

บรรณานุกรม

- ชลธีรา อินทรเทพ. พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อรุณชา. การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- เบญจมาศ สมบัตินิมิตสกุล. ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคกาแฟร้านสตาร์บัคส์.
วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546.
- พิริยะ วิจักขณาพันธุ์. การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟระบบ
แฟรนไชส์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543.
- ศุภานุชฌ์ โดประเสริฐพงศ์. การศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจแฟรนไชส์ร้านกาแฟพรีเมียมของไทยและ
ต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
2541.
- สมเกียรติ เป็งไธ. การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของ
ร้านกาแฟวาโนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- สุพรรณณี สดาศักดิ์พุดิ. การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟพรีเมียมในเขต
กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: บ้านไร่กาแฟ. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2546.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่. ระเบียบจดทะเบียนการค้า. เชียงใหม่: สำนักงาน, 2546.
- Best, J.W. *Research in Education*. 2nded. New Jersey: Prentice-Hall International, 1970.