

**บรรณานุกรม**

## บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาชุมชน. (2545). เอกสารการดำเนินงาน “ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”. กรุงเทพฯ : กองพัฒนาชุมชน เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม. ถ่ายเอกสาร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2550). แผนที่ท่องเที่ยว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: [http: // thai.tourismthailand.org/destination-guide](http://thai.tourismthailand.org/destination-guide)
- จิตต์ไธ แก้วบุญเรือง. (2545). การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ไทยตำบล. (2550). ข้อมูลสินค้า. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http : //www.thaitambon.com/FindAll/Find](http://www.thaitambon.com/FindAll/Find)
- นันทิยา ดันตราสืบ. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเกียรติ โชควัฒนา. (2548). การตลาดเชิงบวก. กรุงเทพฯ : เนชั่นบุคส์ อินเตอร์เนชั่นแนล.
- บุญสม สวยศด และคณะ. (2543). แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้านให้เป็นธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา : วิทยาลัยราชวมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสุกกรี.
- ปราณี ดันประยูร. (2537). การบริหารการผลิต. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- พิบูลย์ ทีปะปาล. (2545). หลักการตลาด : ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค
- ฟิลลิป คอทเลอร์. (2543). การจัดการตลาด : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโครไชน่า.
- มณฑนา ขำหาญ. (2545). การศึกษาระบบการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนท้องถิ่น หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (อุตสาหกรรมการศึกษา). พิษณุโลก. : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพิษณุโลก. ถ่ายเอกสาร.

- ยุทธ ไถยวรรณ์. (2545). การบริหารการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม : กรุงเทพฯ ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- วนิดา แก้วเนตร. (2545). ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของ  
**นักท่องเที่ยวชาวไทย.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์).  
 เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- วินัย รวยเจริญ. (2550, มีนาคม 25). ประธานกลุ่มผู้ผลิตมีดอรัญญิก. สัมภาษณ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). กลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2547). คำศัพท์บริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ท็อป.
- ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 10. (2544). มีดอรัญญิก. นนทบุรี : กรมพัฒนาชุมชน.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2544). กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มติชน.
- สมยศ นาวิกาน. (2544). การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2546). มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช.82/2546. กรุงเทพฯ  
 กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขต  
 กรุงเทพฯ.
- สุภัทรา สุภากรณ์. (2547). กิจกรรมกลุ่มการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในโครงการหนึ่ง  
 ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอ่างทอง.  
 วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (อุตสาหกรรมการศึกษา). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย  
 มหาวิทยาลัยพิษณุโลก. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภินันท์ จันตะนี. (2549). วิจัยธุรกิจ. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- Kotler ,Philip & Gary,Armstrong. (2000). **Principles of marketing 5/E.** New Jersey : Northwestern  
 University.
- Bovee, Courtland L. et al. 1993. **Fundamentals of Organizational Planning.** New York : McGraw -  
 Hill, 1993.
- Heeizer, Jay & Barry, Render. (1999). **Production and operation management.** 5 th ed. New Jersey  
 : Prentice Hall.

Kotker, Philip. (2000). **Marketing Management**. 8 th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.

Schiffman, L.&.L.&Kanuk. (1994). **Consumer of management**. 5 th ed. Engwood Cliffs , NJ :  
Prentice Hall.

Weihrich, Heinz & Harold Koontz . 1993. **Management : Global Perspective**. 10 th ed. New York :  
Mc Graw – Hill,