

เอกสารอ้างอิง

- คณาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ. (2559). **หลักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : ทริปเพิล กรุ๊ป.
- คอตเลอร์,ฟิลิปและเพอร์นันโด ทีแอส เดอ เบส. (2549). **การตลาดนอกกรอบ แนวคิดกลยุทธ์หยุดโลก**. กรุงเทพฯ : ดีเอ็มจี
- ปัทมาพร ทอชู และวิทยา อินทร์สอน. **การออกแบบตราสัญลักษณ์ท็อโลโก้เพื่อธุรกิจ (Logo Design for Business)**. [On-line]. Available: <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643§ion=4&issues=> [2561, กุมภาพันธ์ 12].
- รีส์, อัล. (2549). **ต้นกำเนิดแบรนด์**. (แปลจาก The Origin of Brands. โดยสมวงศ์ พงศ์สถาพร). กรุงเทพฯ : อี.ไอ. แสควร์.
- ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2561). ยุทธศาสตร์กาแพปี 2560-2564. [On-line]. Available: http://www.doa.go.th/hort/images/jsn_is_thumbs/images/hort/strategiccoffee.pdf [2561, เมษายน 20].
- สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน (2561). **ข้อมูลการปลูกกาแฟในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. กรมส่งเสริมการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- Aaker, D.A. (1996). **Building Strong Brands**, New York: The Free Press.
- Al Ries and Jack Trout. (2001). **Positioning the Battle for Your Mind**. New York: McGraw-Hill.
- 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.
- Keller, K.L. (2008). **Strategic Brand Management**. (3rd.ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2001). **Marketing in the New Economy**. New Jersey : Prentice Hall international.
- Kotler, Philip and Keller Kevin L. (2006). **Marketing Management**. (12th.ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Heidi Cohen. (2015). **30 Branding Definitions**. [On-line]. Available: <http://heidicohen.com/> [2015, October 28].

- Levitt. (2015). **Marketing Myopia**. [On-line]. Available: [http:// anandahussein. lecture. ub.ac.id/files/ 2015/09/MARKETING-MYOPIA.pdf](http://anandahussein.lecture.ub.ac.id/files/2015/09/MARKETING-MYOPIA.pdf) [2016, December 3].
- Merle Crawford and Anthony Di Benedetto. (2015). **New Products Management**. (11th.ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Russell , J.Thomas and Lane , W.Ronald . Kleppner' s. (1990). **Advertising Procedure**. (11th.ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Srivastava, Rajendra K. and Thomas Gregory Metz. (2016). **The Future of Branding**. New Delhi: Sage Publications India.
- Stephen Brown. (2016). **Brands and Branding**. London: SAGE.
- Tybout, A. M., & Calkins, T. (2005). **Kellog on Branding**. New Jersey: John Wiley & Sons. Hoboken.
- 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.

