



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- Abazari, Y., & Brojeni, M. K. (2017). Social media and political engagement: A case study of Iran's 2016 elections. *Journal of Asian and African Studies*, 52(4), 512–528.
- Anderson, B. R. O. G. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism* (Rev. ed.). London: Verso.
- Braddock, R. (1958). An extension of the Lasswell formula. *Journal of Communication*, 8(2), 88–93.
- Carey, J. R. (1989). *Communication as culture: Essays on media and society*. Boston: Unwin Hyman.
- Chen Si, & Zhao Xin. (2019). การสร้างแบรนด์และการเผยแพร่เกาะท่องเที่ยวนานาชาติไหหลำ. *การสื่อสารร่วมสมัย*, (6), 37–41.
- CHEN,L.,& ZHANG,W. (2022). Research on cultural tourism communication strategies. *Cultural Communication*, 37(2), 45-58.
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory into Practice*, 39(3), 124–130.
- Ding Yuanzhu . (2020). การศึกษานโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่มีตัวตนอย่างเป็นระบบในช่วงแผนห้าปีที่ 14 , *การจัดการโลก*, 36(11), 22-35
- Du Mengqi, Fen Xingfu, & Chen Qingyun. (2023). กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในเขต Greater Bay ของมณฑลกว่างตุง ฮ่อกง และมาเก๊า. *การบริหารประเทศจีน*, 13(2), 154–156.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fan Xingchao, Liu Shuhua, & Li Lili. (2021). การอภิปรายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะในพื้นที่ชนกลุ่มน้อย: การนำมณฑลยูนนานเป็นตัวอย่าง. *ชายแดนทางสังคมศาสตร์*, 8(3), 547–552.
- Fang Shiqiao & Ma Yueyu. (2018). การศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมแห่งชาติของมณฑลกว่างสี. *วารสารสถาบันอาชีวศึกษาและเทคโนโลยี*, 18(2), 107–109.
- Feng Jiyuan. (2012). การท่องเที่ยวมรดกโลก: ระหว่างอุดมคติและความเป็นจริง. *วารสารการท่องเที่ยว*, 27(4), 4–5.
- Feng Shuhua, & Sha Run. (2007). การสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบการประเมินความพึงพอใจของ “ความจริง–ความพึงพอใจ” ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวหมู่บ้านโบราณ. *ภูมิศาสตร์มนุษย์*, 22(6), 85–89.

- Fill, C., & Turnbull, S. L. (2016). *Marketing communications: Brands, experiences and participation* (7th ed.). Pearson.
- Fill, C., & Turnbull, S. L. (2016). *Marketing communications: Brands, experiences and participation* (7th ed.). Pearson.
- Frijda, N. H., & Zeelenberg, M. (2001). Appraisal: What is the dependent? In K. R. Scherer, A. Schorr, & T. Johnstone (Eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 141–155). Oxford University Press.
- Gao Chunping. (2020). การวิจัยเกี่ยวกับการบูรณาการการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของแม่น้ำเหลืองและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในมณฑลซานซี. *ปัญหาทางเศรษฐกิจ*, 20(7), 106–115.
- Gerald E. Dara. (2012). คู่มือการปฏิบัติทางสถิติ. บอสตัน: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยทัฟส์.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. E. (2012). *Applied thematic analysis*. Sage Publications.
- Guo Di, Lu Xiaobo, & Ding Yujun. (2015). การทบทวนการวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศในการท่องเที่ยวในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา. *การศึกษาในภูมิภาคโลก*, 17(2), 148–157.
- Guo Di, Lu Xiaobo, & Ding Yujun. (2015). การทบทวนการวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศในการท่องเที่ยวในทศวรรษที่ผ่านมา. *ภูมิศาสตร์ของโลก*, 24(2), 148–157.
- Guo Shu. (2014). การตีความทางเศรษฐศาสตร์ของความสัมพันธ์ในแนวยวระหว่างห่วงโซ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. *การวิจัยทางเศรษฐกิจและการจัดการ*, 14(7), 91–93.
- Guo Wei, Hao Juan, & Wang Hill. (2011). การศึกษารูปแบบเชิงพื้นที่ของเมืองท่องเที่ยวในภูมิภาคขึ้นอยู่กับการประเมินระดับนิเวศวิทยา. *วารสารระบบนิเวศเศรษฐกิจ*, 2(3), 126–129.
- Guo Xinjiu. (2023). กลไกเชิงตรรกะและเส้นทางนวัตกรรมของเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการบูรณาการเชิงลึกระหว่างวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว. *Nanjing Social Science*, 5(11), 147–154.
- Hainan Provincial Department of Tourism, Culture, Radio, Television and Sports. (2025). *Hainan Provincial Tourism, Culture, Radio, Television and Sports Government Work Report*. Hainan Provincial People's Government.
- Hall, S. (1973). การเข้ารหัสและการถอดรหัสในการสนทนาทางโทรศัพท์. *เบอร์มิงแฮม: ศูนย์วิจัยวัฒนธรรมร่วมสมัย*.
- Hanna, S., Rowley, J., & Keegan, B. (2011). Place branding: The challenges of getting it right. *Journal of Place Management and Development*, 4(1), 5–16.

- Hanna, S., Rowley, J., & Keegan, B. (2011). Place branding: The challenges of getting it right. *Journal of Place Management and Development*, 4(1), 5–16.
- Hou Shuang, Liu Aili, & Huang Hong. (2019). แนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจีน. *วารสารมหาวิทยาลัยทุนกตติ (ฉบับวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ)*, 11(4), 58–66.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jiang Huifeng. (2020). การประสานงานของห่วงโซ่อุปทาน: มุมมองใหม่ของการปฏิรูปด้านอุปทานของอุตสาหกรรมบูรณาการในเมืองฉางโจว. *วารสารสถาบันเทคโนโลยีฉางโจว*, 2(6), 56–61.
- Jiang Huifeng. (2020). การประสานงานของห่วงโซ่อุปทาน: มุมมองใหม่ของการปฏิรูปด้านอุปทานของอุตสาหกรรมบูรณาการในเมืองฉางโจว. *วารสารสถาบันเทคโนโลยีฉางโจว*, 20(6), 56–61.
- Jiang Taiqin, Dong Beihai, & Yang Jian. (2024). ความซับซ้อนของการวิจัยและข้อค้นพบในการศึกษาการท่องเที่ยวภูมิทัศน์วัฒนธรรมของจีน. *แนวโน้มการท่องเที่ยวและโรงแรม*, 18(4), 91–109.
- Jones, P. A. (2022). Authenticity and commodification in cultural tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 17(3), 312–328.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite: The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite: The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Lasswell, H. D. (1948). โครงสร้างและการทำงานของสารสื่อสารทางสังคม. *การทบทวนสังคมวิทยาอเมริกัน*, 13(6), 551–558.
- Li Heng. (2013). การสำรวจตลาดการท่องเที่ยวและการคาดการณ์. ปักกิ่ง: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยชิงหัว.
- Li Hua, & Chloe Wang. (2021). การวิจัยเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันและการตอบโต้การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดไหหลำ. *วารสารมหาวิทยาลัยปักติไหหลำ (วิทยาศาสตร์สังคม)*, 34(2), 55–62.
- Li Jinsha. (2021). รายงานการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจีน ปี พ.ศ. 2552. ปักกิ่ง: มหาวิทยาลัยปักกิ่ง.
- Li Ping. (2024). สถานการณ์ปัจจุบันและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบูรณาการวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว: จากการศึกษาเชิงประจักษ์ใน 31 จังหวัด (เมือง). *อินส์สำนักพิมพ์*, (2), 1–3.

- Li Shuxin, Zhang Haiqin, & Guo Shili. (2020). การศึกษาการก่อสร้างห่วงโซ่อุตสาหกรรมพิวชั่นและการเพาะปลูก. แนวตั้งและแนวนอนสังคมศาสตร์, 8(7), 54–57.
- Li Shuxin, Zhang Haiqin, & He Chunyan. (2020). การก่อสร้างและการเพาะปลูกห่วงโซ่อุตสาหกรรมพิวชั่นจากมุมมองของนิเวศวิทยาอุตสาหกรรม. วารสารมหาวิทยาลัย Taishan, 2(5), 36–40.
- Li Suxin, Zhang Haiqin, & Guo Shili. (2020). การศึกษาการก่อสร้างห่วงโซ่อุตสาหกรรมพิวชั่นและการเพาะปลูก. แนวตั้งและแนวนอนสังคมศาสตร์, 2020(7), 54–57.
- Li Yanheng. (2020). การวิจัยเกี่ยวกับประสบการณ์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลของมรดกทางวัฒนธรรม. ฐานข้อมูลข้อความฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ปริญญาโทจีน, 10(5), 1–105.
- Li Zhonghua, Chen Xiangbao, Zhao Xingguo, et al. (2020). การออกแบบห่วงโซ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในชนบทในพื้นที่ชนกลุ่มน้อยจากมุมมองของการผสมผสานของวัฒนธรรมและวัฒนธรรม: กรณีศึกษาเมืองสีทองสีน้ำตาลในเมืองซีเตียน. การวิจัยนวัตกรรมอุตสาหกรรมการศึกษา, 2(12), 34–35, 55.
- Li, M., & Wang, F. (2019). Research on communication strategies for the health tourism market. Tourism Science, 34(4), 78–92.
- Li, M., & Wang, F. (2019). Research on digital tourism communication strategies. Tourism Science, 34(3), 67–82.
- Li, Xiaowei, Zhang, Yining, & Chen, Lin. (2021). Integrating deductive and inductive approaches in mixed methods research: A pragmatic framework for social science inquiry. Journal of Mixed Methods Research, 15(3), 356–375.
- LI,H.,& WANG,F. (2023). Research on socialized tourism communication strategies. Brand Management, 38(1), 56-72.
- LI,M.,& WANG,F. (2019). Research on communication strategies for cultural tourism market.Tourism Science, 34(5), 78-92.
- LI,Q.,& ZHANG,M. (2023). Research on data-driven tourism communication strategies.Data-Driven Communication, 8(4), 56-72.
- Liang Xiesong, & Ma Yaofeng. (2008). การวิจัยเกี่ยวกับการตั้งค่าการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว: การนำนักท่องเที่ยวผู้อพยพบนเส้นทางผ้าไหมเป็นตัวอย่าง. เศรษฐกิจการค้าและการจัดการ, 5(5), 69–73.
- Liang Xiesong, & Ma Yaofeng. (2008). การวิจัยเกี่ยวกับการตั้งค่าการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว: การนำนักท่องเที่ยวผู้อพยพบนเส้นทางผ้าไหมเป็นตัวอย่าง. เศรษฐกิจการค้าและการจัดการ, 5(5), 69–73.
- Liao Renjing, Li Qian, Zhang Jie, et al. (2009). การศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความถูกต้องของย่านประวัติศาสตร์ในเมือง: กรณีศึกษาหนานจิงเหมียวต. วารสารการท่องเที่ยว, 24(1), 55–60.

- Liu Yan, & Miming Rui. (2023). การศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวสีแดงในเขตพันธมิตรชิงอัน. วารสารวิทยาลัยโหลนเปย์, 23(4), 79–84.
- Long Yao. (2023). การวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในไหหลำ. วารสารธุรกิจสมัยใหม่, (3)14, 114–119.
- Ma Yong. (2019). จากภูมิภาคไปสู่พื้นที่: การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว. วารสารการท่องเที่ยว, 34(4), 7–9.
- ma zhiyuan,Liu yueyao. (2020). การวิจัยเกี่ยวกับการฟื้นฟูชนบทและการอนุรักษ์และการพัฒนาวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม, มรดกทางวัฒนธรรม, 3(2),19-29
- MacCannell, D. (1976). The tourist: A new theory of the leisure class. New York: Schocken Books.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). คุณลักษณะการตั้งวาระสำหรับสื่อมวลชน. ความคิดเห็นของประชาชนรายไตรมาส, 36, 176–187.
- Ning Zequn, & Jin Shan. (2008). พื้นที่ศิลปะ 798 เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกรุงปักกิ่ง: มุมมองของตลาดที่เกิดขึ้นเอง. วารสารการท่องเที่ยว, 23(3), 57–62.
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. International Journal of Qualitative Methods, 16(1), 1–13.
- Ouyang Honggang, Dai Meiling, Wang Rong, et al. (2021). ความคืบหน้าของการวิจัยการท่องเที่ยวในประเทศจีนเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่มีตัวตน. ภูมิศาสตร์และวิทยาศาสตร์สารสนเทศภูมิศาสตร์, 37(5), 124–132.
- Ozkul Gokgur, Didem Boyacioglu, Ebru Elgoz Callahan, & Planita Shrestha. (2024). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและความยืดหยุ่นของชุมชนชนบท: กรอบแนวคิดและการประยุกต์ใช้. วารสารการวิจัยชนบท, 10(13), 103211–103238.
- Patton, M. Q. (2002). Qualitative research & evaluation methods (3rd ed.). Sage Publications.
- Patton, M. Q., & Spencer, D. D. (2011). Developmental evaluation: Applying complexity concepts to enhance innovation and use. Guilford Press.
- Pulizzi, J. (2012). The rise of storytelling as the new marketing. Publishing Research Quarterly, 28(2), 116–123.
- Qian Qi. (2019). การสื่อสารการท่องเที่ยวและการสร้างแบรนด์ระดับภูมิภาค: กรณีศึกษาจังหวัดไหหลำ. นิตยสารท่องเที่ยว, 34(2), 45–52.
- Richards, G. (2011). Cultural tourism trends in Europe: A context for the development of cultural routes. Journal of Tourism Consumption and Practice, 3(1), 1–17.
- Richards, G. (2011). Cultural tourism trends in Europe: A context for the development of cultural routes. Journal of Tourism Consumption and Practice, 3(1), 1–17.

- Roseman, I. J., & Smith, C. A. (2001). Appraisal theory: Overview, assumptions, varieties, controversies. In K. R. Scherer, A. Schorr, & T. Johnstone (Eds.), *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research* (pp. 3–19). Oxford University Press.
- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F. (1993). *Integrated marketing communications: Pulling it together and making it work*. Chicago: NTC Business Books.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). ทฤษฎีทางคณิตศาสตร์ของการสื่อสาร. *อเมริกันวารสารเทคโนโลยีระบบเบลล์*, 27(3), 379–423.
- Shi Peihua, & Wang Lijin. (2023). ความคืบหน้าของการวิจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของแม่น้ำเหลืองและการสร้างกรอบทางทฤษฎี: จากการศึกษาเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ. *ภูมิศาสตร์และสารสนเทศภูมิศาสตร์*, 23(3), 107–116.
- Simon, H. A. (2022). *วิทยาศาสตร์ใหม่ในการตัดสินใจด้านการจัดการ*. ปักกิ่ง: สำนักพิมพ์วิทยาศาสตร์สังคมแห่งประเทศจีน.
- Smith, A., & Johnson, B. (2018). *Sustainable tourism monitoring and evaluation: A global framework*. CABI Publishing.
- Smith, A., Brown, C., Davis, R., Wilson, E., & Lee, M. (2018). Community engagement in eco-tourism planning. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 301–318.
- Sun Ba. (2020). การวิจัยกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ของเกาะท่องเที่ยวนานาชาติไหหลำ. *การสื่อสารร่วมสมัย*, (8), 112–116.
- Sun Mengyang, Shi Meiyu, & Yi Jin. (2015). การศึกษารูปแบบความสมดุลของผลประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่มีตัวตน. *การวิจัยเชิงพาณิชย์*, 2015(9), 171–178.
- Taylor, R. D., Williams, S. E., & Brown, M. J. (2016). *Community-based tourism development: Theory and practice in the 21st century*. Routledge.
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Wang Haxia. (2020). การท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่มีตัวตนจากมุมมองทางมานุษยวิทยา. *สังคมศาสตร์บ้าน*, 2020, 107–112.
- Wang Li. (2020). การรวมกลุ่มข้ามพรมแดนและสิ่งทอกลุ่มอุตสาหกรรมกลายเป็นรีสอร์ทพักผ่อนหย่อนใจ. *วารสารสิ่งทอและเสื้อผ้าสัปดาห์*, 20(20), 20–21.
- Wang Xiaoqin, & Liu Jun. (2005). เกี่ยวกับการแบ่งแยกและบูรณาการของการจัดการและเศรษฐศาสตร์. *การจัดการทางสังคมศาสตร์และความคิดเห็น*, 28, 20–24.
- Wang Yiping, Bai Binyao, & Xu Hongji. (2015). ผลกระทบของความรับผิดชอบต่องานของวิสาหกิจ ขนาดเล็กในการท่องเที่ยวในมรดกเพื่อการจัดการที่ยั่งยืน. *วารสารการท่องเที่ยว*, 30(9), 25–33.

- Wang, G. (1999). China and the Chinese overseas. Singapore: Times Academic Press.
- Wang, L., & Zhang, H. (2018). Research on communication strategies for the senior tourism market. *Tourism Tribune*, 33(6), 45–58.
- Wang, L., & Zhang, H. (2018). Strategies for tourism market communication targeting youth. *Tourism Journal*, 33(5), 45–52.
- Wang, Y., Smith, A., & Chen, L. (2020). Emergent themes in qualitative inquiry: An inductive approach to complex experiences. Sage Publications.
- WANG,F.,& LI,H. (2023). Research on data-driven tourism communication strategies. *Data-Driven Communication*, 8(2), 45-60.
- WANG,Q.,& LI,M. (2021). Research on communication strategies for high-end tourism market. *Tourism Research*, 36(4), 89-103.
- Week 9. (2021). การวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น. *คู่มือการวิจัยทางเศรษฐกิจ*, 12(3), 37–40.
- Wei Zhi. (2020). การออกแบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสมรรถภาพและฟื้นฟูสมรรถภาพ. *วารสารโลกดิจิทัล*, 19(5), 95-105
- Wei Zhiwei, & Meng Hua. (2021). เกี่ยวกับห้าประเด็นสำคัญในการสร้างแบรนด์สาธารณะของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในภูมิภาค. *การตลาดสมัยใหม่*, 2021(27), 96–97.
- Wen Shixian. (2023). การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ: ความหมาย คุณค่า แรงจูงใจภายใน และเส้นทางการปฏิบัติ. *การศึกษาชาติพันธุ์กุ่มโจว*, 44(5), 103–109.
- Wen Xiu, Li Meiyun & Huang Bin. (2012). การรวมกันของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและศิลปะและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: กระบวนการ รูปแบบ และผลกระทบ. *วารสารสถาบันบริหารมณฑลกว่างตุ้ง*, 2012(4), 75–80.
- WTCF และศูนย์วิจัยการท่องเที่ยว สถาบันวิทยาศาสตร์สังคมแห่งประเทศจีน. (2021). รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจการท่องเที่ยวโลก (2022). ปักกิ่ง: สาธารณรัฐประชาชนจีน.
- WTTC. (2021). ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2521. มาดริด, สเปน: UNWTO.
- Wu Binghu, Ji Fengyi, & Xue Tao. (2021). ผลกระทบทางภูมิศาสตร์ในภูมิภาคของการเปลี่ยนเส้นทางแม่น้ำเหลืองและการกระตุ้นให้เกิดมรดก: การใช้แม่น้ำเหลืองเป็นตัวอย่าง. *การศึกษาคติชนวิทยา*, 2021(3), 5–14.
- Xie Xiaoting. (2018). ผลกระทบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาค. *ฟอร์รัมเศรษฐกิจ*, 33(5), 108–112.
- Xing Bo, Xie Dingding, Li Shihan, & Wang Qingsheng. (2022). การเสริมสร้างความเชื่อมั่นทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคุณภาพสูง: ความก้าวหน้าในการปฏิบัติและการวิจัยด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว. *ชายแดนทางสังคมศาสตร์*, 11(12), 77–90.

- Xiong Xian, Zhu Xi, & Tang Lichun. (2021). ปัญหาการพัฒนาบูรณาการและแนวทางตอบโต้การท่องเที่ยวในไหหลำ. วารสารการท่องเที่ยว, (13), 134–136.
- Xu Dongtao, & Zhang Shuai. (2024, February 8). การแพร่กระจายของความหมายแฝงจะทำลาย “ปริมาณภายใน”. เครือข่ายอุตสาหกรรมจีน. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2024, จาก <https://www.cinic.org.cn>
- Xu Hong, & Zhang Publishing. (2021). การทบทวนและแนวโน้มของการมีส่วนร่วมของชุมชนในประเทศในการวิจัยการท่องเที่ยว: การวิเคราะห์แผนที่ความรู้ด้วย CiteSpace และ VOSviewer. วารสารมหาวิทยาลัยแห่งชาติตะวันตกเฉียงใต้ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 8, 2018–227.
- Zhai Yun. (2023). การศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชนบทตามแนวทางการก่อสร้างชนบทใหม่. ชานซีหนิงเจิ้ง, 2023(4), 8–10.
- Zhang Gongjian & Wang Weiwei. (2010). เกี่ยวกับการก่อสร้างและบูรณาการห่วงโซ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. วารสารยุคธุรกิจ, 10(20), 115–116.
- Zhang Leiling, Yu Li, & Chen Huamin. (2020). การวิเคราะห์รูปแบบการรวมกลุ่มของโรงแรมชาและการวิเคราะห์กลไกจากมุมมองของห่วงโซ่อุตสาหกรรม. ตลาดจีน, 12(31), 57–59, 61.
- Zhang Linling, & Wang Xihua. (2013, August 30). การสื่อสารการท่องเที่ยว: การวิเคราะห์ลักษณะและหน้าที่. เครือข่ายประชาชน. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2024, จาก <https://www.people.com.cn>
- Zhang Wei, & Liu Yang. (2020). การวิจัยยุทธศาสตร์การสื่อสารการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดไหหลำ. การศึกษาการท่องเที่ยว, 12(4), 88–95.
- Zhang Xiaoyan, Li Ming, & Wang Qiang. (2023). การสำรวจแนวโน้มใหม่ในตลาดการท่องเที่ยว. การวิจัยการท่องเที่ยวและการปฏิบัติ, 30(4), 112–128.
- Zhang, W., & Li, N. (2020). Research on communication strategies for cultural tourism market. Tourism Management, 35(5), 112–128.
- Zhang, W., & Li, N. (2020). Research on communication strategies for cultural tourism market. Tourism Tribune, 35(3), 45–58.
- ZHANG,M.,& LI,Q. (2024). Research on communication strategies for family tourism market. Digital Communication, 39(2), 34-48.
- ZHANG,W.,& LI,N. (2020). Research on communication strategies for health tourism market.Tourism Management, 35(3), 112-128.
- Zhao Liu. (2018). การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจีน. ปักกิ่ง: สำนักพิมพ์การท่องเที่ยวจีน.
- Zhao Liu. (2018). การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจีน. ปักกิ่ง: สำนักพิมพ์การท่องเที่ยวจีน.

- Zhou Kai, & Zhang Yan. (2022). หน้าที่และเส้นทางของการสื่อสารทางวัฒนธรรมของมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่มีตัวตน: มุมมองจากวิทยาศาสตร์พิธีกรรม. วารสารมหาวิทยาลัยชานตง (ปรัชญาและสังคมศาสตร์), (4), 40–46.
- แผนกบัญชี. (2020). แลงการณ์ทางสถิติของกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาชนจีน ประจำปี 2552. ปักกิ่ง: กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาชนจีน (PRC).
- กระทรวงทรัพยากรมนุษย์และประกันสังคม. (2021). แลงการณ์สถิติการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความมั่นคงทางสังคม ปี 2020. ปักกิ่ง: ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.
- คณะกรรมการจังหวัดไห่หนานของพรรคคอมมิวนิสต์จีน. (2022). การก่อสร้างท่าเรือการค้าเสรีไห่หล่า (มิถุนายน 2021 – พฤษภาคม 2022). ไห่หล่า: สำนักงานข่าวจังหวัดไห่หล่า.
- คณะกรรมการพัฒนาและปฏิรูปจังหวัดไห่หล่า. (2020). รายงานการดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของไห่หล่าในปี พ.ศ. 2552 และร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2563. ไห่หล่า: ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.
- ศูนย์วิจัยการท่องเที่ยว สถาบันวิทยาศาสตร์สังคมแห่งประเทศไทย. (2024). รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจการท่องเที่ยวโลก (2024). ปักกิ่ง: ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.
- สถาบันการวางแผนและออกแบบการท่องเที่ยวในหนานจิง. (2024, มีนาคม 4). ความสำคัญความหมายแฝงและรูปแบบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบดิจิทัล. การวางแผนการท่องเที่ยวในภาคกลาง. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2024, จาก <https://www.ctplanning.cn>
- สภาแห่งรัฐแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน. (2024). ประกาศของสภาแห่งรัฐเกี่ยวกับการออกแผนพัฒนาการท่องเที่ยว “แผนห้าปีที่ 14” . ปักกิ่ง: กระทรวงการต่างประเทศแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน.
- สวัสดีตอนเช้าสี่ฟ้า. (2023, กุมภาพันธ์ 15). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคืออะไร? รู้จักกันเกือบแล้ว. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2024, จาก <https://www.zhishikanjueliao.com>
- สหพันธ์เมืองท่องเที่ยวโลก และศูนย์วิจัยการท่องเที่ยวของสถาบันวิทยาศาสตร์สังคมแห่งประเทศไทย. (2022). รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจการท่องเที่ยวโลก (2023). ปักกิ่ง: ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.
- สหพันธ์เมืองท่องเที่ยวโลก. (2021). รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจการท่องเที่ยวโลก (2021). ปักกิ่ง: สหพันธ์เมืองท่องเที่ยวโลก.
- สำนักงานรัฐบาลประชาชนจังหวัดไห่หล่า. (2021). ประกาศเกี่ยวกับการออกแผนพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรม กีฬา วิทย์ และโทรทัศน์ในจังหวัดไห่หล่าในช่วงแผนห้าปีที่สิบสี่. ไห่หล่า: รัฐบาลประชาชนมณฑลไห่หล่า.
- สำนักงานสถิติมณฑลไห่หล่า. (2021). สถิติการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติจังหวัดไห่หล่าปี 2020. ไห่หล่า: ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน.