

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2551). การดำเนินงานตามนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” คั่นเมื่อสิงหาคม 15, 2552, จาก <http://www.geocities.com/vichakarn2002/1t1p.doc>
- กระทรวงพาณิชย์. (2546). สรุปผลการดำเนินงาน ภูมิปัญญาไทยสู่สากล หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- กัลยา วาณิชขันธ์. (2548). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กานต์ กัลป์ดินันท์. (2548). การปรับตัวเข้าสู่ระบบตลาดในธุรกิจชุมชนบ้านบึงหวาย ตำบลบึงหวาย อำเภวารินชำราบจังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- จิตรภัทร์ จิงอยู่สุข. (2543). การมีส่วนร่วม ทักษะคิด การตัดสินใจ ความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสินค้าความเกี่ยวพันสูงและสินค้าความเกี่ยวพันต่ำที่มีการจัดการตลาดเชิงกิจกรรม. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐกานต์ ถาวรพานิช. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไหมไทยของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โปรแกรมวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา.
- ศติยาพร ปรีเปรม. (2548). ธุรกิจชุมชน: กลุ่มอาชีพแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหม่อน บ้านโนนงาม อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธัญลักษณ์ เมืองโคตร. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสกลนคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภค ตาม
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดสุพรรณบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- ปณิศา ลัญจนนท์. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ชรรมสาร.
- ปรววรรณ อภิวันท์. (2547). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลพบุรี. การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปราณี เชื้อมลออภักดี. (2550). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ธนเพรส.
- ปาริชาติ สุขว่าง. (2548). พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้ออัญมณีของลูกค้าในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พัชรพร ปิ่นทอง. (2547). เรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง
ไทย. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิชญ จงสถิตวัฒนา. (2544). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฟ้าใส จันท์จารุภรณ์. (2543). การสำรวจการตัดสินใจซื้อและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
เครื่องสำอางสมุนไพรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีใน
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มยุรี บุญริ้ว. (2548). การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกล็ด อำเภอบาง
ปากเกล็ด จังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, บัณฑิตวิทยาลัย. (2551). คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์. เพชรบุรี: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- มณฑนา ขำหาญ. (2546). การศึกษาระบบการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนท้องถิ่น หนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
การศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- รังษิยา คงศักดิ์ตระกูล. (2543). **ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียนของผู้บริโภค**. การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์. (2549). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2547). **แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”** ค้นเมื่อ ตุลาคม 26, 2552, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki>.
- ศรีสุภา สหชัยเสรี. (2546). **การบริหารจัดการตลาดในยุคเศรษฐกิจใหม่**. กรุงเทพฯ: ทิปปัง พอยท์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุพาดา สิริกุดตา, อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, พิมพา หิรัญกิตติ, เกียรติกร ชำนาญไพศาล, และชูชาติ มีจินดา. (2547). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพฯ: AN การพิมพ์.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- สนธยา คงฤทธิ์. (2542). **การบริหารจัดการตลาด**. นครปฐม: โปรแกรมวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครปฐม.
- สมบัติ รัตนคำชูวงศ์. (2547). **การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจชุมชนที่ได้คัดสรรเป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับภาค 5 ดาว: กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมในภาคกลางฝั่งตะวันตก**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมภพ จรรยาวัฒนานนท์. (2547). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2551) **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: โอเอสดีพับลิชชิง.
- สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี. (2552). **โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”** ค้นเมื่อ ธันวาคม 28, 2552, จาก <http://www.phetchaburi.go.th>.
- สำนักงานสรรพากรพื้นที่เพชรบุรี. (2552). **แนวทางการสร้างเครือข่าย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”** ค้นเมื่อ กันยายน 20, 2552, จาก <http://www.cdd.go.th>.
- สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2545). **แนวทางการเสริมสร้างเครือข่าย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ: อาสารักษาดินแดน.
- สุนิสา ฉิมวงษ์. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดอำนาจเจริญ**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.

สุวิมล แม่นจริง. (2550). การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร: เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542) พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก.

อจจิมา เศษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนาพานิช. (2549). หลักการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.

อดุลย์ จาตุรงคกุล และคลยา จาตุรงคกุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อักรฤทธิ หอมประเสริฐ. (2543). การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหาร. ฟาสต์ฟู้ด ประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.