

## บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒัน. 2544. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการศึกษาวิจัย. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. “Internal Tourism in Chiang Mai 2004 - 2005.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tst.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php) (19 สิงหาคม 2550)
- จังหวัดเชียงใหม่ 2550. “แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.chiangmai.go.th/> (19 สิงหาคม 2550)
- จินตนาถ ลิ้มทองกุล . 2547. ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารมาร์ส. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารภาครัฐและเอกชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดารา ทีปะปาล. 2541. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ธนน อนุมานราชชน. 2544. การวิจัยเชิงปริมาณทางสังคมศาสตร์. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงลักษณ์ อิศระญาณพงค์. 2547. ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกันในการใช้บริการท่องเที่ยวประเภทพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ .การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2549. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุชรี พูลแก้ว. 2547. การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ .วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ เปเรร่า. 2543. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุษบา สุธีร และ ภัสวดี นิตเกษตรสุนทร. 2542. เจตคติและความประทับใจของชาวต่างชาติที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย. รายงานการวิจัยสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี.

- ประเชิญ กุญชร. 2549. การตลาด สิ่งพิมพ์ไทย. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์แม่จัน.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2539. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ . 2532. การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว “ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ กรุงเทพมหานคร.
- ศิริลักษณ์ อุณหสุทธิยานนท์. 2546. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้านาคาร์ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2550. “คู่มือนักการตลาดท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://203.78.109.3/whatnewdet.asp?id=85> (12 มีนาคม 2550)
- สุพิศ พุทธิมี. 2548. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้านในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัญชลี วิเลิศศักดิ์. 2549. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารมวลชนของเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Belch, George E. and Belch, Michael A. 2007. **Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective**. 7th ed. Boston: McGraw-Hill, Irwin.
- Katz, Elihu et al. 1974. “Uses of Mass Communication by the Individual,” **Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions**. W.Philip Davidson and Frederick Yu, Eds. New York: Praeger Publishers.
- McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. 1979. **Using Mass Communication Theory**. N.J: Prentice Hall, Inc.
- Samuel, L.Becker. 1978. **Discovering Mass Communication** .Illinois: Scott Foresman and Glenwave.
- Wenner, Lawrence A. 1982. **The Nature of Gratifications, in Media Gratifications Research: Current Perspective**. Beverly Hills, Sage Publications.