

## บรรณานุกรม

- “การศึกษาเกี่ยวกับแฮตัสแบรนด์ เทสโก้ โลตัส โออีเอ็มไทย ผู้รีเทลโลก”, กรุงเทพมหานครรายสัปดาห์. (2550) กุณชาติ รื่นรมย์. 2549. การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดลชัย บุญระติเวช. 2550. “Sensitivity of Brand Building วิธีคิดของแบรนด์ต้องไหวตัวตามกระแสโลก”. 2545. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.brandage.com> (20 กุมภาพันธ์ 2550).
- “ตราเฉพาะ เทสโก้ โลตัส โออีเอ็มไทย ผู้รีเทลโลก”. 2550. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbizweek.com> (20 กุมภาพันธ์ 2550).
- “ตราเฉพาะ อาวุธร้าย ถล่มสินค้าแบรนด์ไทย”. 2549. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thaimarketinfo.com> (10 ก.ย. – 13 ก.ย.).
- ทวีเดช ดวงวิจิตร. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรพงษ์ รัศมีรัตนานนท์ และคณะ. 2007. “2007 Thailand’s Most Admired Brand and 2007 Why We Buy?”. Brand Age 8, (1 มกราคม 2550) : 162.
- ปัทมา กิมสุวรรณ. 2545. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษา เทสโก้ โลตัส. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ชรรรมสาร จำกัด. สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2549. รายงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่
- TESCO Lotus. 2550. “สินค้าคุณภาพจากเทสโก้ โลตัส”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tescolotus.net> (18 มีนาคม 2550).