

## บรรณานุกรม

- ชวนะ ภวกันนท์. (2547), "การสร้างบุคลิกภาพ ของยี่ห้อต่างชาติในรัสเซีย. ประชาชาติธุรกิจ", (14-16 ตุลาคม):
- ชาลววิทย์ มวลมนตรี. (2553), ความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าประเภทอาหารกับจุดดึงดูดใจ และบุคลิกภาพตราสินค้าในโฆษณาวิทยสาร, การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- บงกช กลิ่นชื่น. (2546) . ความสัมพันธ์ระหว่างผลการปฏิบัติงานของฝ่ายบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้รถยนต์ญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ . การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2555). "ซีพี ออลล์ หุ้ม 5 พันล.ปี 55 ผุดเซเว่นอีกร 500 สาขาทั่วไทย". แหล่งที่มา [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1325853864&grpId=00&catid=11](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1325853864&grpId=00&catid=11)
- ปิยะวรรณ พุ่มโพธิ์. (2542). ความภักดีต่อตราสินค้า การขายสินค้า และการประเมินของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตราสินค้า. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต , สาขานิเทศศาสตร์ (การโฆษณา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มรกต พรศิริกุล. (2541,กรกฎาคม – กันยายน) . "บุคลิกภาพตราสินค้า สามารถสร้างความแตกต่างให้สินค้าแค่ไหนเพียงพอหรือไม่". วารสารนิเทศศาสตร์. ปีที่ 16, หน้า 71-83.
- พรทิพย์ เลือดจิ้น. (2544). บุคลิกภาพผู้บริโภค บุคลิกภาพตราสินค้า และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการ โฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รดี สมบูรณ์. (2549). กระบวนการสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าสำหรับเด็กปฐมวัย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, นิเทศศาสตร์การตลาด, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธัญภา พีชบำรุง. (2553), ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาไส้กรอก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- ศิริกุล เลากัยกุล. (2546). การสร้างแบรนด์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ อัมรินทร์.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). Brand management. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ เลิฟแอนด์เลิฟ
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2552). เศรษฐกิจซบเซา... คนกรุงเทพฯปรับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอาหาร [ออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.kasikornresearch.com/portal/site/KResearch/rsh\\_d/?id=19165&cid=5](http://www.kasikornresearch.com/portal/site/KResearch/rsh_d/?id=19165&cid=5)
- ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ. (2551). อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.amphoe.com/menu.php?mid=1&am=146&pv=13>.
- สิทธิ์ ชีรสรณ์. (2552). เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมนทิพย์ ตันอิชิม. (2542). กลยุทธ์การสร้างบุคลิกภาพของตราสินค้าแชมพูเพื่อความสวยงาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Aaker, David A. (1991). Managing brand equity. Capitalizing on value of brand name. New York : Free Press.
- Aaker, David A. (1996). Building Strong Brands. 1<sup>st</sup> ed. Great Britain: Barth Press.
- (1999). Harvard Business Review on Brand Management. Boston: MA2 Harvard Business School Publishing.
- Aaker, L. Jennifer (1997, August). "Dimensions of Brand Personality". Journal of Marketing Research. Reprinted in a book of readings in Decisions Marketing. (1999, April) and Journal of Brand Management. (2001, June). 34, p 347-357
- Assael, H. (1995). Consumer behavior and marketing action. 5<sup>th</sup> ed. Ohio : South – Western College.
- Baldinnger, A. L. & Rubinson, J. (1996). Brand loyalty: The link between attitude and behavior. Journal of Advertising Research, 36, 22-34.
- Bloemer, J.M.M., and Kasper, H.D.P.(1995). The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty. Journal of Economic Psychology.16, p 311-329
- Buttle, F. & Burton, J. (2001). Does service failure influence customer loyalty?. Journal of Consumer Behavior, 1(3), 217-227.

- Duncan, T. (2002). *IMC:Using adverting & Promotion to build brands*. Boston:McGraw-Hill
- Giddens, N. (2002). Brand loyalty. [Online]. Available <http://www.agmre.org/agmrc/business/operantingbusiness/brandloyalty.htm>
- Hawkins,L.D, Roger,J.B and Coney,K. A. (2001). *Customer Behavior* .8<sup>th</sup>ed. The McGraw-Hill Companies Inc.
- Lee, T.A. (2003). *Business* (6<sup>th</sup> ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Mowen, J. C. & Miner, M. (1998). **Consumer behavior** (5<sup>th</sup> ed.). Upper Sadle River, NJ:Prentice Hall
- Murphy, John M. 1990. **Brand Strategy**. 1th ed. Great Britain: BPCC Wheatons.
- Philip Kotler. 2003. *Marketing Management*. (11th Edition). New Jersey, U.S.A. : Pearson Education, Inc.
- Peter,P.J., and Olson,C.J. (1993). *Consumer behavior and marketing strategy*. 3<sup>rd</sup> ed. Chicago : Richard D. Irwin
- Pont,M., and McQuilken, L.(2002) “Testing the factor structure of behavioral-intention battery : An empirical study of Australian banking industry” AZMAC 2002, Conference Proceeding, p2901-2907.
- Schiffman, G.L., and Kanuk, L.L. (1991). *Consumer behavior*. 4<sup>th</sup> ed. New Jersey : Pretice-Hall.
- Yamane, T. (1973) *Statistic: An introductory analysis*. New York, NY: Harper and Row.