

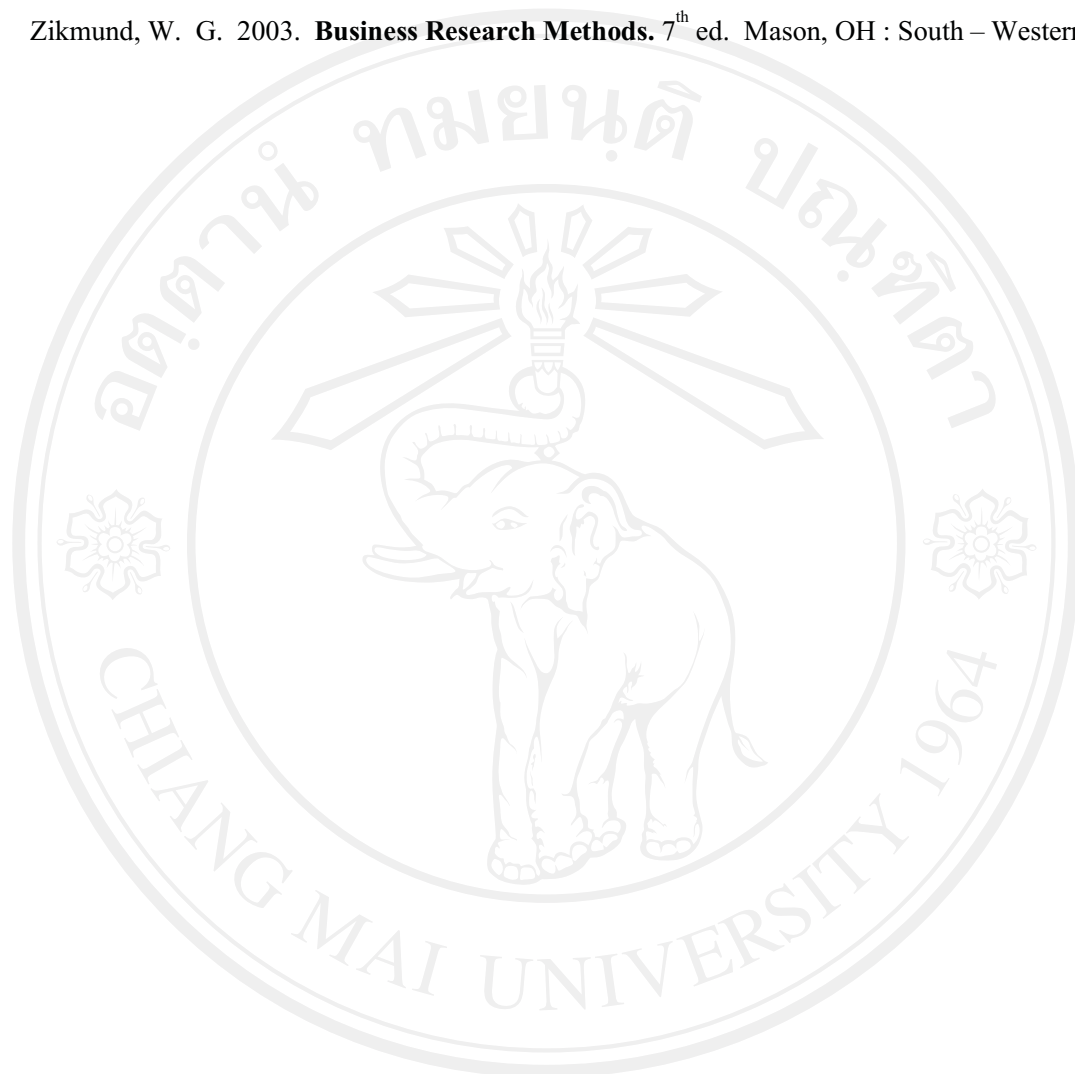
เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ พรหมจีน และนิรมล อุดมอ่าง. 2552. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาเขียวผสมตะไคร้ และชะเอมโดยใช้โลจิสติกส์รีเกรสชัน. การประชุมวิชาการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ครั้งที่ 1; 45ปี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 20 – 21 พฤศจิกายน. เชียงใหม่.
- กฤษณาลี รื่นรมย์. 2549. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กู๊ดมอร์นิ่งมันเดย์. เนตที่เผยแพร่ข้อมูลผลวิจัยทั่วโลก"ดื่มชา"ช่วยเพิ่มความแข็งแรงให้กระดูกทั้งขา ร้อน และชาเย็น ป้องกันได้สารพัดโรค. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <http://library.dip.go.th/multim/edoc/09164.doc> (3 ธันวาคม 2552).
- คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2546. แผนธุรกิจ: ชาเขียวใบหม่อน **Greeny tea**. กรุงเทพฯ: โครงการทางธุรกิจประเภทแผนธุรกิจหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาลัยบัณฑิต.
- จินตนา อุปติสสกุล และ ชงชัย สุวรรณสิขณัน. 2549. การประเมินค่าทางประสาทสัมผัส (sensory evaluation). ใน รุ่งนภา พงศ์สวัสดิ์มานิต (บรรณาธิการ). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใน อุตสาหกรรมเกษตร. (หน้า 299-323). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูลีพร ศักดิ์สง่าวงษ์, เลิศรัก ศรีกิจการ, ดวงพร พิษผล และภาวิน ผดุงทศ. 2548. การศึกษา พฤติกรรมการบริโภคและความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยของชาวต่างประเทศในงาน ถนนคนเดินเชียงใหม่. รายงานการวิจัยสัปดาห์แพทย์สาธารณสุข มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิรมล อุดมอ่าง, กัญญารัตน์ สุทธิภักดี และวิฑูร ปริญญาวิวัฒน์กุล. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการ ยอมรับและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรของผู้บริโภคโดยใช้เทคนิคโลจิสติกส์ รีเกรสชัน. วิจัย สู่สังคม รื่นรมย์และเป็นสุข, 23 – 25 พฤศจิกายน 2550, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่, การนำเสนอโปสเตอร์.
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2547. ชาสมุนไพร : ตลาดเติบโต. กระแสรักษ์สุขภาพหนุน. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=23168>
(11 กรกฎาคม 2551).

- บริษัท เอ. อาร์. บิสิเนส เพรส จำกัด. 2545. ใบชาเข้าห้างฯ สาทิตแจกซิม. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา http://www.businessthai.co.th/content.php?data=403196_SMEs%20Marketing. (12 กรกฎาคม 2551).
- บิสิเนสไทย. 2547. เรนองทีดีกั้นตลาดชาขงปักธงเขียวรุกสร้างแบรนด์. (ระบบออนไลน์).
แหล่งที่มา <http://www.bcmthailand.com>
- ปณิศา ลัญญานนท์. 2548. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- ประภัสสร สุรวฒนาวรรณ. 2546. ประโยชน์ของชาเขียว. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา
<http://www.gpo.or.th/rdi/html/greentea.html> (28 พฤศจิกายน 2551).
- ปรารธนา บุตรวงศ์. 2548. การทดสอบผลิตภัณฑ์ชาลำไยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2547. สถิติธุรกิจ. กรุงเทพฯ. : บริษัท เอช. เอ็น. กรุ๊ป จำกัด
- ศิริกาญจน์ ก้อนสมบัติ. 2547. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชากระเจียว. ภาควิชาเทคโนโลยีการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศุภฤกษ์ ณะสาร. 2547. พฤติกรรมการซื้อชาเขียวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม
เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. 2551. ข้อมูลอุตสาหกรรมอาหาร 12 สาขา. (ระบบ
ออนไลน์). แหล่งที่มา <http://fic.nfi.or.th/th/thaifood/product52-coffee.asp>
(20 สิงหาคม 2553).
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2549. ชา(tea). (ระบบออนไลน์).
แหล่งที่มา <http://www.tistr-foodprocess.net/Tea.htm> (8 สิงหาคม 2551).
- อุทุมพร จามรมาน. 2530. การสู่มตัวอย่างทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: โครงการตำราวิทยาศาสตร์
อุตสาหกรรม.
- อรชร มณีสงฆ์. 2553. พฤติกรรมผู้บริโภค. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา
<http://learners.in.th/file/piyaporn/พฤติกรรมผู้บริโภค.ppt> (4 กันยายน 2553).
- Cooper, R. G. 2001. **Winning at New Products : Accelerating the Process from Idea to Launch.** 3rd ed. Cambridge, MA : Perseus

Meilgaard, M., Civille, G. V. and Carr, B.T. 1999. **Sensory evaluation techniques**. Florida:
3rd ed. CRC Press. Boca Raton.

Zikmund, W. G. 2003. **Business Research Methods**. 7th ed. Mason, OH : South – Western.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved