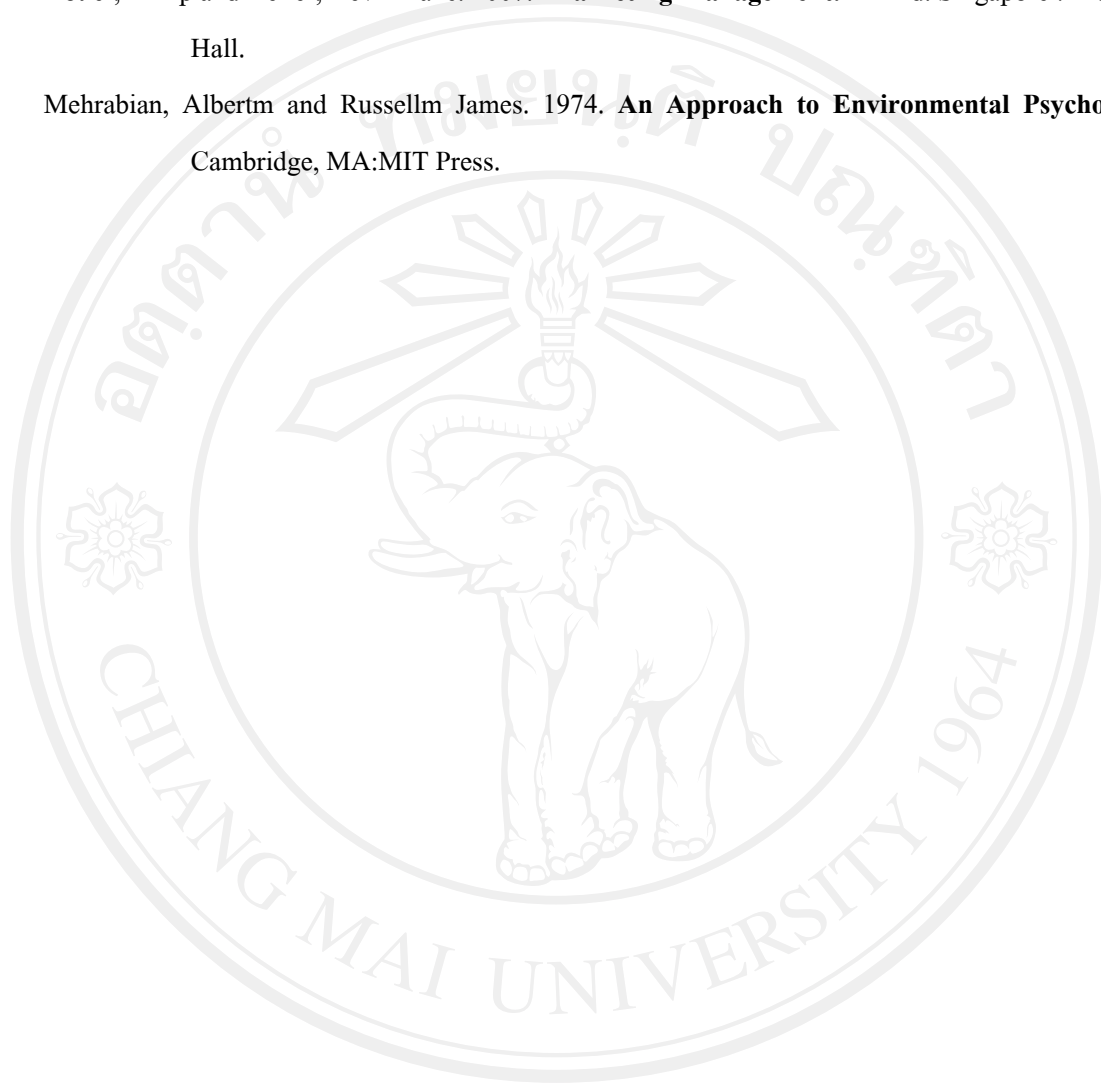


บรรณานุกรม

- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2532. “หลักการเขียนรายงานทางวิชาการ” การวิจัย การวัดผล ประเมินผล. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จักรกฤษณ์ สำราญใจ. (27 พฤศจิกายน 2544). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย. สืบค้น วันที่ 25 ธันวาคม 2551, จาก http://www.jakkrit.lpru.ac.th/pdf/27_11_44/9.pdf
- ชลธิรา อินทรเทพ. 2546. พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2543. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พิริยะ วิจักขณาพันธุ์. 2553. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิชัย ศิริจันทน์. 2546. สร้างแบรนด์ 2. กรุงเทพฯ : BrandAge.
- พัฒน์นรี รัชนิกร ไกรลาศ. 2549. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟและอาหารว่างของผู้บริโภค กรณีศึกษา : ร้าน Aqua Gallery & Tearoom. คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- วัชรภรณ์ สุริยาภิวัดน์. 2548. วิจัยธุรกิจยุคใหม่, พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- เสริมยศ ธรรมรักษ์. 2551. สร้างแบรนด์...สร้างประสบการณ์. Brand's world. พฤษภาคม 2551.
- สุพัฒน์ สุขมกลสันต์. 2550. การประเมินผลการเรียนการสอนภาษาอังกฤษแบบ Flexible Learning ด้วย CIPP Model. สถาบันภาษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Janosnis, Vytautas and Virvilaitė, Regina. 2007. Brand image formation. **Engineering Economics**. 2(52):78-79.
- Keller , Kevin Lane. 2003. **Building, measuring, and managing brand equity**. 2nd Ed. Singapore : Prentice Hall.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2007. **Marketing Management**. 12th Ed. Singapore : Prentice Hall.

Mehrabian, Albertm and Russellm James. 1974. **An Approach to Environmental Psychology**. Cambridge, MA:MIT Press.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved