

บรรณานุกรม

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2561). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด. กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- ขวัญยุพา ศรีสว่าง และ คณะ. (2560). การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ ตลาดบางหลวง อ.บางเลน จ.นครปฐม. วารสารวิทยาการจัดการ. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทวีพร นาคา และคณะ. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในเขตภาคใต้ตอนบน. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2560).
- ธีระศักดิ์ อุ่ณารมณเลิศ. (2549). เครื่องมือวิจัยทางการศึกษา: การสร้างและการพัฒนา. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พระรชกฤษ ศุทธิเวทิน. (2559). กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประชากร รุ่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิทักษ์ ศิริวงษ์ และบัณฑิต อุณหเลขจิตร. (2560). รูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ในเขตเขตตลาด ตำบลสามพราน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภิญญาพัชญ์ ทาสาธน์ตย์ตระกูล และคณะ. (2560). การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการวางแผนท่องเที่ยวตามฤดูกาล. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2557). แนวทางการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว. หน่วยบริการวิชาการ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น. (2560). รูปแบบการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุในสังคมไทย กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วกีรานต์ มงคลจันทร์. (12 พฤษภาคม 2560). หลักการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร. สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2562, จาก <http://marketingforexp.blogspot.com/2013/09/imc.html>.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูพีซี แอลบุคส์.

- สุธีรา จันทร์ปทุม. (2560). **การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์**. วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- _____. (2540). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- อภิชาติ คำปลิว และคณะ. (2561). **การพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน**. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2. มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- อภิรัตน์ สงสุข. (2559). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา**. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรนภา ทศนัยนา. (2559). **รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสำหรับผู้สูงอายุโดยมหาวิทยาลัย**. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Belch, G.E., & Belch, M.E. (1995). **Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective**. Chicago: Irwin.
- _____. (1993). **Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective**. Boston: Richard D. Irwin.
- Boone, L. E. & Kurtz, D. L. (1995). **Contemporary marketing**. Unites States. The Dryden Press Harcourt Bruce College Publishers.
- Charles K. Atkin. (1973). **Anticipated communication and mass media information seeking**. New York : Free Press.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities**. Educational and Psychological Measurement, 30(3), pp. 607-610.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). **Marketing management (13th ed.)**. New Delhi: Prentice Hall of India.
- _____. (2003). **Marketing management**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). **Marketing an introduction**. New Jersey: Prentice Hall International.
- Lamb, Hair & McDaniel. (1992). **Principles of Marketing**. New Jersey: Cengage South - Western.
- Maslow, Abraham. (1970). **Motivation and Personality**. New York: Harper and Row.

Russell, J.T.,andLane,W.R. (2002). **Kleppner's Advertising Procedure**. SaddleRiver, NJ: Prentice Hall.

Shimp,T.A. (2000). **Advertising,Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications**. FL: Dryden Press.