

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. 2552. “จีทีเอช ชี้ตลาดหนังไทยโต15%”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com> (28 ธันวาคม 2552).
- คุณชาติ รื่นรมย์. 2549. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยรัตน์ คุณารัตน์. 2546. “ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในการใช้บริการโรงภาพยนตร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บริษัท เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด มหาชน. 2551. “รายงานประจำปี 2551”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.majorcineplex.com (3 มกราคม 2553).
- แบรนด์เอง. 2552. “การตลาดเชิงรุก”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.brandage.com (3 มกราคม 2553).
- ฝ่ายวิจัยธนาคารนครหลวงไทย. 2550. “ธุรกิจโรงภาพยนตร์ เติบโตท่ามกลางการแข่งขันรุนแรง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.oknation.net/blog/print.php (12 มีนาคม 2553).
- พรทิพา เหล่ากิจรุ่งโรจน์. 2548. “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี”. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิศรา ทองมาก. 2549. “พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริพรหม มุลรัตน์. 2545. “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือวิสต้าในจังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- สุนีย์ จุลอารีย์สุข. 2550. “ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุรเชษฐ สุภา. 2546. “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของโรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์

ซีนีเพล็กซ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เดอะวิสต้า เชียงใหม่, 2552. “Vista Movie”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.chiangmaivista.com/movie>

อุมาพร ไกรบุญ. 2548. “การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการโรง

ภาพยนตร์แบบความบันเทิงครบวงจร กรณีศึกษาโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีนีเพล็กซ์

และ โรงภาพยนตร์เครืออีจิวีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”. ปริญญาโท

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เอกชัย อภิศักดิ์กุล และคณะ. 2550. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิลล์.

Sudman, S. 1976. **Applied Sampling**. New York: Academic Press.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved