- Malhotra, R.K. (1998). **The Evaluation of Social Media Effect on Marketing Communication**. England : Prentice Hall.
- McIntosh, R.W. and Goeldner, C.R. (2000). **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**. 4th eds. New York : John Wiley & Sons.
- Messerli, H.R. (1993). **Tourism Area Life Cycle Models and Residents' Perceptions: The Case of Santa Fe, New Mexico**. Doctoral dissertation, Ph.D. (Tourism Management). Cornell University, New York : The United States of America.
- Middleton, Victor T.C. (1994). "Marketing implications for attractions," **Tourism Management**. 10 (3) 18 - 35.
- Milne, A. and Mason, D. (2000). "Tourism, Web - raising and Community Development," In P.J. Sheldon & K. Wober & D. R. Fesenmaier (EDs.), **Proceeding of Information and Communication Technologies in Tourism 2001**. (pp. 283 - 293). Vienna : Springer.

- Noiwan, J. (2002). **Animated Banner Graphic Colors: The Effect on Attention and Perceived Usability Between American and Thai Users**. Doctoral dissertation, Ph.D. (Information Systems). University of Maryland, Baltimore : The United States of America.
- Pickton, D., and Broderick, A. (2005). **Integrated Marketing Communications**. 2nd eds. London : FT Prentice Hall.
- Pin-Ju Juan and Hui-Mei Chen. (2011). **Taiwanese Cruise Tourist Behavior during Different Phrases of Experience**. Article first published online : 23 November 2011.
- Reid and Bojanic. (2001). **Hospitality Marketing Management**. 3rd eds. New York : J. Wiley.
- Robert, A. P. (1987). Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand : Monitoring Local Government Planning under the Resource Management Act. **Tourism Management**. (30) : , 2019, p. 16.
- Roney, S.A. and Oztin, P. (2008). "Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students : A Case Study in Turkey," **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**. 6 (1) : 92 - 106.
- Schwartz, Z., W. Stewart and E.A. Backlund. (2012). Visitation at Capacity-constrained Tourism Destinations: Exploring Revenue Management at a National Park. **Tourism Management**. 33 (3) : 500 - 508.
- Simon Kemp. (2019). **Digital 2019 : Global Digital Yearbook**. (Online). Available : <https://datareportal.com/reports/digital-2018-global-digital-yearbook>. 10 June 2019.
- The Tourism e-Kit. (2010). **Adoption of Web 2.0 by Tourism Businesses in NSW**. Sydney : Tourism New South Wales.
- Thomas, R.N., Pigozzi, B.W. and Sambrook, R.A. (2005). "Tourist Carrying Capacity Measures: Crowding Syndrome in the Caribbean," **The Professional Geographer**. 57 (1) : 200 - 208.
- United Nations World Tourism Organization : UNWTO. (2017). **Tourism Highlights 2017 Edition**. Available : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>. 14 March 2019.
- Weaver, D.B. (2000). **Tourism Management**. Queensland : John Wiley & Sons Ltd.

- World Tourism Organization. (2012). **UNWTO Annual Report 2011**. Madrid Spain :  
World Tourism Organization.
- \_\_\_\_\_. (2017). **Tourism 2020 Vision**. Madrid : WTO.
- Yoon and Uysal. (2002). “Marketing Implications for Attractions,” **Tourism Management**.  
10 (3) : 121.
- Yooshik Yoon. (2002). **Feeling the Sense of Community in Social Net Working Usage**.  
IEEE Transactions on Engineering Management. (Online). Available :  
[https://www.researchgate.net/publication/224579922\\_Feeling\\_the\\_Sense\\_of\\_Community\\_in\\_Social\\_Networking\\_Usage](https://www.researchgate.net/publication/224579922_Feeling_the_Sense_of_Community_in_Social_Networking_Usage). 14 March 2019.
- Zhang, Z.J. (2010). “Feeling the Sense of Community in Social Networking Usage,” **IEEE Transactions on Engineering Management**. 57 (2) : 225 - 239.