

เอกสารอ้างอิง

- ธีรนุช โอภาพงพันธ์ และคณะ. 2547. การทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ชามะนาวผงปรุงสำเร็จ: รายงานการวิจัย. เชียงใหม่: โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2538. การวัด การใช้มาตราส่วนและวิธีการเลือกตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2548. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรปี' 48: มูลค่า 48,000 ลบ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tfb.co.th> (15 กันยายน 2548).
- บริษัท เอ.อาร์. บิสิเนส เพรส จำกัด. 2547. เรนองที่ติดกันตลาดชาขงปักธงเขียวรุกสร้างแบรนด์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.businesssthai.co.th> (28 กรกฎาคม 2547).
- ประภัสสร สุรวัดนาวรรณ. 2546. ประโยชน์ของชาเขียว. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gpo.or.th/rdi/html/greentea.html> (17 ธันวาคม 2547).
- ภาณุ อัมพรบุพชา. 2542. อาหารเป็นยา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รวมทัศน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. 2546. แผนธุรกิจ: ชาเขียวใบหม่อน **Greeny Tea**. กรุงเทพฯ: โครงการทางธุรกิจประเภทแผนธุรกิจหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- รัตนา อัดตปัญญา. 2544. หลักการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ. เชียงใหม่: สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วงเดือน สุภักชนาการ. 2542. ชาลำไย: รายงานโครงการวิจัย. เชียงใหม่: สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริกาญจน์ ก้อนสมบัติ. 2547. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชากระเจียบ: รายงานโครงการวิจัย. เชียงใหม่: สาขาเทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2543. แผนธุรกิจ: ร้านเครื่องดื่มสมุนไพร **เฮอร์บีดีริง**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ismed.or.th> (18 กันยายน 2547).

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2547. **ลำไย: เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2537-2547.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.oae.go.th> (27 ตุลาคม 2548).
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. 2547. **รายงานฉบับสมบูรณ์: โครงการศึกษาการนำเข้าเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตสาขาเครื่องจักรบรรจุภัณฑ์ (เครื่องจักรบรรจุของเหลว).** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.oie.go.th/project/machine.pdf> (7 พฤศจิกายน 2548).
- ห้องสมุดธนาคารไทยพาณิชย์. 2547. “ชาสมุนไพร: ตลาดเติบโต...กระแสรักสุขภาพหนุน.” **มองเศรษฐกิจ 10, 1489** (6 กรกฎาคม). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.scb.co.th/LIB/th/article/mong/2547/m1489.html> (7 พฤศจิกายน 2548).
- “5 พลังสัมผัส Sensory Marketing.” 2548. **กรุงเทพธุรกิจ** (7 ตุลาคม). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbizweek.com> (21 พฤศจิกายน 2548).
- Cooper, Robert G. 2001. **Winning at New Products: Accelerating the Process from Idea to Launch.** 3rd ed. Cambridge, MA: Perseus.
- Crawford, Merle and Benedetto, Anthony Di. (2003). **New Product Management.** 7th ed. New York, NY: McGraw-Hill.
- Jaeger, Sara. 2005. **Consumer Sensory Scales: A Critical Reflection** [Online]. Available: <http://www.pangborn2005.com/papers/wsJaeger.pdf> [2005, November 6].
- Kotler, Philip. 2003. **Marketing Management.** 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Lehmann, Donald R. and Winer, Russell S. 2002. **Product Management.** 3rd ed. New York, NY: McGraw-Hill.
- Urban, Glen L. and Hauser, John R. 1987. **Essentials of New Product Management.** Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

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