

เอกสารอ้างอิง

- คุณทลี รื่นรมย์ และคณะ. 2547. “การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น.” กรุงเทพฯ: อินโนกราฟิกส์.
- เกศสิริ ปันธุระ และคณะ. 2549. ความพึงพอใจต่อการจัดการศึกษารายวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้รับบริการการศึกษา ศูนย์การศึกษาดูณพิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- คมสัน สุริยะ. 2547. เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยคำตอบแทนสำหรับบริการด้านสิ่งแวดล้อม. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. 2552. แบบจำลองโลจิสติกส์: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์. เชียงใหม่: ศูนย์การวิเคราะห์เชิงปริมาณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
Available Online: <http://www.tourismlogistics.com>.
- ใจแก้ว แฉมเงิน. 2550. ได้ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานประมาณแผ่นดิน.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ และปวีณา อาจนาวัง. 2556. ต้นแบบกลยุทธ์การตลาดสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน เพื่อการค้าระดับประเทศ สู่ความยั่งยืน (กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีระดับต่ำกว่า 3 ดาว ในเขตอำเภอวังนาเขียว จังหวัดนครราชสีมา). ศูนย์กลางนครราชสีมา. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ชนิดา พันธุ์มณี. 2550. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา ศศ 214 เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นภารัตน์ ภัทรประยูร. 2546. ความเต็มใจที่จะจ่ายในการบริโภคผักปลอดสารพิษ. ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- นุกุล พิกุล และ ญาดาวิมินทร์ พิชทองหลวง. 2554. ผลการฝึกปฏิบัติการเขียนแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชาฯ เชียงใหม่.
- บริษัท ควอลิตี เรคค่อนซัน กรุ๊ป จำกัด และมหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภคกับการบริหารจัดการด้านการตลาดสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร. รายงานผลการวิจัย. สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร.

ปฐวี แสงฉาย.2536. ทศนคติของเกษตรกรที่ปลูกชา(เมี่ยง) ที่มีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ตำบล
ป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ สาขาส่งเสริมการเกษตร
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ผดุงเกียรติ ม่วงนนทศรี. 2542. ผลกระทบบางประการของกระบวนการผลิตเมี่ยงที่มีต่อระบบนิเวศ
ป่าไม้ในพื้นที่ต้นน้ำ ตำบลสวนเขื่อน อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่.การค้นคว้าอิสระ
สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พงษ์สันต์ ดันหยง และคณะ. 2549. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ในจังหวัดนครปฐม. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. 2544. การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

รติ ชีรการณวงศ์. 2548. ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมหมีแพนด้าและโครงการจัดตั้ง
กองทุนอนุรักษ์หมีแพนด้า. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ลักขมี งามมีศรี และคณะ. 2552. การศึกษาการตลาดสินค้า OTOP ผู้แนวทางการพัฒนากลยุทธ์
การตลาดสินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. รายงานการวิจัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สถาบันชา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง 2551. พื้นที่ปลูกเมี่ยงของประเทศไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงได้
จาก: <http://teainstitutemfu.com/main/blog> (29 สิงหาคม 2559).

สดชื่น อุตอามาตย์ และคณะ. 2554. แนวทางการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์. คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

สายลม สัมพันธ์เวชโสภาและ คณะ. 2551. การศึกษาสถานภาพปัจจุบันของชาในประเทศไทย.
รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์.สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

โสรัจ รัตนบุษย์ และคณะ. 2551. พฤติกรรมการบริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการของ
ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาบางนา. สำนักงานวิจัยและบริการวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

หทัยชนก ตีรณวัฒนากุล. 2545. อาชีพการทำเหมืองของบ้านปางมะโอ ตำบลแม่นะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ / หทัยชนก ตีรณวัฒนากุล.วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อภิรดี สาลิกา.2527. การศึกษาสารที่ให้กลิ่นในเหมือง(ใบชาหมัก). วิทยานิพนธ์ สาขาเคมี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อพ.สธ. 2554. โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี แผนแม่บทระยะ 5 ปี [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.royalagro.doe.go.th/pgcp/?page_id=2 (20 สิงหาคม 2559).

อาทิตย์ยา คำคำ. 2547. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เหมืองหวนบรรจขวดแก้ว. ปัญหาพิเศษ สาขาเทคโนโลยีพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Afzal, S. 2009. "Marketing Capability, Strategy and Business Performance in Emerging Markets of Pakistan." **IUB Journal of Social Sciences and Humanities**, 7(2): 88-102.

Ardjouman, D. and Asma, B. 2015. "Marketing Management Strategies Affecting Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Cote d'Ivoire." **International Journal of Business and Social Science**, 6(4): 141-150.

Bearden, B., Ingram, T. and laforge, B. 2004. Marketing, Principle and Perspectives. The International edition. New York: McGraw-Hill.

Brahmane, J. 2014. "An Empirical study on Sales capability and Marketing implementation capability of SMEs in India and their impact on market share." **IOSR Journal of Business and Management**, 16(11): 7-16.

Darby et al., 2006. "Willingness to Pay for Locally Produced Foods: A Customer Intercept Study of Direct Market and Grocery Store Shoppers." **Selected Paper Prepared for Presentation at the American Agricultural Economics Association Annual Meeting**, (July 2006).

Ehirim et al. 2007. "Determinants of Consumers Willingness to Pay for Fish Safety in Bayelsa State of Nigeria." **The Social Sciences**. 2 (4) : 399 – 404.

Ekelund, Lena and Heléne Tjärnemo. 2004. "Consumer Preferences for Organic Vegetables – The Case of Sweden." **Proc. XVth IS on Hort Econ & Manag** : 121 – 128.

Gracia, Azucena and Tiziana de Magistris. 2008. "The Demand for Organic Foods in the South of Italy: A Discrete Choice Model." **Food Policy**. 33 (2008): 386 – 396.

- Harrison, R. W.; J. Gillespie and D. Fields. 2001. "Theoretical and Empirical Consideration of Eliciting Preferences and Model Estimation in Conjoint Analysis." **Selected Paper American Agricultural Economics Association Annual Meeting**. (August 2001).
- Lin et al. 2006. "Consumers' Willingness to Pay for Biotech Foods in China: A Contingent Valuation Approach." **AgBioForum**. 9 (3) : 166 – 179.
- Liu, Yuanyuan; Yinchu Zeng, and Xiaohua Yu. 2009. "Consumer Willingness to Pay for Food Safety in Beijing: A Case Study of Food Additives." **Contributed Paper Prepared for Presentation at the International Association of Agricultural Economist Conference**. (August 2009).
- Moon, Wanki and Siva K. Balasubramanian, 2003. "Is There a Market for Genetically Modified Foods in Europe? Contingent Valuation of GM and Non – GM Breakfast Cereals in the United Kingdom." **AgBioForum**. 6 (3) 128 – 133.
- Tranter et al. 2009. "Consumers' Willingness – to – Pay for Organic Conversion – Grade Food: Evidence from Five EU Countries." **Food Policy**. 34 (2009) : 287 – 294.
- Tavernier, Edmund M.; Onyango, Benjamin M. and Pray, Carl E. 2006. "The Influence of Perceived Food Attributes on Consumer Preferences for Organic and GMO Foods." **CAES 26th West Indies Agricultural Economics Conference, Puerto Rico, July 2006**: 148 – 155.
- Vanit – Anunchai, C. and E. Schmidt. 2004. "Consumer Willingness to Pay for Environmentally Friendly Produced Vegetables in Thailand." **Proc. XVth IS on Hort Econ & Manag** : 107 – 113.