

บรรณานุกรม

- คุณทลี รื่นรมย์. 2545. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. 2548. “ข้อมูลจำนวนประชากรและบ้าน”.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.dopa.go.th> (13 มกราคม 2548).
“การตลาดตั้งรับยุคน้ำมันแพง.” 2548. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thannews.th.com>
(21 เมษายน 2548).
- กุลวี พิโรจน์รัตน์. 2545. การเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าอาหารแปรรูปในกลุ่มผู้บริโภคสิงคโปร์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- “จัดมอเตอร์ เอ็กซ์โปที่เชียงใหม่ กระตุ้นตลาด – สวนกระแสน้ำมันพุ่ง.” 2548. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th> (4 สิงหาคม 2548)
- “จับกระแสฮอต น้องวิว มาร์เก็ตติ้ง.” 2547. **บิสิเนสไทย**. (25 ตุลาคม -31 ตุลาคม): 3.
- ชมพูนุช นุคาคม. 2542. หลักการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ.: ศูนย์เอกสารและตำราสถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- “ชาเขียว : เดิบโตที่...โคคเค่น” 2547. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th>
(1 พฤศจิกายน 2547).
- “ชาเขียวพร้อมดื่มใน-ต่างประเทศ แข่งรสชาติชิงส่วนแบ่งตลาด.” 2546. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.businesssthai.in.th> (14 สิงหาคม 2547).
- “ชาเขียว ฟิวเจอร์จับวัยทีนโปรโมชันหน้าร้อนระอุ.” 2547. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.businesssthai.in.th> (14 สิงหาคม 2547).
- “ชาเขียวพร้อมดื่ม ตลาดที่ยังไม่มีทางตัน.” 2548. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.manager.co.th> (7 สิงหาคม 2548)
- ชยาภรณ์ ชรรพรีชา และ นงนภัศ แพทย์เกษร. 2548. “โออิชิ กรีนที เมื่อชาเขียวคิดถึงบ้าน (เกิด).
“นิตยสารการตลาดโพร์-พี 2, 18 (มีนาคม): 88-89
- ฐจิตรา สรรพกิจ. 2547. การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านกาแฟแก้วคของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- คารา ทีปะปาล. 2541. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

- เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล. 2547. “ชาวพร้อมดื่ม.” *MARKETEER* 5, 50 (เมษายน): 92-102.
- “ค้น รับ ไออีซีขึ้นสู่จุดสูงสุดรักษาบัลลังก์แชมป์ยากยิ่งกว่า.” 2548. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbizweek.com> (7 สิงหาคม 2548).
- ธีรบุษ โอบาทพงษ์พันธ์. 2548. การรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่ม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร บัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสัทธิพัฒนา จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และ ไซเทกซ์ จำกัด.
- สุกฤษฎ์ ธาระสาร. 2547. พฤติกรรมการซื้อชาเขียวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ อุตสาหกรรมเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมบุญ รุจิจร. 2548. “ชาเขียวกลมชาเขียว อาบเลือด อัดเทรค ชิงแชร์.” นิตยสารการตลาดโฟร์- พี 2, 23 (สิงหาคม) : 49 – 56.
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. 2546. “ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนของจังหวัดเชียงใหม่ปี 2537-2545 (หน่วย : บาท)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://e.chiangmai.go.th> (20 ธันวาคม 2547).
- “อายิโนะโมะโต๊ะ ส่ง เซนเซทำศึกษาเขียว.” 2547. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com/2004/04/01>. (1 พฤศจิกายน 2547).
- Schultz, Don E., Tannebaum, Stanley I. and Lautreborn, Robert F. 1994. *Integrated Marketing Communications*. NTC Business Books.