

## บรรณานุกรม

- “กลยุทธ์คั่นได้น้ำ (Below-the-line Strategy)” 2550. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=410440\\_Marketing](http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=410440_Marketing) (21 พฤษภาคม 2552).
- ขนิษฐา ตันตวิภาณชัยพงศ์. 2547. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- “หมดยุคทุ่มทุนสื่อ+อีเวนต์ได้เวลาปรับโฉมออร์แกนิกส์” 2551. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.boydream.com/manager-news-content.php?newid=88000> (20 พฤษภาคม 2552).
- วันชนะ มุสิกไชย. 2549. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของโรงแรมพีดีพีลด์. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิธญา ศรีวัลย์. 2551. พฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้างอแอกไนเซอร์ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศรวัลย์ สมสวัสดิ์. 2551. การเลือกใช้ธุรกิจบริการจัดงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- หลุยส์ จำปาเทศ. 2533. จิตวิทยาการจูงใจ. กรุงเทพฯ : สามัคคีสาส์น.
- “เอกชนสาดอีเวนต์ดึงเงิน+รถยนต์/ท่องเที่ยว/กีฬาแห่จัดกระหึ่มหลังภาครัฐเค้นเงินหาย 30%” 2551. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thannews.th.com/detailnews.php?id=M1721981&issue=2198> (20 พฤษภาคม 2552)
- Shelly Maynard W., 1975. **Responding to Social Change**. Stroudsburg: Dowden Hutchison & Press.