

## บรรณานุกรม

- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2552). เอกสารประกอบการสอน องค์ประกอบของการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2531). การวางแผนและพัฒนาลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 6). นนทบุรี :โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2554). การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ. กรุงเทพฯ
- จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัยและมณี สมรัก. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- เจตน์สฤกษ์ สักขพันธ์ และคณะ. (2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารวิทยาการจัดการ. 33(1), 25-50.
- นิตา ชัชกุล. (2557). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย. (2555). พิพิธภัณฑ์ตลาดคลองสวน. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: [http://www.sac.or.th/databases/museumdatabase/review\\_inside\\_ByMember\\_Detail.php?id=335&CID=40372](http://www.sac.or.th/databases/museumdatabase/review_inside_ByMember_Detail.php?id=335&CID=40372). [เข้าถึงข้อมูล 10 พฤษภาคม 2560].
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏ อุบลราชธานี.
- ธนภุต สุทธินันท์โชติ.(2559). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติธารเสด็จ - เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ธรรณชนก เพชรานนท์. (2559). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย. สุทธิปริทัศน์, 42-59.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ.2551. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการท่องเที่ยวไทย.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัด กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พิเชษฐ คูหเพ็ญแสง. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดระยอง. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ครั้งที่ 2 2557. กรุงเทพฯ.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชา เศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว Tourism Economic Review. (2559). การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตใจ. ฉบับที่ 4. สำนักปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.
- รัชนิกร เศรษฐรัฐ. (2532). โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด.
- รัตนกร จุฑามณี และคณะ. (2546). การศึกษาการจัดการตลาดน้ำวัดลาดพญา จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สถาบันราชภัฏนครปฐม.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรธรรม จันทิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษารณิตตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติทางบกในภาคใต้ของประเทศไทย. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา.
- สถิติทางการ ประเทศไทย. (2555). ประเภทการท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: [http://osthailand.nic.go.th/masterplan\\_area/userfiles/files/Tourism.pdf](http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf). [เข้าถึงข้อมูล 16 มิถุนายน 2560].
- สายทิพย์ บัวเผือก. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. (การตลาด). บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรื. สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.nesdb.go.th/download/plan12/สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.12.pdf>. [เข้าถึงข้อมูล 12 พฤษภาคม 2560].
- สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- ศรัณยา วรากุลวิทย์. (2551). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.

- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2557). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. วารสาร บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, ปีที่ 9, ฉบับที่ 2, 39-59.
- อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. (2543). การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ประเภท ธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาธุรกิจศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรรวรรณ เลิศสุนนท์. (2553). ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองบางน้อย อำเภอคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- TAT REVIEW. (2561). Tourism Go Local. Vol. 4. No. 2 April – June 2018. บริษัท ภาพพิมพ์ จำกัด. จังหวัดนนทบุรี.
- Thailand Tourism Directory. (2561). ตลาดเก่าคลองสวน 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/1678>. [เข้าถึงข้อมูล 12 พฤษภาคม 2560].
- Andergassen, R., Candela, G., & Figini, P. (2013). An economic model for tourism destinations: Product sophistication and price coordination. *Tourism Management*. 37, 86-98.
- Benur, A. M. & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*. 50, 213-224.
- Cadotte, E. R., Woodruff, R. B., & Jenkins, R. L. (1982). Norm and expectations predictions: How different are the measures?: In H. K. Hunt & R. L. Day (eds.), *Proceedings of the seventh annual conference on customer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior*. Bloomington, IN: Indiana University.
- Chen, C. C., Huang, W. J., & Petrick, J. F. (2016). Holiday recovery experiences, tourism satisfaction and life satisfaction – Is there a relationship?. *Tourism Management*. 53, 140-147.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*. 6(4), 408-424.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*. 4(4), 184-194.
- Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 11th ed. Wiley: United State of America.

- Huang, Y., Wu, J., & Shi, W. (2018). The impact of font choice on web pages: Relationship with willingness to pay and tourism motivation. *Tourism Management*, 66, 191-199.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mill, R., & Morrison, A. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text* (2nd ed). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Middleton, Victor T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. 2nd ed. Oxford: Heinemann Professional Publishing.
- Mutanga, C. N., Vengesayi, S., Chikuta, O., & Muboko, N. (2017). Travel motivation and tourist satisfaction with wildlife tourism experiences in Gonarezhou and National Parks, Zimbabwe. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 20, 1-18.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- World Tourism Organization. (2011). *Tourism Satellite Account*. Retrieved January 23, 2018 from [http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_tsa\\_1.pdf](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf)
- Stone, M. J. (2016). Deciding not to choose: Delegation to social surrogates in tourism decisions. *Tourism Management*, 57, 168-179.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- United Nations World Tourism Organization. (2011). *UNWTO Annual Report 2011*. Madrid, Spain : Impacto Creativo de Comunicación SL.
- Yankholmes, A. (2018). Tourism as an exercise in three-dimensional power: Evidence from Ghana. *Tourism Management Perspectives*, 25, 1-12.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2009). *Delivering quality service : Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.