

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา, “การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.” ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549
- คณะกรรมการอำนวยการ หนังสือตำบลดหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.). “รายงานการประเมินผลมหกรรม หนังสือตำบลดหนึ่งผลิตภัณฑ์.” กรุงเทพมหานคร, 2545.
- คณะกรรมการอำนวยการ หนังสือตำบลดหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.). หนังสือหนึ่งตำบลดผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร, 2545.
- จิตต์ไส แก้วบุญเรือง. “การดำเนินโครงการ หนังสือตำบลดหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง.” การค้นคว้าแบบอิสระมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- ฉายศิลป์ เขียวชาญพิพัฒน์. “การจัดสรรเวลาโฆษณาสินค้าของสถานีโทรทัศน์ในกรุงเทพฯ กับการส่งเสริมความนิยมสินค้าไทย” รายงานการวิจัยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2524.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง. “ประชากรศาสตร์ และประชากรศึกษา โดยชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์, ณรงค์ เทียนส่ง” กรุงเทพมหานคร. ไทยวัฒนาพานิช, 2521
- ชินจิตต์ แจ้เจเนกิจ. กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ทิปปิ้ง ฟ้อยท์ เพรส, 2544.
- ชุตีพร เพชรสุวรรณ. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าแบบอิสระมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล. การตลาด 1 ตำบลด 1 ผลิตภัณฑ์และธุรกิจ SMEs กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546.

ชิตยา สุวรรณชฎ. “ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม.” วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, ตุลาคม 2527.

ดวงเดือน พันธุมนาวิน. พฤติกรรมศาสตร์. เล่ม 2. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิชย์, 2524.

ธนพร พลอยแสงสาย. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มชาเขียวพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” รายงานการวิจัยคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2548.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประชุมช่าง, 2540.

นฤมล กลิ่นเยี่ยม. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2547.

นาคราช ชายทะเล. “ผ่าทางตัน สินค้า OTOP : ความจริงที่ปรากฏ.” หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์, มิถุนายน 2550.

นิภาภรณ์ จัยวัฒน์ และคณะ. “การศึกษาระดับความรู้ พฤติกรรมการเลือกซื้อ และพฤติกรรมบริโภคเพื่อสุขภาพของประชาชน ปี 2548.” รายงานการวิจัย สำนักงานอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, 2548.

นราธิป สอาดวุฒิจริฎ. “การสื่อสารทางการตลาดของสินค้าระดับโลกในธุรกิจฟาสต์ฟู้ดของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

นงค์เยาว์ สุวรรณภาคักดิ์. “วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(บธ.ม.) --จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ปราโมชน์ รอดจำรัส. “การศึกษาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อร้าน 7-eleven กรณีศึกษาเฉพาะ เขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2540.

ปริญญา ลักษิตานนท์. จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. : กรุงเทพมหานคร : ทิปปิ้ง พ้อยท์ เพรส, 2544.

พิชัย นิรมานสกุล. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า Brand name ต่างประเทศ.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

พรพา ชัยหิรัญวัฒนา. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพประเภทวิตามินของคนกรุงเทพมหานคร.” ภาคนิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539.

เมธา สุธีโรโรจน์. “การศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2540.

รัชดาวรรณ คำเยี่ยม. “การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มอาชีพในการดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : ศึกษากรณีจังหวัดอุบลราชธานี.” ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2547.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. “พฤติกรรมการซื้อและกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออก : ศึกษากรณีจังหวัดชลบุรี ระยอง ปราจีนบุรี และฉะเชิงเทรา. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2546.

สิริรัตน์ อนุชาติบุตร. “ความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านที่มีต่อระบบการจัดการดูแลผลประโยชน์ของคู่สัญญา.” การค้นคว้าอิสระบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.

สุนทร คำบุญเศรษฐ์. “การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสบู่ฟอกตัวของผู้บริโภคกลุ่มแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : วิสิทธิ์พัฒนา, 2540.

สมชาย มาลาไพฑูรย์ทิพย์ และคณะ. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร : ศึกษาเฉพาะกรณีนักศึกษาปริญญาโท ภาคภาษาไทย คณะรัฐประศาสนศาสตร์ นิด้า.” ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2544.

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์และคณะ. “การวิเคราะห์ความเชื่อและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าไทยของประชากรในจังหวัดสมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

สมศักดิ์ ธนาศุภวัฒน์. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวหอมมะลิ บรรจุถุงพลาสติกขนาด 1 ถึง 5 กิโลกรัม ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม, 2541.

สุรางค์ ไคว์ตระกูล. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533

สุวิมล แม่นจริง และคณะ. การจัดการการตลาด (Marketing Management). กรุงเทพมหานคร. ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2546

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. “การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP).” สารสถิติ : ( มิถุนายน 2547) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร, 2550.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. ศัพท์การตลาดและการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดวงกมล, 2538.

ศุภกร เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2537.

ศรัณยพงษ์ เทียงธรรม. <saranyapong.t@bu.ac.th>. “พฤติกรรมผู้บริโภค.”  
[http://lily.bu.ac.th/~saranyapong.t/MK321\\_1.pdf](http://lily.bu.ac.th/~saranyapong.t/MK321_1.pdf). 2550.

อยุทธ์ เตชะสุกิจ. “สสว.จับมือ สพว.เตรียมต่อยอดสร้างแบรนด์ให้ SMEs/OTOP ตั้งเป้า 10 แบนด์  
ในปี 2550.” <http://www.newswit.com/news/2007-06-05/0939-smesotop-10-2550>.

อรัศธรรม พรหมมะ. “การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของคณะกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบลเกี่ยวกับ  
ปัญหาการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.”, 2545.

Resenbloom, B. and Mollenkopf, D. Technology Analysis and Strategic Management.  
Routledge, part of the Taylor & Francis Group, 1999

Hawkins, Del I. and Best, Roger J. and Coney, Kenneth A. Consumer Behavior. Illinois:  
Richard D. Irwin Inc., 1997

Kotler, Philip. and Keller, Kevin Lane. Marketing Management 12<sup>th</sup> edition. Pearson  
International Edition, 2006