

บรรณานุกรม

หนังสือ

- คุณหญิง เวชสาร. การวิจัยการตลาด. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540
- นราศรี ไวนิชกุล และ ชุติศักดิ์ อุดมศรี . “การวัดและการใช้มาตราส่วนและวิธีการเลือกตัวอย่าง”. ใน
ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. หน้า 103. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ .การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดวงกมลสมัย, 2540
- สายฟ้า พลวายุ . รินหัวใจใส่ธุรกิจ สดาร์บักส์ กาแฟบนล้อโลก. กรุงเทพฯ : บริษัทเออาร์บีเอสเ็นส เพรส,
2541
- Kotler, Philip. “Managing Service Business and Ancillary”. in Marketing Management , 8th ed.
Prentice-Hall, New Jersey, pp. 466-468, 1994.
- Roland, T.Rust Anthony J.Zahorik, and Timothy L.Keiningham. “The Traditional and Emerging
Views.” in Service Marketing, 3rd ed. New York : Harper Collins College Publisher, pp. 10-13,
1996.
- Sekaran, Uma. “Sampling.” in Research Methods for Business, 2nd ed. John Wiley & Sons Inc., New
York, p. 253, 1984.
- Stantan,William J.and Charles Futrell. Fundamentals of Marketing.(8th ed.New York : McGraw-Hill
Book Co.,1987) p. 643.

วารสาร และสิ่งตีพิมพ์

- จตุรัสรายสัปดาห์ “สินค้าวัฒนธรรม Starbucks ขายกาแฟ 10 ขายอารมณ์อเมริกัน 60” : กรุงเทพฯ (ฉบับที่
24-30 มกราคม 2543)
- เดลินิวส์ “วาไรตี้ Face of the world” กรุงเทพฯ ; ฉบับที่ 29 มิถุนายน 2542