

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิติด้านการท่องเที่ยว. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.mots.go.th> (6 กันยายน 2553).

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2551. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 11.

กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะ

พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และ

การบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for windows. กรุงเทพฯ : โรง

พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล. 2551. การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการ

บริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร และอภิสิทธิ์ นัทรทนานนท์. 2549. “การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand

Image Building).” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.thaihp.org/index.php?option=>

[other_detail&lang=th&id=11&sub=26](http://www.thaihp.org/index.php?option=other_detail&lang=th&id=11&sub=26) (3 มีนาคม 2554)

จิราภรณ์ สีขาว. 2536. ภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหาร

การศึกษาระดับสูง. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหาร

การศึกษา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. 2537. การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้าง

ภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. 2544. “คุณภาพบริการ.” วารสารวิทยาการจัดการ. 19, 1: 58-66.

ผลบุญ นันทมานพ. 2550. “BRAND ARCHITECTURE การวางโครงสร้างแบรนด์ (ตอนที่ 2)”.

Positioning Magazine. พฤศจิกายน: 15-16.

ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และสุภาพ ฉัตรภรณ์. 2541. **การออกแบบการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, นุกูล เครือฟู, อัครพงศ์ อันทอง. 2548. **รายงานพิเศษ : อุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย.** เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, นุกูล เครือฟู, อัครพงศ์ อันทอง. 2548. **รายงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายสาขา เล่ม 1: อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

“โรงแรมนี้ก็ดาว” . [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://th.jobsdb.com/th/EN/V6HTML/Home/hospitality_editor19.htm (28 กุมภาพันธ์ 2554).

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์, อัจฉรา ชำนิประศาสน์ . 2547. **ระเบียบวิธีการวิจัย (Research methodology).** กรุงเทพฯ : พิมพ์ดีการพิมพ์.

วิทยา ด้านธำรงกุล. 2544. **สร้างภาพลักษณ์ อย่าแค่สร้างภาพ.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bkkonline.com/gen-business/8-nov-44.shtml> (22 กันยายน 2550).

วิทยา ด้านธำรงกุล. 2547. **The Heart of service หัวใจการบริการสู่ความสำเร็จ.** กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น

วิทวัส ชัยปานิ. 2548. **สร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ Creative brand.** กรุงเทพฯ : มติชน.

วิรัช ฤทธิรัตนกุล. 2540. **การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศศิอาภา ประสมทรัพย์. “การส่งเสริมการท่องเที่ยว ศิลปะ ประเพณีท้องถิ่น.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.dopa.go.th/iad/topic/tour.doc (5 ตุลาคม 2553)

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2548. **เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ (คู่มือนักวิจัยและนักศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก) : หลักการ วิธีการและการประยุกต์.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สามลดา.

- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2537. การสร้างมาตรวัดในการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุภางค์ จันทวานิช. 2547. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิมล ตีรนนท์. 2546. การใช้สถิติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสวี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด
- เสวี วงษ์มณฑา. (2541). ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน. กรุงเทพฯ: บริษัทซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- อริชัย อรรคอุดม. 2552. การพัฒนาแนวคิดและมาตรวัดต้นแบบตราสินค้าเพื่อประยุกต์ใช้เชิงการสื่อสารการตลาด. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แอนนา จุมพลเสถียร. 2547. เข้าถึงใจผู้บริโภคด้วย Focus groups. กรุงเทพฯ : CBS Advertising.
- Aaker, David. 1996. **Building Strong Brands**. New York : Free Press.
- Aaker ,D.A. 1991. **Managing brand equity**. New York: Free Press.
- Aaker, Jenifer L. 1997. “Dimnsions of Brand Personality.” **Journal of Marketing Research**, 34, August: 352.
- Aldlaigan, Abdullah H. and Buttle, Francis A. 2002. “SYSTRA-SQ: A New Measure of Bank Service Quality.” **International Journal of Service Industry Management**. 13, 4: 362-381.
- Bagozzi, Richard P. and Yi, Youjiae. 1991. “Multitrait-Multimethod Matrices in Consumer Research.” **Journal of consumer research**, 17, March: 426-439.
- Babu, Anton; Dasgupta, Ayan; Kayal, Gaurav and Goel, Ishita. 2010. “Brand Image Measurement of Happydent.” **Brand Image Measurement**: 1-26.
- Bearden, William O.; Richard G. Netemeyer and Jesse E. Teel .1989. “Measurement of Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence.” **Journal of Consumer Research**, 19, March: 473-481.
- Bhat, Subodh; Reddy, Srinivas K. 1998. “Symbolic and functional positioning of brands.” **Journal of Consumer Marketing**,15(1): 32 – 43.
- Biel, A. L. 1992. How brand image drive brand equity. **Journal of Advertising Research**, 32,12: RC6-RC12.

Bivainiené, L. 2007. "Brand image conceptualization: The role of marketing communication."

Economics & Management, 12: 304-310.

Boulding, K.E. 1975. **The Image : Knowledge in life and Society**. Michigan: The University of Michigan.

"Brand Asset® Valuator." 2010. [Online]. Available <http://www.yrbav.com/> (7 September 2010).

Bravo, Rafael; Montaner, Teresa and Pina Jose M. 2009. "Corporate brand image in retail banking: development and validation of a scale." **The Service Industries Journal**. 30(8): 1199-1218.

Cambell, D. T. and Fiske, D. W. 1959. Convergent and discriminate validation by multitrait-multimethod matrix. **Psychological Bulletin**. 56,2: 81-105.

C Dennis, J Murphy, D Marsland, T Cockett, T Patel. 2007. "Measuring Brand Image: Shopping Centre Case Studies." **The International Review of Retail Distribution and Consumer Research**. 12, 4: 355-373.

Ching-Fu Chen, DungChun Tsai. 2006. **How destination image and evaluative factors affect behavioral intention?**. *Tourism Management* 28, 2007: 1115-1122.

Chiu, Kuang-Hui and Ho, Cheng-Hsun. 2010. **Effect of Brand Image, Online Word of Mouth, and Price Discount on Consumer's Purchase Intention- Mobile Phone as the Example**. The 2010 International Conference on Innovation and Management paper.

Churchill, G. A., Jr. 1979. A paradigm for developing better measure of marketing construct. **Journal of marketing Research**. 16, 2: 64-73.

Comrey, Andrew L. 1988. "Factor-Analytic Methods of Scale Development in Personality and Clinical Psychology." **Journal of Consulting and Clinical Psychology**. 56, 5(October): 754-761.

- Dickson, John and Albaum, Gerald. 1977. "A Method for Developing Tailor-made Semantic Differntail for Specific Marketing Content Areas." **Journal of Marketing Research**. 14: 87-91.
- Dimofte, Claudiu V.; Johansson, Johny K. and Bagozzi, Richard P.2010. "Global Brands in the United States: How Consumer Ethnicity Mediates the Global Brand Effect." **Journal of International Marketing**. 18 (3): 81–106.
- Dobni, D., & Zinkhan, G. M. 1990. **In search of brand image: A foundation analysis**. In M.E. Goldberg, G. Corn, & R. Pollay (Eds.), *Advance in Consumer Research* (pp. 110-119). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Dolich, I.J. 1969. "Congruence Relationships Between Self Images and Product Brands." **Journal of Marketing Research** 6. February: 80–4.
- Dolnicar, Sara and Otter, T. 2003. Which Hotel attributes Matter? A review of previous and a framework for future research. **Research Online University of Wollongong**. 1: 176-188.
- Farsky, Mario; Eggers, Fellix. 2006. "Image Measurement with Golden - i - A Technical Report." **Research Papers on Marketing and Retailing**. December: 1-25.
- Fern, Edward. 2001. **Advanced Focus Group Research**. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hair, Joseph F.; Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, and William C. Black. 1998. **Multivariate Data Analysis**: Upper Saddle River, NJ, Prentice Hall.
- Janosnis, Vytautas and Virvilaitė, Regina. 2007. **Brand image formation** . *Engineering Economics*. 2, 52: 78-79.
- Jöreskog, Karl and Dag Sörbom. 1996. **LISREL 8: User's Reference Guide**. Chicago: Scientific Software.
- Kapferer, Jean-Noel. 1988. **The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term**. 3rd ed. London: Kogan Page Limited.
- Kayaly, Dina El and Ahmed, Taher. 2006. "Developing a Benefit-based measurement scale using factor analysis: an improved method for understanding Egyptian car buyers." **Solution Consulting**: 1-24.
- Keller, Kevin Lane. 2003. **Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity**. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, Philip. 2000. **Marketing management 10th edition**. New jersey : prentice-Hall Inc
- Mayring, Philipp. 2003. **Qualitative Inhaltsanalyse**. Grundlagen and Techniken, 8th ed.,
Weinheim/Basel: Beltz Verlag.
- Meenaghan, Tony. 1995. "The role of advertising in brand image development." **Journal of Product & Brand Management**. 4, 4: 26.
- Miles, M.B. and Huberman, A. M. 1984. **Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method**, London: Sage Publications.
- Manilis, Chris, William W. Keep, Mary L. Joyce and David R. Lambert. 1994. "Testing the Underlying Structure of a Store Image Scale." **Educational and Psychological Measurement**. 54: 628-645.
- Netemeyer, Richard G., Bearden, William O., Sharma, Subhash, 2003. **Scaling procedures : issues and applications**. Thousand Oaks, Calif.: Sage
- Nunnally, Jum C. 1967. **Psychometric Theory**. New York: Mc-Graw-Hill Book Company.
- Ohanian, Roobina. 1990. "Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness." **Journal of Advertising**. 19(3): 39-52.
- Pohlman, A. and Mudd, S. 1973. "Market Image as a Function of Group and Product Type: A Quantitative Approach." **Journal of Applied Psychology**. 57(2): 167-71.
- Peracchio, Laura A. and Joan Meyer-Levy (1994). "How Ambiguous Cropped Objects in Ad Photos Can Affect Product Evaluation," **JCR**. 22 (September), 121-38.
- Putrevu, Sanjay and Kenneth R. Lord (1994). "Comparative and Noncomparative Advertising: Attitudinal Effects Under Cognitive And Affective Involvement Condition," **Journal of Advertising**. 23(June): 77-90.
- Riesenbeck, Hajo and Perrey, Jesko. 2001. **Power brands : measuring, making and managing brand success**. Weinheim : Wiley-VCH

- Robinson, J. P. and Shaver, P. R. 1973. **Measures of Psychological Attitude**. Ann Arbor, Michigan: Survey Research Center Institute for Social Research, University of Michigan.
- Schweizer, Markus; Kotouc, Alexander J. and Wagner, Tillmann. 2006. Scale Development for Consumer Confusion. **Advances in Consumer Research**. 33: 184-190.
- Seetharaman, A., Nadzir, Z.A., & Gunalan, S. 2001. "A conceptual study on brand valuation." **Journal of Product & Brand Management**, 10(4): 249-256.
- Sondoh, Stephen L.; Omar, Maznah Wan; Wahid, Nabsiah Abdul; Ismail, Ishak and Harun, Amran. "The effect of Brand Image on Overall Satisfaction and Loyalty Intention in the context of color cosmetic." **Asian Academy of Management Journal**, 12(1): 83-107.
- Stewart, David W. and Prem N. Shaqmdasani. 1990. **Focus Groups Theory and Practice**. London: Sage Publications.
- Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. 1996. **Using Multivariate Statistics**. 3rd ed. New York: HarperCollins.
- Wong D.L., Hockenberry-Eaton M., Wilson D., Winkelstein M.L., Schwartz P. 2001. **Wong's Essentials of Pediatric Nursing**, ed. 6, St. Louis: Mosby Inc.
- Woo Gon Kim, Hong-Bumm Kim. 2004. Measuring Customer based Restaurant Brand Equity. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly** 2004. 45: 115-131.
- Wu, Kuang-Wen and Wu, Kun-Chang. 2003. "The effect on Purchase Intention through the dimensions of Brand Image and Brand of Origin." **Journal of Business Research**, 42, 1-13.