

เอกสารอ้างอิง

- กาลีญ วรพิทยุต. (2559). **Brand Identity**. [On-line]. Available: <http://mpe-tu-pattaya.forumotion.net/t97-topic> [2559, มกราคม 22].
- กิตติ สิริพัฒน. (2558). ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ : ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนด. [On-line]. Available: <http://www.bus.tu.ac.th/usr/kitti/product.doc> [2558, ตุลาคม 26].
- กันตฤณันต์ เมืองสนธิ์ และคลฤทัย โกววรรณกุล. (2557). การพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่จัดจำหน่ายในศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2557).
- คณาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ. (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- คอตเลอร์,ฟิลิป และ เพอร์รี่ ไค้ ทีแอส เดอ เบส. (2549). การตลาดนอกกรอบ แนวคิดกลยุทธ์หยุดโลก. (แปลจาก Lateral Marketing. โดย คณัยจันทร์ เจ้านาย และปริญญา นิवासานนท์). กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.
- จิวรรณ จันปลา และคณะ. (2559). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2559).
- ชมจันทร์ ดาวเดือน. (2558). การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณบ้านผาทั่ง จังหวัดอุทัยธานี. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2558).
- ชัยรัตน์ อัสวางกูร. (2548). ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ : ทั่วอีสานการพิมพ์.
- ณรงค์ จิวังกูร. (2545). **Brand Building Dynamic - 10 ขั้นตอนการสร้างแบรนด์**. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- ตุล เมฆยงค์. **กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Law)**. [On-line]. Available: crru.ac.th/attachments/article/129/copyright.ppt [2560, สิงหาคม 20].
- ดำรงค์ พิณคุณ. (2559). การตลาดคลาสสิก. กรุงเทพฯ : ดำรงค์ พิณคุณ.
- ไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์. (2559). **ชื่อเด่นแบรนด์ดัง**. [On-line]. <http://www.thaifranchisecenter.com/links/group.php?id=15&list=1> [2559, กุมภาพันธ์ 21].
- บาร์ไวส์, แพ้ททริก. (2556). **คัมภีร์นักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

ปิยะนันท์ สวัสดิ์ศฤงคาร. (2559). [On-line]. <http://www.hrtraining.co.th/article> [2559, มีนาคม 15].

พิบูล ทีปะปาล. (2543). การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
มาร์เก็ตติ้ง อู๊ปส์. (2559). ที่มาของการตั้งชื่อใน “13 แบรินด์ดัง” ที่คนทั่วโลกคุ้นเคย.

[On-line]. <https://www.marketingoops.com/reports/fast-fact-ที่มาแห่งการตั้งชื่อใน-13>
[2016, September 16].

เมธวดี พัทธประโคน และคณะ. (2561). ผ้าไหมทอมือพื้นบ้าน ในเขตพื้นที่จังหวัดสุรินทร์. วารสาร
สถาบันวัฒนธรรมและศิลปะปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2559).

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.

รีส์, อัล. (2549). ต้นกำเนิดแบรนด์. (แปลจาก The Origin of Brands. โดยสมวงศ์ พงศ์สถาพร).
กรุงเทพฯ : อี.ไอ. แสควร์.

วิกิพีเดีย. (2558). สโลแกน. [On-line]. Available: <http://wikipedia.org/wiki/> [2558, มีนาคม 15].

วิกิพีเดีย. (2559). โลโก้. [On-line]. Available: <http://wikipedia.org/wiki/> [2559, กรกฎาคม 7].

วิกิพีเดีย. (2559). เครื่องหมายการค้า. [On-line]. Available: <http://wikipedia.org/wiki/> [2559, กรกฎาคม 19].

วิกิพีเดีย. (2559). ตราสินค้า. [On-line]. Available: <http://wikipedia.org/wiki/ตราสินค้า>
[2559, พฤศจิกายน 17].

วิกิราต์ มงคลจันทร์. (2558). **Marketing for Work**. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: อาคนัยการพิมพ์.

วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2552). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อปปี้.

วิทย์ เทียงบุญธรรม (2541). พจนานุกรม ไทย-อังกฤษ (ฉบับห้องสมุด). กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2550). พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างไรให้อยู่รอดและยั่งยืน?: บทเรียนจากนวัตกรรม
ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารสถาบัน พระปกเกล้า (พฤษภาคม-สิงหาคม 2550).

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2559). ปฐมบทเรื่อง Brand/Branding: การตั้งชื่อตรา
[On-line]. <http://marketeer.co.th/archives/71432> [2559, มิถุนายน 30].

สกวเดือน เชื้อสิดา และนิรัช สุตสังข์. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น
ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2560).

สุภวรรณ พันธุ์จันทร์ 2889. สักขารมณ์ความรู้สึก. [On-line]. Available: <http://www.nana-bio.com/image%20web2/nana%20story/color.html> [2559, กันยายน 22].

สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). Packaging Design. กรุงเทพฯ : วาดศิลป์.

อรุณวรรณ ตั้งจันทร์, เกษร ชิตะจารี, และ นิรัช สุตสังข์. (2556). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจาก
ผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (ตุลาคม-ธันวาคม 2556).

Aaker, D.A. (1996). **Measuring Brand Equity Across Products and Markets.**

California Management Review, 38(3), 102-120.

Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; & Stanton, William J. (1997). **Marketing.** (9th.ed.).

Boston: McGraw-Hill.

Jennifer L Aaker. (1997). "Dimensions of Brand Personality : Journal of Marketing Research, Vol. 34, No. 3 (Aug., 1997), pp. 347-356.

Kapferer, J.N. (2008). **New Strategic Brand Management : Creating and Sustaining Brand Equity Long Term.** (4th. ed.) . London : Kogan Page.

Russell , J.Thomas and Lane , W.Ronald . Kleppner' s. (1990). **Advertising Procedure.** (11th.ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Stephen Brown. (2016). **Brands and Branding.** London: SAGE.

Temporal, P. (2000), **Branding in Asia**, John Wiley & Sons, Singapore, pp. 11, 25-6, 33.

Merle Crawford and Anthony Di Benedetto. (2015). **New Products Management.** (11th.ed.). New York: McGraw-Hill Education.

