

เอกสารอ้างอิง

- คณาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ. (2559). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- คอตเลอร์,ฟิลิป และ เพอร์รี่,ทอม. (2549). **การตลาดนอกกรอบ แนวคิดกลยุทธ์หยุดโลก**. กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.
- ชื่นจิตร อังวรารวงศ์ และไพบุลย์ ญาณกิตติ์กู. (2560). การวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพผงข้าวออร์แกนิกขงดื่ม. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. 37 (4), 93.
- ชัยรัตน์ อิศวาทกู. (2548). **ออกแบบให้โดนใจ**. กรุงเทพฯ: ทัชชารีนการพิมพ์.
- ฉันทธร ดิณภพ และคณะ. (2559). ความสัมพันธ์ของกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตภาคกลาง. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 11 (3), 325.
- นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ. (2553). โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานปทานและโลจิสติกส์. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- บาร์ไรส์, แพททริก. (2556). **คัมภีร์นักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.
- บุรณะศักดิ์ มาตหมาย. (2009). **บริหารโซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) อย่างไรให้เกิดผล ตอนที่ 1**. No. 139.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2560). การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**. 5 (ฉบับพิเศษ), 406.
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2544). **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เจริญบุญการพิมพ์.
- พิรภาว ทวีสุข. (2558). ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์ในประเทศไทย. **สุทธิปริทัศน์**. 29 (92), 167.
- พัชรินทร์ สุภาพันธ และคณะ. (2560). กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ**. (ฉบับพิเศษ), 35.
- มานพ ชุ่มอ่อน. (2557). การศึกษาสถานการณ์อาหารอินทรีย์และศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคต่ออาหารอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- รีส์, อัล, และเทรardt, แจ็ค. (2546). **กลยุทธ์การสร้างภาพพจน์**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วิกิพีเดีย. (2562). ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain). สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2562. จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ห่วงโซ่อุปทาน>

- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2552). **หลักการตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มีสเตอร์ก๊อปปี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์วัฒนา.
- สุทธยา สมสุข. (2556). **การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพฯ: ทริปปี้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- สุนทรตรา จันทบุรี. (2559). โอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย
วารสารเกษมบัณฑิต. 17 (2), 49.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). **Packaging Design**. กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.
- สมพร อิศวิลานนท์ (2561). การบรรยายเรื่อง “ทิศทางการวิจัยด้านข้าวในภาพรวมและตลาดข้าว
ในอนาคต”. งานประชุมวิชาการข้าวแห่งชาติ ครั้งที่ 5, 23-24 พฤษภาคม.
- สมพร อิศวิลานนท์ ปิยะทัศน์พาฬ อนุรักษ์ และ ชมพูนุท สวนกระต่าย. (2556). **การวิเคราะห์ห่วง
โซ่อุปทานของข้าวไทย: กรณีศึกษา ข้าวหอมมะลิบรรจุกอง**. สถาบันคลังสมองของชาติ:
ชีโน พับลิชชิ่ง แอนด์แพคเกจจิ้ง.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2560). จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของ
ภาคการเกษตรของจังหวัดแม่ฮ่องสอน. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2560. จาก <http://www.maehongson.doae.go.th/>
- _____. (2560). พี่เขยเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดแม่ฮ่องสอน. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560. จาก
<http://www.maehongson.doae.go.th/>
- _____. (2560). ปัญหาความต้องการและแนวทางการพัฒนาภาคเกษตร. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม
2560. จาก <http://www.maehongson.doae.go.th/>
- _____. (2560). ความต้องการและแนวทางการพัฒนาภาคเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน. สืบค้นเมื่อ
26 ตุลาคม 2560. จาก <http://www.maehongson.doae.go.th/>
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2557). ครีวเรือนและประชากรของ 7 อำเภอใน
จังหวัดแม่ฮ่องสอนปี 2556. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2557. จาก <http://www.moac-info.net/MaeHongSon/>
- สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน (2559). เศรษฐกิจของจังหวัดแม่ฮ่องสอน. สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม
2559. จาก <http://123.242.182.10/kpi2013/index.php/growth-kpi-3>
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2560). จำนวนหมู่บ้าน ตำบล และ
ประชากรของ 7 อำเภอในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ปี 2560. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2561 จาก
<http://www.bora.dopa.go.th/index.php/th/vision>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). ข้อมูลเศรษฐกิจการเกษตร.
สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2561. จาก <http://www.bora.dopa.go.th/index.php/th/visionhttp://www.oae.go.th/view/>

- สำนักงานสถิติจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2561). รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2561. จาก [http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/
userfiles/file%20Download/Report%20Analysis%20Province/](http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/file%20Download/Report%20Analysis%20Province/)
- เสาวภา พิณเขียว และ นววรรณ ตันติเวชกุล. (2560). การสื่อสารความเป็นตราสินค้าระดับโลกของ
ตราสินค้าระดับโลกและตราสินค้าท้องถิ่นในประเทศไทย. **วารสารบริหารธุรกิจ
เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร**. 12 (2), 93.
- ไอโคบักซี, ดอน. (2551). **การบริหารการตลาดของ Kellogg**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- Aaker, D.A. (1996). **Building Strong Brands**, New York: The Free Press.
- Akrani, Gaurav (2010). **Marketing Mix and 4 Ps of Marketing-Management Article**
Retrieved September 20, 2018, from [http://kalyan-city.blogspot.com/
2010/05/marketing-marketing-mix-4-ps-of.html](http://kalyan-city.blogspot.com/2010/05/marketing-marketing-mix-4-ps-of.html)
- Bearden, B., Ingram. T. & laforge, B. (2004). **Marketing, Principle and Perspectives.**
(The International ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kapferer, J.N. (2008). **New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining
Brand Equity Long Term**. (4th ed.). London: Kogan.
- Kemmis, S. and McTaggart, R. (1988). **The Action Research Planer**. (3rd ed.). Victoria:
Deakin University.
- Gereffi, G., Bamber, P., Frederick, S., Fernandez-Stark, K., (2013). **Costa Rica In Global
Value Chains: An Upgrading Analysis**. Duke Center on Globalization,
Governance & Competitiveness.
- Gereffi, G., Fernandez-Stark, K., (2011). **Global Value Chain Analysis: A Primer**.
Center of Globalization, Governance & Competitiveness, Duke University,
Durham: North Carolina.
- Hana, N., & Wozniak, R. (2001). **Consumer Behavior**. New Jersey: Prentice Hall.
- Jennifer L. A. (1997). Dimensions of Brand Personality. **Journal of Marketing
Research**. 34 (3), 347-356.
- Kotler, (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and
Control**. (9th ed.). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Lingley, R. (2009). **Marketing strategy and alliances analysis of Starbucks
corporation**. Retrieved November 6, 2018, from [https://digitalcommons.
liberty.edu/busi_fac_pubs](https://digitalcommons.liberty.edu/busi_fac_pubs)

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). **Business Model Generation**. New Jersey: John Wiley & Sons.

Solomon, M. R., Russell-Bennett, R., and Previte, J. (2013). **Consumer Behaviour: Buying, Having, Being**, (3rd Ed.) Pearson: Australia.

Temporal, P. (2000), **Branding in Asia**. Singapore: John Wiley & Sons. ,

