

## บรรณานุกรม

### บรรณานุกรมภาษาไทย

- จิตติมา วรกิตติศักดิ์. (2538). *อาหารพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 จังหวัด*. (วิทยานิพนธ์ ค.ม.). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ .
- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และปณิศา มีจินดา. (2558). *แผนการตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษาอาหารไทย-ฮาลาล ไทย-เวียดนาม ไทย-จีน ไทย-ญี่ปุ่น และไทย-ตะวันตก* (รายงานการวิจัย), กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2555). *การบริหารการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ดวงพร อมรเลิศพิศาล. (2559). *โอเมก้า-9 บิ๊กสยาม มากกว่าปลาทะเล 4 เท่า ในไทยรัฐ*. สืบค้นวันที่ 23 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://www.thairath.co.th/content/790447>.
- ทัศนีย์ โรจนไพบูลย์. (2539). *ตำรับขนมไทย*. กรุงเทพฯ : เจเนอรัลบุ๊คส์เซนเตอร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- บุญชววรรณ วิงวอน, อัจฉราภรณ์ วรรณมะกอก และอัจฉรา เมฆสุวรรณ. (2557). *แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มคุณค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง*. *วารสารวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 9(1), 38-55.
- บล็อกโอเคนั้น. (2549). *ผลไม้พื้นเมืองภาคใต้*. สืบค้นวันที่ 23 พฤศจิกายน 2559, <http://www.oknation.net/blog/DeepSky/2010/08/06/entry-1>.
- ปณิศา มีจินดา, และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์. (2553). *ผักหวาน*. สืบค้นวันที่ 27 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.foodnetworksolution.com/wiki/word/2646/%E0%B8%9C%E0%B8%B1%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%99>.

- รวีโรจน์ อนันตธนาชัย, ทิพย์วิมล กิตติวราพล, ชนินทร์ กุลเศรษฐัญชลี, นาฏลดา อ่อนวิมล, อรรถ  
 ชั้นสี, กาญจนศักดิ์ จารุปาน, นนทตะวัน อนันตธนาชัย, นวลรัตดา ประเปรียว, ภาณุพงศ์  
 พนมวัน และถาวร จันทโชติ. (2553). การพัฒนาสำหรับอาหารไทยเพื่อสุขภาพ บนพื้น  
 ฐานเศรษฐกิจพอเพียงและบริบทชุมชน. *วารสารวิจัย มสค.* 1(3), 59-74.
- เรณูมาศ กุละศิริมา และเปรมฤทัย แยมบรรจง. (2555). *รูปแบบการประกอบการธุรกิจอาหารไทยใน  
 ตลาดอาเซียน:กรณีศึกษาประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ  
 ราชอาณาจักรกัมพูชา* (รายงานการวิจัย), กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.  
 ล้านนาฟู้ดตอทคอม. (2558). *ผักพื้นบ้านล้านนา*. สืบค้นวันที่ 23 ธันวาคม 2559, จาก  
[http://www.lannafood.com/lanna\\_vegetable.php](http://www.lannafood.com/lanna_vegetable.php).
- วรรณภา ขำนาญพนา, เสาวคนธ์ เส้าเปรี้ยว, ปรียาพร ตั้งวงศ์ และศศิพร เทียมศักดิ์. (2555). *ผัก  
 พื้นเมืองที่นิยมรับประทาน*. สืบค้นวันที่ 23 ธันวาคม 2559, จาก  
<https://sites.google.com/site/bv540403/page1/phak-phun-meuxng-phakh-ti>.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2560). *หนองคาย*. สืบค้นวันที่ 23 ธันวาคม 2559, จาก  
<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B8%A2>.
- \_\_\_\_\_. (2560). *จังหวัดเพชรบุรี*. สืบค้นวันที่ 23 ธันวาคม 2559, จาก  
<http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%8A%E0%B8%A3%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B5>.
- \_\_\_\_\_. (2558). *อาหารฟังก์ชัน*. สืบค้นวันที่ 23 ธันวาคม 2559, จาก  
<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9F%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B9%8C%E0%B8%8A%E0%B8%B1%E0%B8%99>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุพาดา สิริกุตตา, นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร, จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, ปณิศา มีจินดา,  
 กนกกานต์ วีระกุล, จันทร์จนา ศิริพันธ์วัฒนา, ธิติมา แก้วมณี, ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ และจิรัฐ  
 ชวนชม. (2559). *แผนธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ : กรณีศึกษา  
 วัตถุดิบท้องถิ่นจากหน่อกล้วย เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี* (รายงานการวิจัย), กรุงเทพฯ :  
 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธ์ผจง วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553).

นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 33(128), 49-65.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2552). *นวัตกรรมเพื่อเศรษฐกิจ*. สืบค้นวันที่ 23 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.nia.or.th/nia/th/background/>.

อสมท. จำกัด (มหาชน), บริษัท. (2556). *เทศกาลกินปลาแม่น้ำโขงเริ่มแล้ว*. สืบค้นวันที่ 28 ธันวาคม 2559, จาก

<http://o.mcot.net/site/content?id=ff671810b01dabf3c00a3c3>,

อำไพ ไสร์จจะพันธ์. (2536). *อาหารท้องถิ่นภาคใต้ สงขลา* (รายงานผลการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

#### บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

Arens, W. F., Weigold, M. F. & Arens, C. (2011). *Contemporary Advertising & Integrated Marketing Communications*. (13th ed). New York : McGraw-Hill.

Bateson, J. E. G. & Hoffman, K. D. (2011). *Services Marketing*. (4th ed). Canada : South-Western.

Belch, G. & Belch, M. (2015). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*. (6th ed). Singapore : McGraw Hill.

Blackwell, R., Miniard, P. & Engel, J. (2006). *Consumer Behavior*. (10th ed). South-Western.

Certo, S. C. & Certo, S. T. (2012). *Modern Management : Concepts and Skills*. (12th ed). New Jersey : Pearson Education.

Chan, P. (2011). Regulations and Guideline Relating to Functional Foods in South-East Asia. *International Life Sciences Institute Southeast Asia Region*. Retrieved December 24, 2016, from <http://www.slideshare.net/Adrienna/regulations-for-functional-foods-in-se-asia>,

Coulter, A. (1998), Editorial. *Health Expectations*, 1(1), 1-2.

Coulter, K. S. (2002). The Influence of Print Advertisement Organization on Odd-ending Price Image Effects. *Journal of Product & Brand Management*, 11(5), 319-334.

- Cumming, B. S. (1998). Innovation Overview and Future Challenges. *European Journal of Innovation Management*, 1(1), 21-29.
- Deloitte Belgium. (2013). *Innovation Strategy Direct your Innovation Efforts*. Retrieved December 28, 2016, from <https://www2.deloitte.com/be/en/pages/strategy/solutions/innovation-strategy.html>.
- Duncan, T. (2008). *Principles of Advertising & IMC*. (2nd ed). Singapore : McGraw-Hill.
- Dunning, R. (2013). Research-Based Support and Extension Outreach for Local Food Systems. CEFS CENTER for Environment Farming System, 15-16. Retrieved December 28, 2016, from <http://www.cefs.ncsu.edu/resources/guides/research-based-support-for-local-food-systems.pdf>.
- Eliaz, I. (2012). *The Amazing Benefits Of Functional Foods*. Retrieved December 25, 2016, from : <http://easyhealthoptions.com/the-amazing-benefits-of-functional-foods/>.
- Entrepreneur. (2017). *Business Plan*. Retrieved December 28, 2016, from <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-plan>.
- Hart, S. (1996). *Beyond Special Needs : Enhancing Children's Learning through Innovative Thinking*. London : Paul Chapman.
- Herkema, S. (2003). A Complex Adaptive Perspective on Learning Within Innovation Projects. *The Learning Organization*, 10(6), 340-346.
- Hisrich, D. R., Peters, M. & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship*. (7th ed). New York : McGraw-Hill.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Entrepreneurship*. (9th ed). New York. McGraw-Hill.
- Iowa State University. (2014). *Economic Impacts of Local Food in Iowa*. Retrieved December 28, 2016, from: <http://www.leopold.iastate.edu/marketing/economic-impacts-local-food-iowa>.
- Johne, A. (1999). Successful Market Innovation. *European Journal of Innovation Management*, 2(1), 6-11.

- Kim, Y. G., Eves, A. & Scarles, C. (2009). Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*. 28(3), 423-431.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*. (12th ed). New Jersey : Prentice-Hall.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Principles of Marketing*. (14th ed). U.S.A. : Pearson Education.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Marketing Management*. (12th ed). New Jersey : Pearson Education.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. Upper Saddle River. New Jersey : Pearson Education.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Marketing Management*. (14th ed). New Jersey : Pearson Education.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Marketing Management*. (15th ed). New Jersey : Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T. & Makens, J. C. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. (5th ed). New Jersey : Prentice Hall.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing : People, Technology, Strategy*. (7th ed). USA : Pearson Education.
- Lovelock, C., Wirtz, J. & Chew, P. (2009). *Essentials in Service Marketing*. Singapore : Prentice-Hall.
- Mark-Herbert, C. (2003). Development and Marketing Strategies for Functional Foods. *The Journal of Agro Biotechnology Management & Economics*, 6(1-2), Article 15.
- Martinez, S., Hand, M. H., Pra Da, M., Pollack, S., Ralston, K., Smith, T., Vogel, S., Clark, S., Lohr, L., Low, S. & Newman, C. (2010). Local food Systems : Concepts, Impacts, and Issues. *Economic Research Service journal* 97(28). Retrieved December 28, 2016, from [https://books.google.co.th/books?hl=en&lr=&id=wVTjLY75WW8C&oi=fnd&pg=PT4&ots=5Na40EyDGj&sig=bnuV0PydzZ-jS8X5fGqlfPDYLoU&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.th/books?hl=en&lr=&id=wVTjLY75WW8C&oi=fnd&pg=PT4&ots=5Na40EyDGj&sig=bnuV0PydzZ-jS8X5fGqlfPDYLoU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).
- Nicosia, F. M. & Mayer, R. N. (1976). Toward a Sociology of Consumption. *Journal of Consumer Research*, 3, 65-75.

- Perreault, W. D. Jr., Cannon, P. J. & McCarthy, E. J. (2012). *Essentials of Marketing*. (13th ed). USA : McGraw-Hill.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Essentials of Marketing : A Marketing Strategy Planning Approach*. (14th ed). New York : McGraw-Hill.
- Prakash, I. & Dubois, G. E. (2014). High-Potency Sweetener Composition with An Anti-Inflammatory Agent and Compositions Sweetened Therewith. Retrieved December 28, 2016, from <http://www.google.com/patents/WO2007061912A2?cl=en>.
- Ravinder, A. R. (2013). Health and Wellness: A Mega Trend in the Natural Food Ingredients Market. *Natural Products, Insider*. Retrieved December 28, 2016, from <http://www.naturalproductsinsider.com/articles/2013/03/health-and-wellness-a-mega-trend-in-the-natural-f.aspx>.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2012). *Management*. (11th ed). Upper Saddle River, New Jersey : Pearson Education.
- Ross-Macdonald, P., Coelho, R., Roemer, T., Agarwal, S., Kumar, A., Jansen, R., Cheung, K. H., Sheehan, A., Symoniatis, D., Umansky, L., Heidtman, M., Nelson, F. K., Iwasaki, H., Hager, K., Gerstein, M., Miller, P., Roeder, G.S. & Snyder, M. (1999). Large-Scale Analysis of the Yeast Genome by Transposon Tagging and Gene Disruption. *Journal Article, US National Library of Medicine National Institutes of Health*. 402(6760), 413-418.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2007). *Consumer Behavior*. (9th ed). New Jersey : Prentice – Hall.
- Schilling, M. A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation*. (2nd ed). New Jersey : McGraw-Hill.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being*. (12th ed). Malaysia : Pearson Education.
- Stewart-Knox, B. & Mitchell, P. (2003). What Separates the Winners from the Losers in New Food Product Development?. *Trends in Food Science & Technology*, 14, 58-64.
- Urala, N. & Lähteenmäki, L. (2007). Consumers' Changing Attitudes towards Functional Foods. *Food Quality and Preference*, 1-12.

- Verbeke, W. (2005). Consumer Acceptance of Functional Foods : Socio-Demographic, Cognitive and Attitudinal Determinants. *Food Quality and Preference*, 16(1), 45-57.
- Walker, M. P. (2009). The Role of Sleep in Cognition and Emotion. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1156, 168-197.
- Kim, Y., Eves, E. & Scarles, C. (2009). Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423-431.
- Warner, C. (1996). *Performance Coaching for Broadcast Newspeople, Including Discipline Without Punishment*. Unpublished Manuscript. University of Missouri.
- Zechendorf, B. (1998). Agricultural Biotechnology : Why Do Europeans Have Difficulty Acception it. *AgBioForum*, 1/1, 8-13.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*. (5th ed). New York : McGraw-Hill.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*. (6th ed). New York : McGraw-Hill.