

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). การบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.jpp.moi.go.th/files/MOTS.pdf>. 25 พฤศจิกายน 2561.
- \_\_\_\_\_ . (2562). สถิตินักท่องเที่ยว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [https://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=411](https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411). 12 เมษายน 2562.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2548). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กุลวดี คูหะโรจนานนท์. (2545). หลักการตลาด. เพชรบุรี : สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัย
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- เฉลิมพร เย็นเยือก. (2552). บทความวิชาการเรื่องการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนทางการศึกษา และคุณภาพการศึกษาในประเทศไทย. เอกสารการสัมมนาประจำปี. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- อัครัง อุดมไพจิตรกุล. (2547). เศรษฐศาสตร์การจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นพพร จันทรรนำชู และพรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ . วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 37 (1), หน้า 52-64.
- นัฐธีรนนท์ รอดชื่น. (2560). การออกแบบผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมจักสานพื้นบ้าน บ้านดงชะพลู ตำบลบางมะฝ่อ อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ . วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 8 (1), หน้า 12-23.
- นิตา ชัชกุล. (2554). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตา ศิลปเสรษฐ. (2560). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. นนทบุรี : หจก. เพ็รินซ์ฮาลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุญเกียรติ ไทรชมภู. (2557). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า (กระเพาะหมู) 6 ตำบล เพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 5 (2), หน้า 1-10.
- รัชฎาพร เกตานนท์ แนวแห่งธรรม. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม . Veridian E-Journal Silpakorn

- University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10 (1) มกราคม-เมษายน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/88186>. 11 เมษายน 2562.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริรัตน์ ณ ปทุม และคนอื่นๆ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภคชั้นสูง. กรุงเทพฯ : BrandAgebook.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). K SME Analysis จับชีพจรนักท่องเที่ยวยุคต่างชาติ ปี 62. กรุงเทพฯ : ธนาคารกสิกรไทย.
- สมใจ มะหมื่น. (2556). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาชุมชนในท้องถิ่นภาคใต้ โดยใช้เตาเผาไฟสูง ง. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 12 (2), หน้า 100-113.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพมหานคร.
- สุประภา สมนึกพงษ์. (2560). แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10 (3), หน้า 2055-2068.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลิฟวิ่ง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรี. (2559). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรี.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2552). **ตลาด**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.royin.go.th/>. 10 ตุลาคม 2559.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). **สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http://chanthaburi.old.nso.go.th/nso/project/search/result\\_by\\_department.jsp](http://chanthaburi.old.nso.go.th/nso/project/search/result_by_department.jsp). 25 พฤศจิกายน 2561.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- Abdolmalekia, K., & Ahmadian, S. (2016). The relationship between product characteristics, customer and supplier involvement and new product development. *Procedia economics and finance. 1st international conference on applied economics and business, ICAEB 2015*, 36, pp. 147 – 156 .
- Ares, G., & Deliza, R. (2010). Studying the influence of package shape and colour on ` consumer expectations of milk desserts using word association and conjoint analysis. *Food Quality and Preference*, 21 (8), pp. 930-937.

- Azzam, K. (2014). The impact of customer relationship management on customer satisfaction in the banking industry– a case of Jordan. **European Journal of Business and Management**, 6 (32), pp. 99-112.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. **Tourism management**, 21(1), pp. 97-116.
- Cheng, C. C., & Shiu, E. C. (2008). Critical success factors of new product development in Taiwan's electronics industry. **Asia pacific journal of marketing and logistics**, 2 (2), pp. 174 - 189.
- Constantinides E., & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. **Journal of direct, data and digital marketing practice**, 9 (3), pp. 231-244.
- Daniel, C. O. (2018). Effect of marketing strategies on organizational performance. **International journal of business marketing and management (IJBMM)**, 3 (9), pp. 1-9.
- De Bruyn, A., & Lilien, G.L. (2008). A multi-stage model of word-of-mouth influence through viral marketing. **International journal of research in marketing**, (25), p. 2.
- Dwi S. (2018). Tourist satisfaction with souvenir shopping: evidence from Indonesian domestic tourists. **Current Issues in Tourism**, (21) 6. pp. 663-679.
- Ehret, Michael, Kashyap, Vishal, & Wirtz, Jochen. (2013). Business models: impact on business markets and opportunities for marketing research. **Industrial marketing management**, 42 (6), pp. 649-655.
- Fuller, J., & Matzler, K. (2008). Customer delight and market segmentation: An application of the three-factor theory of customer satisfaction on life style groups. **Tourism Management**, 29, pp. 116-126.
- Fuller, D. A., & Ottman, J. A. (2004). Moderating unintended pollution: the role of sustainable product design. **Journal of business research**, 57 (11), pp. 1231-1238.
- Howard, J. A. (1969). **The theory of buyer behavior**. London : John Wiley and Sons, Inc.
- James, E. et al. (1990). **Consumer behavior**. Hinsdale : The Dryden.
- Klaus, S. (2018). **The global competitiveness report 2018**. World economic forum. Geneva : World economic forum.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1990). **Market an introduction**. New Jersey : Prentice-Hall, Inc, Second Edition.

- Kotler P. (2003). **Marketing management**. Eaglewood Cliffs : Prentice Hall.
- Lamb, Charles, Hair, Joseph, & Carl, Mc Daniel. (2000). **Marketing**. Ohio : South-Western College.
- Latif, A., & Abideen, Z. U. (2011). Effects of television advertising on children: A Pakistani perspective. **European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences**, 30 (4). pp. 38-49.
- Levitt, T. (1965). Exploit the product life cycle. **Harvard business review**, 43 (6), pp. 81-94.
- Lin, L. (2017). Food souvenirs as gifts: tourist perspectives and their motivational basis in Chinese culture. **Journal of Tourism and Cultural Change**, 15 (5), pp. 439-454.
- Loudon, D. L. & Bitta, A. J. (1993). **Consumer behavior : concepts and applications**. New York : McGraw – Hill.
- Mu, Jifeng, Peng, Gang, & MacLachlan, Douglas. (2009). Effect of risk management strategy on NPD performance. **Technovation**, 29, pp. 170-180.
- Muchiri, M. N. (2016). **The effectiveness of Marketing Mix Strategies on Performance of Kenol Kobil Limited**. Research project of the requirement for the award of the degree of master of business administration, School of Business, University of Nairobi, pp. 1-44.
- Naresh, Malhotra, Olivia, Lee, & Can, Uslay. (2012). Mind the gap: the mediating role of mindful marketing between market and quality orientations, their interaction, and consequences. **International journal of quality & reliability management**, 29 (6), pp. 607-626.
- Ndubisi, Nelson, Natarajan, Rajan, & Lai, Rebecca. (2014). Customer perception and response to ethical norms in legal services marketing. **Journal of business research**, 67, pp. 369-377.
- Nicosia, F. M., & Mayer, R. N. (1976). Toward a sociology of consumption. **Journal of consumer research**, 3, pp. 65-75
- Nisar, W. (2014). Influences of consumer behavior: Research about beverage brands of Pakistan. **International journal of academic research in business and social science**, 4 (8), pp. 137-146
- Park, H., & Kim, Y. K. (2014). The role of social network websites in the consumer–brand relationship. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 21, pp. 460-467.



- Peters, A. J. et al. (1999). New product design and development: A generic model. **TQM**, 11 (3), p. 172.
- Peters, C. et al. (2008). Foodshed analysis and its relevance to sustainability. **Renewable agriculture and food systems**, 24 (1), pp. 1-7.
- Reardon, K. (2006). Promoting reciprocity within community and university development partnerships: lessons from the field. **Planning, Practice & Research**, 21 (1), pp. 95-107.
- Schiffman, L. G. , & Kanuk, L. L. (1994). **Consumer behavior**. New Jersey : Prentice – Hall.
- Singh, P. K. (2012). Management of business processes can help an organization achieve competitive advantage. **International Management Review**, 8 (2), pp. 19-26.
- Son, Seokbae, Na, Sangwook, & Kim, Kukjin. (2011). Product data quality validation system for product development processes in high-tech industry. **International journal of production research**, 49 (12), pp. 3751-3766.
- Tjärnemo, H., & Södaahl L. (2015). Swedish food retailers promoting climate smarter food choice: Trapped between visions and reality. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 24, pp. 130-139.
- Verleye, K. (2015). The co-creation experience from the customer perspective: its measurement and determinants. **Journal of Service Management**, 26, pp. 321–342.
- Voinov, A., & Bousquet, V. (2010). Modelling with stakeholders. **Environmental modelling and software**, 25 (11), pp. 1268-1281.
- Wasem, N., & Jayant, A. (2013). **A framework of knowledge integration with decision support system for educational environment: a case study**. In Proceedings of international conference on smart technologies for mechanical engineering. pp. 369-377.
- William, D. et al. (2013). **Basic marketing: a marketing strategy planning approach**. 19<sup>th</sup> edition. McGraw-Hill. pp. 237-241.
- Yazdanifard, R., & Mercy, I. (2011). The impact of Green Marketing on Customer satisfaction and environmental safety. **International conference on computer communication and management Proc. of CSIT**, 1 (5), pp. 637-641.
- Yigitbasioglu, O. (2010). Information sharing with key suppliers: a transaction cost theory perspective. **International journal of physical distribution & logistics management**, 40 (7), pp. 550-578.



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี