

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- กาญจนพุก นิสสัยสุข. 2547. “OISHI Greentea หัวใจ คือ ความเป็นต้นตำรับจากญี่ปุ่น.” นิตยสาร การตลาดโฟร์-พี 1, 6 (มีนาคม): 88-93.
- “จับกระแสฮอต นื่องวิว มาร์เก็ตติ้ง.” 2547. บิสิเนสไทย. (25 ตุลาคม-31 ตุลาคม): 3.
- “จับตาศึกชิงเบอร์ 3 ชาเขียว.” 2548. ประชาชาติธุรกิจ. (23 - 26 มิถุนายน): 26-27.
- “ชาเขียวพร้อมดื่มตลาดที่ยังไม่มีทางตัน.” 2548. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th> (26 มิถุนายน 2548)
- “ชาเขียวพร้อมดื่มใน-ต่างประเทศ แข่งรสชาติชิงส่วนแบ่งตลาด.” 2546. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.businesshai.in.th> (14 สิงหาคม 2547).
- “ชาเขียว พีเวอร์จับวัยทีน โปรโมชันหน้าร้อนระอุ.” 2547. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.businesshai.in.th> (14 สิงหาคม 2547).
- “ซินมะ โจได้ No.3.” 2547. ผู้จัดการรายสัปดาห์. (27 กันยายน – 3 ตุลาคม): B5.
- “เซนชะท่อม 50 ล. ปรับภาพลักษณ์ดึงนื่องวิวชูกคุณค่าชาเขียวลูกสู้.” 2547. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.manager.com> (21 ตุลาคม 2547).
- ชยากมน ธรรมปริชา และ นงนภัส แพทย์เกษร. 2548. “โออิชิ กรีนที เมื่อชาเขียวคิดถึงบ้าน (เกิด).” นิตยสารการตลาดโฟร์-พี 2, 18 (มีนาคม): 88-93.
- เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล. 2547. “ชาพร้อมดื่ม.” MARKETTER 5, 50 (เมษายน): 92-102.
- “ต้น รับ โออิชิ ขึ้นสู่จุดสูงสุด รักษาบัลลังก์แชมป์ ยากยิ่งกว่า.” 2548. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.bangkokbizweek.com> (24 มิถุนายน 2548)
- นภคล คำมูล. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มชาเขียวผสมน้ำผึ้งปรุงสำเร็จ. เชียงใหม่: สาขาเทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
“เบนแจก 30 ล้าน โออิชิ.” 2548. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.prd.go.th> (24 มิถุนายน 2548).
- “เปิดสมรภูมิน้ำดื่มทุกสายพันธุ์.” 2548. ผู้จัดการรายสัปดาห์. (11-17 เมษายน): B2.
- “เป๊ปซี่ ลิปตัน อินเทอร์เน็ตเนซัลแนล ปรับทัพ ลิปตัน.” 2547. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com/2004/05/20/mar/index>. (21 ตุลาคม 2547).

เพลินทิพย์ โกเมศโสภณ. การวางแผนการตลาด (Marketing Planning). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

“ยูนิฟ ยันปัญหา โออิชิไม่กระทบตลาด.” 2548. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com> (20 กุมภาพันธ์ 2548).

“รัฐชงยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมไบชา.” 2547. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.new.thairath.co.th> (19 กันยายน 2547).

“ลิปตัน เวฟ บุกชาเขียว ขอ 2 ปี โคน ยูนิฟ.” 2546. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.bbknews.com/2003/05/13/mar/index>. (21 ตุลาคม 2547).

ล้วน สายยศ. 2543. การวัดด้านจิตพิสัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

วุฒิกกร สิ้นธุวาทิน. 2546. “Lipton Green Tea เมาไม่จับ.” **BrandAge** 4, 7 (กรกฎาคม): 118-122.

_____ . 2547. “Green Tea Feeba (Fever).” **นิตยสารการตลาดโพร์-พี** 1, 10
(กรกฎาคม): 64-85.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. **ศัพท์การตลาดและการโฆษณา**. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.

ศุภฤกษ์ ชนะสาร. 2547. พฤติกรรมการซื้อชาเขียวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุวิมล แม้นจริง. 2546. **การจัดการการตลาด (Marketing Management)**. กรุงเทพฯ: บริษัท เอช.
เอ็น.กรุ๊ป จำกัด.

“อายิโนะโมะโต๊ะ ส่ง เซนชะทำศึกษาเขียว.” 2547. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com/2004/04/01>. (1 พฤศจิกายน 2547).

อรนุช วงศ์ทัศนีย์. 2547. พฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอก บุญเจือ. 2546. “การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งใน
ตลาด (Market Segmentation, Market Targeting and Market Positioning).” ใน
หลักการตลาด. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
หน้า 70-80.

“Diffrentiate Marketing จุดขายชาเขียวน้องใหม่.” 2547. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.businessThai.in.th> (14 สิงหาคม 2547).

“Greentea Return of Brand.”. 2547. **Marketeer** 5, 54 (สิงหาคม): 162-163.

Kotler, Philip. 2003. **Marketing Management**. 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

“OTOP Shop เชียงใหม่ศูนย์กลางสินค้าภาคเหนือเปิดแล้ว.” 2547. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th> (30 กันยายน 2547).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved