

บรรณานุกรม

- ภาวิดา ธนาัญญทวี. (2559). *มิติกระบวนการตัดสินใจ: นักท่องเที่ยวจีนร่ำรวยเยือนประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- วิทยา สุหฤทธำรง. (2558). *การสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีรพงษ์ รามางกูร. (2562). การฟื้นฟูสมรรถภาพพระยะกลางในผู้สูงอายุ: แนวคิดและการประยุกต์ใช้. *วารสารเวชศาสตร์ฟื้นฟู*, 29(2), 45-54.
- ศุภชัย แจ่มใจ, พิทยา ลิ้มบุตร, และ เอมีล่า แวอีซอ. (2568). อิทธิพลของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวจีน. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 15(1), 65-73.
- สำนักงานคณะรัฐมนตรี. (2568, กรกฎาคม). *ราชกิจจานุเบกษา: รัฐบาลเลื่อนการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวข้ามแดนระหว่างประเทศ*. สืบค้นจาก https://www.thaigov.go.th/news/contents/ministry_details/96638
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *คู่มือการวางแผนการตลาดสำหรับ SME*. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *รายงานภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 4 ปี 2565*. <https://www.nesdc.go.th>
- สำนักเลขาธิการคณะกรรมการกลาง (2568, 30 พฤษภาคม). *นายกรัฐมนตรีเห็นชอบ 5 มาตรการ ดันปี Amazing Thailand Grand Tourism & Sports Year 2025*. สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2568, จาก สำนักเลขาธิการคณะกรรมการกลาง: GCC.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2568). *รายงานโครงการเฉลิมฉลองความสัมพันธ์ทางการทูต 50 ปี ไทย-จีน*. กรุงเทพฯ: สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. (2558). *องค์ความรู้ว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: คู่มือและแนวทางปฏิบัติ*. คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทธิคุณ, พรฟ้า., เลิศไกร, ปัญญา., & หมี่พลัด, นพรัตน์. (2022). รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการสังคมมนุษย์*, 12(2), 1-18.
- สุวิทย์ วงศ์สุรวัฒน์. (2552). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อภิรัตน์ สงสุข. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก มหาวิทยาลัยบูรพา.

- Amonhaemanon, D., & Amornhaymanon, L. (2015). Mainland Chinese tourist behavior and motivations: Evidence from two destinations in Southern Thailand. *Journal of International Studies*, 11(1), 18–36.
- Anholt, S. (2010). *Places: Identity, image and reputation*. Palgrave Macmillan.
- Bank of Thailand. (2025). *Exchange rate trends 2023–2025*. <https://www.bot.or.th>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Biggs, R., Schlüter, M., & Schoon, M. L. (2015). *Principles for building resilience: Sustaining ecosystem services in social-ecological systems*. Cambridge University Press.
- Çelikkol, Ş. (2020). Brand image and brand trust's effect on brand loyalty: A study in the hospitality industry. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2478–2490
- Cernea, M. M. (1997). The risks and reconstruction model for resettling displaced populations. *World Development*, 25(10), 1569–1587.
- Chengxiang, M., Darunee, B., & Chenglin, G. (2025). The Mandarin advantage: How Thai university students are facilitating cross-border e-commerce for Chinese tourists in Thailand's post-COVID recovery. *Cogent Arts & Humanities*, 12(1), 1-32
- China Internet Network Information Center. (2023). *Statistical report on internet development in China*. Beijing: CNNIC.
- Encyclopædia Britannica. (2568). Tourism. *Britannica Kids*. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2025, จาก <https://kids.britannica.com/students/article/tourism/277420>
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135–147.
- Folke, C. (2006). Resilience: The emergence of a perspective for social-ecological systems analyses. *Global Environmental Change*, 16(3), 253–267.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2020). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 30(1), 21–27.
- Haiying, F., & Sutunyarak, C. (2023). Demographic factors affecting Chinese tourists traveling to Thailand in the post-Covid-19 era. *Innovative Marketing*, 19(1), 162–174.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598.
- Hanna, S., Rowley, J., & Keegan, B. (2021). Place branding recovery strategies post COVID-19. *Journal of Place Management and Development*, 14(2), 140–154.

- Holling, C. S. (1973). Resilience and stability of ecological systems. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 4, 1–23.
- Holling, C. S. (1973). Resilience and stability of ecological systems. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 4, 1–23.
- Indepth Thailand. (2025). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักข่าวอินเดีปส์.
- Indepth Thailand. (2025, June 16). จีนเที่ยวไทยวูบ เป็นเรื่อง ‘ชั่วคราว’ หรือ ‘ตลอดไป’. สืบค้นจาก <https://www.thailandindepth.com/content/detail/4884>
- International Union for Conservation of Nature, & Society for Ecological Restoration. (2016). *Ecological restoration: Principles, values, and structure of an international standard*. <https://www.iucn.org/resources/publication/ecological-restoration>
- James Morris & Son Nguyen. (2025, July 19). *Tourism minister visits Pattaya. Promises new safer environment for foreign tourists with security tech*. Thai Examiner. https://www.thaiexaminer.com/thai-news-foreigners/2025/07/19/tourism-minister-visits-pattaya-promises-new-safer-environment-for-foreign-tourists-with-security-tech/?utm_source=chatgpt.com
- Japan Times. (2025, April 2). *Weak yen drives record tourist spending boom*. <https://www.japantimes.co.jp>
- Katchwattana, P. (2025, May 10). ฝ่าวิกฤต นักท่องเที่ยวจีน ลดฮวบ กับภารกิจเรียกศรัทธา. สืบค้นจาก <https://www.salika.co/2025/05/10/shortage-chinese-tourist-crisis-in-thailand/>
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 13(1), 69–86.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Li, J. (2022). Social media influence on Chinese outbound tourism decisions. *Journal of Tourism Studies*, 28(2), 55–70.
- Mohd Nur Fikri A., Mohd Azmi K., Mohd Rizal R., & Mohd Zamri D. (2024). Factors influencing word-of-mouth intentions among cultural tourists in Thailand's southern border provinces. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 89–108.
- Nikkei Asia. (2024, November 5). *Vietnam pushes tourism image with "value-for-money" strategy*. <https://asia.nikkei.com>

- Noroozi, H. (2020). *Definition of Tourism and Sustainable Tourism*. University of Milano-Bicocca.
- Noroozi, Hossein. (2020). *Definition of tourism and sustainable tourism*. University of Milano-Bicocca. Retrieved July 28, 2025, from <https://www.researchgate.net/publication/347256797>
- Pattaya City Tour Co. Ltd. (2025, August 22). *Pattaya Cultural Experiences: A Journey Through Tradition and Heritage*. Pattaya City Tour Co. Ltd. [Pattaya Cultural Experiences: Explore Traditions & Local Life - Pattaya City Tour Co Ltd.](#)
- Pattaya Mail. (2025, March 17). *Tourists dumping garbage on beaches after festivals – Pattaya officials take action*. Pattaya Mail. https://www.pattayamail.com/news/tourists-dumping-garbage-on-beaches-after-festivals-pattaya-officials-take-action-494214?utm_source=chatgpt.com
- Peach Thailand. (n.d.). *สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา [Overview of Pattaya]*. Retrieved August 20, 2025, from Peach Thailand website: Peach Thailand.
- Percy, L. (2018). *Strategic Integrated Marketing Communications* (3rd ed.). Routledge.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.
- Roberts, P., & Sykes, H. (2000). *Urban regeneration: A handbook*. SAGE Publications.
- Sachs, J. D. (2015). *The Age of Sustainable Development*. Columbia University Press.
- Schultz, D. E., Patti, C., & Kitchen, P. J. (2019). The evolution of integrated marketing communications: IMC in a customer-driven marketplace. *Journal of Marketing Communications*, 25(2), 115–132.
- Shuang, D., Pavel, S., & Smith, B. (2023). The Chinese media narrative of Thailand as a tourist destination after the legalisation of cannabis. *Journal Heliyon*.9(4), 1-20.
- Staporncharnchai, Thanadech. (2025). *Thailand's foreign visitors down more than 6% y/y so far in 2025*. Reuters. <https://www.reuters.com/markets/asia/thailands-foreign-visitors-down-more-than-6-yy-so-far-2025-07-29/>
- Taillon, Justin. (n.d.). *Tourism as a community, study, and/or discipline*. University of Guelph. Retrieved July 28, 2025, from <https://kids.britannica.com/students/article/tourism/277420>
- Thai PBS. (2568, 16 พฤษภาคม). *เที่ยวไทยคนละครึ่ง 2568 รัฐจ่าย 50% เริ่ม มิ.ย. ลุยเที่ยวโลว์ซีซั่น*. สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2568, จาก Thai PBS News.

- Thanapotivirat, P., & Jithpakdeepornrat, T. (2022). Effect of brand image, perceived price, perceived trust, and online review on consumers' intention of online hotel booking in Thailand. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(3), 1-17
- The Nation Thailand. (2025, May 5). *Responsible tourism campaigns well received by Chinese tourists*. *The Nation*. <https://www.nationthailand.com>
- Travel and Tour World. (2025, July 28). *South Korea, China, India, Russia, and Malaysia drive over eighteen million tourists to Thailand, Southeast Asia's second-largest economy, despite challenges in 2025*. Travel and Tour World.
- Travel and Tour World. (2025, July 6). *Pattaya tourism crisis: The impact of Chinese visitor decline*. *Travel and Tour World*. https://www.travelandtourworld.com/news/article/pattaya-tourism-crisis-the-impact-of-chinese-visitor-decline/?utm_source=chatgpt.com
- United Nations Office for Disaster Risk Reduction. (2017). *Build back better in recovery, rehabilitation and reconstruction*. <https://www.undrr.org/publication/build-back-better-recovery-rehabilitation-and-reconstruction>
- United Nations World Tourism Organization. (2020). *Tourism recovery: Building resilience for sustainable growth*. <https://www.unwto.org/tourism-recovery>
- Walker, B., Holling, C. S., Carpenter, S. R., & Kinzig, A. (2004). Resilience, adaptability and transformability in social–ecological systems. *Ecology and Society*, 9(2), 5-25.
- Wang, Y., & Li, X. (2021). Building tourism recovery through strategic partnerships: Evidence from China's outbound tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 395–410.
- Wikipedia contributors. (2025). *Tourism in Thailand*. Retrieved July 28, 2025, from https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Thailand
- Williams, B. K., Szaro, R. C., & Shapiro, C. D. (2009). *Adaptive Management: The U.S. Department of the Interior Technical Guide*. U.S. Department of the Interior.
- World Health Organization. (2023, May 10). *Rehabilitation*. World Health Organization. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/rehabilitation>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2566–2570*. <https://www.mots.go.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2566*. <https://www.tourismthailand.org>

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). รายงานความยั่งยืนของภาคการท่องเที่ยว ปี 2566. <https://www.tat.or.th>
- ฉันทิช วรรณอนม. (2552). การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมกับการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชรัวิษฐ์ วิทยาภรณ์. (2563). แนวทางการพัฒนาพหุศาสตร์เมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวจีนแผ่นดินใหญ่. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, 21(3), 228–246.
- ชิตาวีร์ สุขคร. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย. วารสารการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 1(2), 1–7.
- ไทยพีบีเอส. (2566). "จับตาสถานการณ์ความขัดแย้งไทย-กัมพูชา บริเวณชายแดน" สืบค้นจาก <https://www.thaipbs.or.th>
- ไทยพีบีเอส. (2568, 18 มีนาคม). คนจีนเที่ยวไทยดื่มน้ำ 15 เดือน จับตา *Amazing Thailand* สะดุด. *Thai PBS Policy Watch*. สืบค้นจาก <https://policywatch.thaipbs.or.th/article/economy-157>
- ธวัชชัย ศุภดิษฐ์. (2549). การตลาดยุคใหม่: กลยุทธ์สื่อสารเพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- น้ำฝน จันทน์นวล. (2013). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *Journal of Southern Technology*, 6(2), 53–60.