

บรรณานุกรม

- คุณทลี เวชสาร. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- กนกทิพย์ พัฒนาบัวพันธ์. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัยการศึกษา. เชียงใหม่: คณะ
ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539: 58.
- กนกพร บุญธะโรตล,เฉลิมชัย หล่อวิเชียรบำรุง และสุภาวดี โชคดีอนันต์. พฤติกรรมการซื้อและ
ทัศนคติต่อสินค้าที่เป็น **Private Brands**. โครงการทางธุรกิจสำหรับนักศึกษาปริญญาโท
ประเภทงานวิจัย กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ดวงดาว สุวรรณคร, **ฐานเศรษฐกิจ** (14 พฤษภาคม 2544)
- ธีรดา ต้นธรรมสกุล. ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของกลุ่มผู้หญิงในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ.การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร :
โอเดียนส โตร์,2526:89-91.
- มร. รี-tell. **Private Label. Brand Age** (เมษายน 2544) : 65-66
- ศรัทธา วัฒนุญหัตถกิจ, “House Brand,”**Brand Age** (กรกฎาคม 2544) : 123-126
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพฯ : พัฒนา
ศึกษา,2540.
- Abe, Mokoto,**A New Era of Private Brand in Japan : Opportunities and Challenges for
Foreign Retailers and Manufacturer**. Journal of Asian Business,1997 : 13,21-37
- Assael ,Henry . **Consumer Behavior and Marketing Action**.,5th ed.(Ohio:South-Western
College Publishing,1994),p 267-269
- Jenkins, John R.G. **Marketing and Customer Behavior**, Oxford : Pergamon Press, 1972:
Page 41.
- Mason , J.Barry, Morris L. mayer, U.B. Wilkinson, **Modern Retailing**. 6th edition
Homewood,III:Irwin, c 1993 : 302-304
- Neff , Jack, **Walmart Stores go Private (Label)**,Advertising Age, 29 November 1999 Vol.70
Issue 49 : 1
- Quelch , John A. and David Harding (1997), **Brand versus Private Labels:Fighting to win**,
Harvard Business Review.