

บรรณานุกรม

- ชมดาว สีชะมณฑล และคณะ. 2548. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องพฤติกรรมและความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์โครงการหลวง : กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ตามโครงการวิจัยประจำปี 2548 สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์ตันะ. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2530
- ณัฐชา เพชรากุล และ พรทิพย์ จตุพรพิมล. 2549. พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากสถานที่จัดจำหน่ายผลผลิตมูลนิธิโครงการหลวงในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ตามโครงการวิจัยที่ 3075-0410 งบประมาณปี 2549 : มูลนิธิโครงการหลวง.
- ผู้จัดการร้านค้าโครงการหลวง. สัมภาษณ์. 26 ธันวาคม 2551.
- พิชัย ศิริจันทน์. 2546. สร้างแบรนด์ 2. กรุงเทพฯ : ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่คุณตอบสนองความต้องการเป็น Age.
- สุจินดา ศรีวิเศษ. 2549. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องการรับรู้และการยอมรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์โครงการหลวง. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ตามโครงการวิจัยที่ 3075-3527 งบประมาณปี 2549 : มูลนิธิโครงการหลวง.
- Aaker, D.A. (1991) *Managing* ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่คุณตอบสนองความต้องการเป็น Equity: Captitalizing on the Value of a ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่คุณตอบสนองความต้องการเป็น name. New York : the Free Press.
- Aaker, J.L. (1997) Dimensions of ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่คุณตอบสนองความต้องการเป็น personality. *Journal of Marketing Research*, August.
- Barney ,JB (2003). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, Second edition. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.

- Fournier, S.M. (1994). **A consumer-ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเป็น Relationship Framework for Strategic ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเป็น Management.** Florida: dissertation, Florida University
- Keller , Kevin Lane. 2003. **Building, measuring, and managing brand equity.** 2nd Ed. Singapore : Prentice Hall.
- Kapferer, J.N. 2004. **The New Strategic ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเป็น Management: Creating and Sustaining ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเป็น Equity Long Term.** London : Kogan Page
- Leslie de Chaernatony and Malcolm McDonald (1997). **Creating Powerful ตราสินค้าโครงการหลวงแสดงถึงสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเป็น s in Consumer, Service and Industrial Markets.** Burlington : Oxford.
- Litwin, G.H., & Stringer, R.A. (1968) **Motivation and organizational climate.** Boston : Division of research Harvard Business School.