

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2549). เอกสารการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”. กรุงเทพฯ : กรมฯ.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2547, มีนาคม). การพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านให้ได้เปรียบในเชิงแข่งขัน. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2552 จาก [http://www.dip.go.th/Research/PreviewResearch1.asp?ResearchID=41 &WebsiteID=01](http://www.dip.go.th/Research/PreviewResearch1.asp?ResearchID=41&WebsiteID=01).
- กฤตติกา แสนโกษณ์. (2546). การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์นิพนธ์ ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต (คหกรรมศาสตรศึกษา). ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- กิตติ สิริพัลลภ. (2543). ลักษณะการตลาดของระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ : เจริญบุญการพิมพ์.
- กิตติคุณ พุกยั้งยืน. (2542). การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ขนิษฐา วีรวัชรนันชัย. (2544). กระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : เจริญบุญการพิมพ์.
- คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. (2547). ทฤษฎีการตัดสินใจ. พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. ถ่ายเอกสาร
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2552). สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. ค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2554 จาก <http://www.bungkan.com/blog/product/>
- คณินิจ เจริญวัฒนาเสถียร. (2549). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเบียร์พรีเมียมของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ). ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- จิตต์ไส แก้วบุญเรือง. (2546). การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

- จิราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2544). **ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์. (2545). **สมรรถนะและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยา). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิราภรณ์ เลิศจิระจรัส. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุฑามาส อัครวิงศ์ไพศาล. (2552). **ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เปรียบเทียบการรับรู้ระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบการ**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉันทวุฒิ พีชผล. (2541). **เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- _____. (2542). **เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- ชลลดา อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2542). **ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคนไทยที่มีต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย : กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพฯ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ญาณัญญา ศิริภักดิ์ธาดา. (2549). **รายงานการวิจัย การศึกษารูปแบบของลोजิสติกส์ตามความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- ณัฐกานต์ นิกรพงษ์สิน. (2543). การศึกษาความคิดเห็น ความพึงพอใจและแนวโน้มของ
ผู้ประกอบการ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์
 อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
 วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- คณัย เทียนพุด. (2544). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจกับผู้บริโภค
 ของไทย.** กรุงเทพฯ : คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันพืชของแม่บ้าน ในเขตกรุงเทพฯ.**
 กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ทรงจิต พูลลาภ. (2547). **การสร้างเครือข่ายกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจาก
 ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีที่เหมาะสม.** กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏ
 พระนคร.
- ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. (2547). **การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้าน ในภาคเหนือ
 ตอนบน.** เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทิวา พงศ์ธนไพบุลย์และคณะ. (2544). **การจัดการธุรกิจเบื้องต้น.** กรุงเทพฯ : พัฒนวิชาการ.
- ไทยตำบล.** (2553, กันยายน). ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2552 จาก <http://www.thaitambon.com/tambon/tsearch.asp>.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อุรุทยา. (2545). **การตลาดบริการ.** เชียงใหม่ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. (2547). **การตลาดบริการ.** เชียงใหม่ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นัฐพงษ์ เจริญอารักษ์มี. (2552). **การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกซื้อหนังสือทางช่องทางพาณิชย์
 อิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์
 มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทิยา ดันตราสืบ. (2545). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของ
 ผู้บริโภคชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์
 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). เชียงใหม่ : บัณฑิต
 วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- นิภาภัทร วิชัย. (2548). **การอนุรักษ์และการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้านกระจูดในภาคใต้.**
 วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์ศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด.** (2552, สิงหาคม). ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2552 จาก
<http://www.internetthaiweb.com>

- บุญเลิศ มรกต และกฤตกร กล่อมจิต. (2545). การศึกษาหัตถกรรมจักสานครุฑน้อย บ้านสะอาง ตำบลห้วยเหนือ อำเภอขุนขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ. ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- บุษบา มาลาศรี. (2544). พฤติกรรมการบริโภคผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประไพ ทศชา. (2545). หัตถกรรมพื้นบ้านกับวิถีชุมชน : ศึกษากรณีกลุ่มหัตถกรรมมวยบ้านโคกสว่าง ตำบลโคกสูง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เลข : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏเลย. ถ่ายเอกสาร.
- ประสงค์ ประณีตพลกรัง และคณะ. (2542). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และ โซเท็กซ์.
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : เจริญบุญการพิมพ์.
- ปริญ วังศ์วานชาติ. (2544). พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรรณชมพู แสงชมพู. (2544). ค้นคว้าค้นคิด : กรอบความคิดวาระการวิจัยแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : ชักเชส มีเดีย.
- พันธุ์ทิพย์ สมะที. (2544). กลยุทธ์ตลาดทางอินเทอร์เน็ต กรุงเทพฯ : มีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด.
- พิชญธิดา ลิ้มสวัสดิวงศ์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มัทนา ขำหาญ. (2547). การศึกษาระบบการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนท้องถิ่น หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (อุตสาหกรรมการศึกษา). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- รัตติมา งามสง่า. (2543). ปัญหาและอุปสรรคต่อผู้ประกอบการในการทำธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2536). เทคนิคการวิจัยการศึกษา. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

- ลินจง โพชารี. (2549). ความสัมพันธ์ทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการท่องเที่ยว (E-Tourism). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วนิดา แก้วเนตร. (2545). ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัชรพงศ์ ยะไวทย์. (2543). E-Commerceและกลยุทธ์การทำเงินบนอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วารุณี ดันตวิงศ์วานิช และ คณະ. (2545). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า.
- วินิพันธ์ ชันประมาณ. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-COMMERCE) ของธุรกิจไม้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). สุราษฎร์ธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- วีรศักดิ์ เจริญศิริสุทกุล. (2544). Internet Marketing ก้าวสู่ความสำเร็จบนธุรกิจ.com. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศรีศักดิ์ จามรมาน และสายพิณ ช่อโพธิ์ทอง. (2543). ธุรกิจชุมชน เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศิริเพ็ญ มโนศิลปากร. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย. (2543). ระบบฐานข้อมูล. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณະ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเทกซ์.
- _____. (2542). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเทกซ์.
- _____. (2546). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเทกซ์.

- ศูนย์พัฒนาอิเล็กทรอนิกส์. (2542). **กลยุทธ์สำหรับการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในไทย.**
กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- _____. (2552). **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเดือนตุลา.** ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2552 จาก <http://www.dip.go.th/Research/PreviewResearch1.asp?ResearchID=41&WebsiteID=01>.
- สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. (2542). **เหลี่ยมหน้าแลหลัง : ยี่สิบปีเศรษฐกิจสังคมไทย.**
(เอกสารประกอบการสัมมนาประจำปี สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย). กรุงเทพฯ : สถาบันฯ.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2545). **สถานภาพของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.**
กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- _____. (2546). **การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.** กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และเดือนเด่น นิคมบริรักษ์. (2540). **ปัจจัยของการเกิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.** กรุงเทพฯ : เจริญบุญการพิมพ์.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอ่างทอง. (2548). **ของดีเมืองอ่างทอง.** อ่างทอง : แปลน โมทีฟ.
- สำนักงานพัฒนาชุมชน. (2546). **เอกสารแนวคิด แนวทาง และกรณีตัวอย่างการดำเนินงานศูนย์ประสานงานเครือข่ายองค์กรชุมชน.** กรุงเทพฯ : สำนักส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2552, มกราคม). ค้นเมื่อ 1 มกราคม 2554 จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/servmanual.pdf>.
- สุปราณี จิยะพร. (2542). **ความคิดเห็นและการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2538). **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ : พี เอ ลีฟวิ่ง.
- สุภัทรา สุภากรณ์. (2547). **กิจกรรมกลุ่มการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดอ่างทอง.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2544). **ตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและโซเท็กซ์.

- โสภารวรรณ ต้นหยง. (2547). การวิเคราะห์ทางการเงินในการลงทุนผลิตสินค้าหัตถกรรม ของกลุ่ม
ทอเสื้อกเสมีดงาม อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
 (วิทยาศาสตร์ทั่วไป). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่าย
 เอกสาร.
- หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. (2549, สิงหาคม). ค้นเมื่อ 12 กันยายน 2552 จาก <http://www.otopweb.com>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณา จาตุรงค์กุล. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ :
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อกินันท์ จันตะณี. (2552). **การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวิจัย**. พระนครศรีอยุธยา :
 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อริยาภรณ์ มูลพงษ์. (2548). **การดำเนินงานของผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับห้าดาว
 กรณีศึกษา หัตถกรรมตีลายแผ่นโลหะประดับเครื่องไม้ ตำบลสันกำแพง จังหวัด
 เชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิต
 วิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- อัจฉริยา อารีเอื้อ. (2550). **พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**.
 วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัจฉรา จันทรแสงอรุณ และศรีรัตน์ จงเจริญมณีกุล. (2543). **เคล็ดลับการหาเงินทำธุรกิจ
 E-Commerce**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อานันต์ ลิ้มักเดช. 2546. **เรียนรู้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์.
 บีซิเนส เพรส.
- อาร์ม หุ่นศิริ. (2545). **แนวนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาแบบยั่งยืน :
 กรณีศึกษากลุ่มจักสาน ตำบลเจ้าฟ้า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง**. วิทยานิพนธ์
 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 รามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- อารีย์ มัยพงษ์. (2542). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบ
 เครือข่ายอินเทอร์เน็ต**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (ครุศาสตร์
 อุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนคร
 เหนือ.
- อุไรวรรณ ชัยวิริยะกุล. (2544). **ก้าวสู่ความเป็นหนึ่ง กับ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. กรุงเทพฯ : แสงดาว.

- Assael, H. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6th ed. Cincinnati : South-Western College.
- Barker, C. and P. Gronne. (1996). **Advertising on World Wide Web**. Copenhagen : Copenhagen School of Management.
- Barnard, C.I. (1983). **The Function of the Executive**. Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York : John Willey and Sons.
- Cronbach, Lee J. (1974). **Essentials of Psychological Testing**. 3rd ed. New York : McGraw-Hill.
- Davis, F. D. and P. R. Warshaw. (1989). **User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models**. Englewood Cliffs, NJ : Management Science.
- Elkin, Noah. (2001). **Online Shopping Habits in Latin America**. Albany : Whitston.
- Forrester Research. (2000). **Women Get Wired to the Web**. Boston : McGraw-Hill.
- Hoyer, Wayne D. & Deborah J. MacInnis. (1997). **Consumer Behavior**. Boston : Houghton Mifflin.
- Keyser, M., M. de Kruif, & M. Frese. (2000). "The Psychological Strategy Process and Sociodemographic Variables as Predictors of Success for Micro-and Small-Scale Business Owners in Zambia", in **Success and Failure of Micro Business Owners in Africa : A Psychological Approach**. ed. by M. Frese. pp. 31 – 54. Westport, CT : Quorum Books.
- Kotler, P. (1994). **Marketing Management : Analysis Planning Implementation and Control**. 8th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Market Firm Odyssey. (2000). **Trading on the Internet in the United States**. Retrieved December 11, 2005, from <http://www.Joe.org/joe/1999december/iw4.html>.
- Mowen, John C. & Michael Minor. (1998). **Consumer Behavior**. 5th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.
- Nielsen Internet Demographics Surveys. (2008). **Nielsen Retail Audit**. Bangkok : Nielsen Thailand.
- Richmond, K & A. Alice. (1995). **Enticing Online Shoppers to Buy a Human Behavior Study**. Texas : Business Publications.

- Rogers, E.M. (1983). **Diffusion of Innovation**. 3rd ed. New York : The Free Press.
- Omidyar Pierre. (1995). **Omidyar-Tufts Microfinance Fund**. London : Sage.
- Scarborough Research. (1999). **Characteristics of Life (Lifestyle) : The Use of the Internet in America**. NewYork : John Wiley and Sons.
- Schiffman, L.G. & L.L. Danuk. (1994). **Consumer Behavior**. 5th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Tripper, C. (2000). **Electronic Commerce**. Great Britain : Transworld.
- Wijewardena, H. & S. Cooray. (1995). "Determinants of Growth in Small Japanese Manufacturing Firms : Survey Evidence from Kobe", **Journal of Small Business Management**. 33(4) : 87 – 92.