

## บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจ, 2550. “เชียงใหม่ดึงโรงแรมหรูลดอัตราพักเหลือ 20% จีเอ็มมร.โดนปลดนับสิบ-ททท. ดุยบมเหนือครั้งใหญ่.” [ระบบออนไลน์].

[http://www.bangkokbizweek.com/20070305/travelbiz/index.php?news=column\\_23221734.html](http://www.bangkokbizweek.com/20070305/travelbiz/index.php?news=column_23221734.html) (1 กรกฎาคม 2550)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549. “ข้อมูลเชิงวิชาการ-การท่องเที่ยว.” [ระบบออนไลน์].

<http://www.tat.or.th/knowledge.asp> (4 พฤษภาคม 2550)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549. คู่มือท่องเที่ยวภาคเหนือ: อดังการแห่งล้านนา ภูเขา ป่าและสายน้ำ. โครงการหนังสือคู่มือท่องเที่ยว 4 ภาค การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547. คู่มือท่องเที่ยวภาคเหนือ: อดังการแห่งล้านนา ภูเขา ป่าและสายน้ำ. โครงการหนังสือคู่มือท่องเที่ยว 4 ภาค การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549 “สถิตินักท่องเที่ยว.” [ระบบออนไลน์].

[http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_index.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php) (4 พฤษภาคม 2550)

โครงการสานสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน, 2549. “ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน.” [ระบบออนไลน์].

[http://www.stou.ac.th/Tourism/Acheive/April/Topic1\\_1\\_1.htm](http://www.stou.ac.th/Tourism/Acheive/April/Topic1_1_1.htm) (10 พฤษภาคม 2550)

จักรกฤษณ์ สาราญใจ. 2549. “การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย.” [ระบบออนไลน์].

<http://web.udru.ac.th/~sutad18/new2/08.html> (1 มิถุนายน 2550)

ณฤหทัย กุลชชา. (2547) **ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน**

ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญทวี เปเรธา.(2547). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากยุโรปใน**

**การเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.**การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุศราภรณ์ กอบกิจพานิชผล. (2548) **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการนำเที่ยว**

**แบบเหมาจ่ายภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.**

การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ผู้จัดการรายสัปดาห์. (2548). “ทัวร์ดั่งยุโรปส่งนักท่องเที่ยวเข้าเชียงใหม่รายปีละหมื่น SILK AIR เปิดบิน  
เชื่อม 3 จ.เหนือปีหน้า.” [ระบบออนไลน์].

<http://www.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9480000105278> (4  
กรกฎาคม 2550)

ทักษิณา คุณารักษ์. (2544) ปัจจัยในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของเยาวชนไทย กรณีศึกษา  
นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทักษิณา คุณารักษ์. (2549). แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการทำทัวร์เหมาจ่ายภายในประเทศ:  
กรณีศึกษาบริษัทนำเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. คณะมนุษยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริพรรณ เป็เลียนสกุล. 2547. “การท่องเที่ยวปี 48: ยังเป็นอุตสาหกรรมสร้างรายได้.” [ระบบ  
ออนไลน์]. <http://www.scb.co.th/LIB/th/article/ktb/data/k8-58.html> (4 พฤษภาคม 2550)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และ  
ไซเท็กซ์ จำกัด.

เสรี วงษ์มณฑา. 2547. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

อดุลย์ จาคูรงค์กุล. การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

อัญรินทร์ ขจรเวคิน. (2548). กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษา  
นักท่องเที่ยวภายในประเทศ. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิต  
วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Dean, Alison., Morgan, Damian., Tan, Tang Eng. (2002). **Service Quality and Customer's  
Willingness to Pay More for Travel Service.** Journal of Travel and Tourism  
Marketing 12(2/3): 95-110.

Hair, F. J., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, and William C. Black. (1995). **Multivariate  
Data Analysis** 4<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Holloway, Christopher J..(2004). **Marketing for Tourism.** 4<sup>th</sup> ed. Essex: Pearson Education, Inc.

- Kim, Woo Gon., Lee, Hae Young. (2004). **Comparison of Web Service Quality Between Online Travel Agencies and Online Travel Suppliers.** *Journal of Travel and Tourism Management* 17(2/3): 105-116.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). **Principle of Marketing.** New Jersey: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). "Determining sample size for research activities". **Educational and Psychological Measurement**, 30, pp.607-610.
- Macintosh, Gerrard. (2002) **Building Trust and Satisfaction in Travel Counselor/ Client Relationships.** *Journal of Travel and Tourism Marketing* 12(4): 59-73.
- Nicolau, Juam L. and Mas, Francisco J. (2005) **STOCHASTIC MODELING A Three-Stage Tourist Choice Process.** *Annals of Tourism Research* 32(1): 49-69
- Ryan, C., Cliff, Andrew. (1997) **Do Travel Agencies Measure Up to Customer Expectation? An Empirical Investigation of Travel Agencies' Service Quality as Measured by SERVQUAL.** *Journal of Travel and Tourism Marketing* 6(2): 1-31.
- Weiermair, K., Maser, B. (1998) **Travel Decision-Making: From the Vintage Point of Perceived Risk and Information Preferences.** *Journal of Travel and Tourism Marketing* 7(4): 107-121.
- Wolfe, Kara., Hsu, Cathy H.C., Kang, Soo K. (2004) **Buyer Characteristics Among Users of Various Travel Intermediaries.** *Journal of Travel and Tourism Marketing* 17(2/3): 51-62.