

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). แผนส่งเสริมและพัฒนาตลาดการ. วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤศจิกายน 2551 เข้าถึงได้จาก [http:// www.tat.co.th](http://www.tat.co.th)

_____. (2550). สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือน ปี 2550 จังหวัดละเชิงเทรา. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เกิดศิริ เจริญวิศาล และจุฬามาศ จันทรัตน์. (2542) ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

จังหวัดละเชิงเทรา. (2551). ประวัติความเป็นมาและข้อมูลทั่วไป. วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤศจิกายน 2551, เข้าถึงจาก <http://www.Chachoengsao.go.th>

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉันทิช วรรณณอม. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2548). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ส.เอเชีย เพรส.

ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. (2545). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ณัฐกานต์ ไรจน์มมะ. (2542). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐพร อธิสุวรรณ กาญจนนา มณีแสง และวดี เชี่ยวอุไร. (2551). การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 7 จังหวัดภาคตะวันออก. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.

ดวงชน เสดะวีระ. (2538). การส่งเสริมการขายของธุรกิจท่องเที่ยว ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจท่องเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ทักษิณา คุณารักษ์. (2546). *การตลาดและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: สาขาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นุชรนารถ ว่องธวัชชัย. (2539). ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 15(1) มกราคม – มีนาคม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). *การจัดการธุรกิจนำเที่ยว*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปวีณา โทณแก้ว. (2542). *ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2540). *ENGLISH FOR TOURIST GUIDES* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- วุฒิชัย สุนทรสมัย. (2551). *การวิจัยทางธุรกิจและการจัดการ*. ชลบุรี: คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
- วรัญญา เทพวัลย์. (2545). *ปัจจัยสาเหตุที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกมาคอยดูจังหวัดเชียงราย*. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัฒนชัย ชูมาก. (2544). *แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*: กรณีศึกษา: สมาชิกสโมสรโรดาร์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ม.ป.ท.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ด.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: วิสัทธิพัฒนา.
- สาวิตรี แก่นพลอย. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย*.
การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์. (2551). *รายงานประจำปี 2545-2551 แสดง
จำนวนบริษัทธุรกิจนำเที่ยวที่ได้รับใบอนุญาต*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2551). *สถิติการจดทะเบียนมัคคุเทศก์*. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน
2551, เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระพิมพ์และไซเท็ก.
- อัญรินทร์ ขจรเวทิน. (2548). *กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษา
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ*. การค้นคว้าแบบอิสระ
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Brooks ,R. (2004). Rules for successful tourism marketing. *Let's talk Business*, 29, April.
- Butler, D., Carter, P., & Brunn, S. D. (2002). African – American travel agents travails and
survival. *Annals of Tourism Research*, 29(4), 1022-1035.
- Edgell, D. L., Ruf, K. M., & Agarwal, A. (1999). Strategic marketing planning for the
tourism industry. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 8, 3.
- Gera, A & Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guide tours. *Annals
of Tourism Research Social Sciences journal pergamon press*, 18(2).
- Holloway, J. C. (2002). *The business of Tourism* (6th ed.). Plymouth: Macdonald & Evens.
- Klemosky, D. B. (1998). Travel agents's destination. *Annals of Tourism Research*, 25(3),
661- 674.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1998). *Principle of Marketing*. Virginia: St.Lucie Press.
- Kotler , P. (2003). *Marketing Management*. Englewood Cliff: Prentice Hall.
- Lam , T., & Zhang, H. Q. (1999). Service quality of travel agents : the case of travel agents in
Hong Kong. *Tourism Management*, 20, 341-349.
- Lovelock, C. H. (2003). New Zealand Travel Agent Practice in the provision of advice for travel
to risky destinations. *Special Issue: Safety and Security in Tourism: Relationships,
Management, and Marketing Part*, 215(4).

- Lundberg, D. E. (1972). *The Tourist Business*. Illinois: Institutions/ Volume Feeding Management Magazine.
- Luk, T.K., & Sheriff, T. K. (1997). An examination of the role of marketing culture in service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(1), 13-20.
- Ryan, C. (1995). *Researching Tourist Satisfaction Issues, Concept, Problem*. London: Routledge.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1998). *A Division of Reed Educational and Professional Publishing ltd*. n. p.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. New Delhi: Butterworth-Heinerman.