

บรรณานุกรม

กฤษณ์ ธีรณมย์. (2556). แปรนด้องค์กรการประเมินค่าแบรนด์ด้องค์กร. กรุงเทพฯ: ไชเบอร์พริ้นท์.
กระแสฟาสต์แฟชั่นบุกอาเซียนคาคปี'56 คั่นยอคนำเข้าเสื้อผ้าพุ่ง45%” (2556, 28 กันยายน).

วันที่ค้นข้อมูล 30 ตุลาคม 2556, เข้าถึงได้จาก http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=200807:-5645&catid=176:2009-06-25-09-26-02&Itemid=524)

กระแสฟาสต์แฟชั่นแรงสวสศควกราคาย่อมกว่าแบรนด์เนม. (2555, 29 ธันวาคม). วันที่ค้นข้อมูล 30 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413371420

ไชรหัสธุรกิจแฟชั่นแบรนด์เนม. (2555, 2 ตุลาคม). วันที่ค้นข้อมูล 15 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก <http://www.positioningmag.com/magazine/printnews.aspx?id>

ความเป็นมาของ H&M ในประเทศไทย. (2556, 4 กันยายน). วันที่ค้นข้อมูล 1 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%8A%E0%B9%81%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B9%8C%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B9%87%E0%B8%A1>

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). เทคนิคการใช้ สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์โพรเกรสซีฟ

ณัฐสุภา เจริญยิ่งวัฒนา. (2553). การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. วันที่ค้นข้อมูล 20 กรกฎาคม 2556, เข้าถึงได้จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/july_dec2010/pdf/P_117132.pdf

ทีมข่าวสตรี. (2556, 5 มีนาคม). บทความเรื่อง “ฟาสต์ แฟชั่น เทรนด์แฟชั่น โลกศตวรรษ 21”. วันที่ค้นข้อมูล 30 ตุลาคม 2556, เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/content/life/330310>)

ไทยเดือด H&M บุกทวงตลาดแชมป์เบอร์ 1. (2012, 3 ตุลาคม). วันที่ค้นข้อมูล 30 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก <http://www.brandbuffet.in.th/2012/10/handm-opening-bangkok/>

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: เอส.อาร์. พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์.

- นฐพร โอภาสวัชรกุล. (2553). *ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้า ประเทศแหล่งกำเนิด และคุณค่า ตราสินค้าของสินค้าแฟชั่น*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภาพร สุคัมภี. (2550). *การใช้ความรู้ การรู้จัก ภาพลักษณ์ตราสินค้าในการสร้างคุณค่าตราสินค้าเครื่องสำอางชั้นนำในประเทศไทย*, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เปิดตัว H&M Open House for Press. (2555, 5 กรกฎาคม). วันที่ค้นข้อมูล 3 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก <http://thaicattwalk.com/?p=30408>
- แฟชั่นไทยก็คัก H&M - ยูนิโคล่ คบเท้าชิงแชร์ตลาดไทย. (2555, 14 ตุลาคม). วันที่ค้นข้อมูล 30 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก http://www.acnews.net/detailnews.php?news_id=N255500911
- วรรณฉัตร แสงมิน. (2554). *ภาพลักษณ์ตราสินค้าและคุณค่าตราสินค้าเสื้อผ้าแบรนด์ฮาวนด์ ออร์จินัล และเพลย์ฮาวนด์บายแบรนด์ฮาวนด์*, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). *การบริหารตราเชิงกลยุทธ์และการสร้างคุณค่าตรา*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภิกา จันทนสมิต. (2555). *ปัจจัยด้านตราสินค้า ความพึงพอใจและความภักดีที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อ ผลิตภัณฑ์ตราสินค้า MNG ของผู้บริโภคย่านสุขุมวิท*, ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สาวก H&M และคนดังเฉลิมฉลองสาขา 2 ในเมืองไทย. (2555, 18 ตุลาคม). วันที่ค้นข้อมูล 2 กันยายน 2556, เข้าถึงจาก <http://www.thairath.co.th/content/life/299500>
- สุกัญญาสุทธิ วิเศษพงศ์. (2550). *การตระหนักรู้ (Brand Awareness) และการตัดสินใจของผู้เลือกซื้อสินค้าเสื้อผ้าตรา Zara*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อินเตอร์แบรนด์แข่งเคียดคูเงินคนไทย. (2556, 12 มกราคม). วันที่ค้นข้อมูล 2 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=148083:2012-10-12-15-26-34&catid=85:2009-02-08-11-22-45&Itemid=417
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York, NY: Free Press.

- Aaker, D. A. (1996). *Measuring brand equity across products and markets*. California *Management Review*, 38(3), 102-120.
- Aron O. C., & Eric, C. (2008). Studying Chinese generation Y consumers' involvement in fashion clothing and perceived brand status. *Journal of Product & Brand Management*, 17(5), 341 – 352.
- Datamonitor, O. (2010). *Apparel retail industry profile:Global*. London: Datamonitor.
- Etzel , M., Walker, B., & Stanton, W. (2007). *Marketing* (14th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Farquhar, P. H. (1990). Managing brand equity. *Journal of Advertising Research*, 30(4), 7 – 11.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualization, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Consumer Marketing*, 57(1), 1-22.
- _____. (2003). *Strategic brand management: Building, measuring and managing brand equity* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Knapp, D. E. (2000). *The brand mindset*. New York: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mei-mei, L. (2006). The Brand loyalty of sportsware in Hong kong. *Journal of Textile and Apparel*, 5(1), 2.
- Okonkwo, U. (2007). *Luxury fashion branding*. New York: Palgrave Macmillan.
- Riesenbeck, H. & Perry, O. J. (2009). *Power brand, measuring, making and managing brand success*. Freiburg: Kuhn & Weyh.
- Shimp, T. A. (2000). *Advertising promotion and supplemental aspects of integrated marketing communications* (5th ed.). Fort Worth: Dryden Press.
- Sexton, D. (2008). *Branding 101: How to build the most valuable asset of any business*. New Jersey: John Wiley & Son.