

บรรณานุกรม

- กอบแก้ว มะหะหมัด. (2552). พฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรที่เป็น
สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรบัณฑิต สาขา
มหาบัณฑิต, สาขารัฐกิจอุตสาหกรรม, คณะบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าพระนครเหนือ.
- โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. (2552). ข้อมูลผู้ประกอบการ. วันที่ค้นข้อมูล 13 เมษายน 2554,
เข้าถึงได้จาก <http://www.thaitambon.com>
- งามดา วณิชานนท์. (2536). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ณฤดี เต็มเจริญ ภิธานินทร์ และพนารัตน์ ลิ้ม. (2550). *IMC the next generation* ห้าขั้นตอนการ
สร้างมูลค่าและวัดผลตอบแทนโดยใช้การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: แบรินด์ เอจ บัค.
- นงรักษ์ แทบทาม. (2554, 16 มีนาคม). ฝ่ายการตลาด กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร
(บ้านดง). สัมภาษณ์.
- นภวรรณ คณานุรักษ์. (2547). *Power of Packaging*. กรุงเทพฯ: เลิฟแอนด์ลิฟ.
- นภสร ลิ้มไชยวัฒน์. (2545). ประสิทธิภาพของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภค.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทิดา ศิวาวรรณา. (2547). การวิเคราะห์รายได้และการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินและแผ่น
ภาพโลหะของกลุ่มเชียงใหม่ศิลป์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. การค้นคว้า
แบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ปานทิพย์ สารกิจ. (2549). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. การค้นคว้า
อิสระบัณฑิตมหาบัณฑิต, สาขาการบัญชี, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิยะธิดา สุดแสง. (2548). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการ
ตัดสินใจเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอางสมุนไพร (Spa Product). การศึกษาค้นคว้าด้วย
ตัวเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย.

- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: หอศิลป์.
- ฝ่าย เพ็ญชัย. (2544). ผลจากการใช้ภาพโปสเตอร์เปลี่ยนระดับในงานโฆษณาต่อการระลึกถึงตราสินค้าที่ทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า และความตั้งใจซื้อสินค้า. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฟ้าใส จันทจำรุงณ์. (2548). การสำรวจการตัดสินใจซื้อและความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการธุรกิจสุขภาพ, คณะเภสัชศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์. (2542). ตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ตามทัศนะของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรบัณฑิตมหาบัณฑิต, สาขารัฐกิจอุตสาหกรรม, คณะบริหารเทคนิคศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าพระนครเหนือ.
- รัชชา แคนโพธิ์. (2549). การจัดการปัจจัยการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสำหรับสินค้าประเภทของใช้และของประดับตกแต่งในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ลัดดา โสภณรัตน์. (2546). อิทธิพลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อการกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการโฆษณา, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณุช อภิรักษ์เดชาชัย. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอางสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2540). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2553). ตลาดเวชสำอาง 2553. วันที่ค้นข้อมูล 4 เมษายน 2554, เข้าถึงได้จาก <http://library.dip.go.th/multim6/edoc/18408.pdf>
- สมบัติ จิระทัศนกุล. (2546). คี้นักออกแบบบรรจุภัณฑ์พัฒนาสินค้า OTOP. วันที่ค้นข้อมูล 13 เมษายน 2554, เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th>
- สำนักพัฒนาการจังหวัดกาฬสินธุ์. (2554). ภาพสินธุ์อบรมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ OTOP. วันที่ค้นข้อมูล 18 กรกฎาคม 2554, เข้าถึงได้จาก http://pr.prd.go.th/kalasin/ewt_news.php?nid=604&filename=index

- สิริวัชญ์ อาริษเพรีย. (2550). ผลของการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค: กรณีศึกษาสุบู่ก่อนผลิต โดย บริษัท อัครีสุริน จำกัด. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุขุม สุกคณิช. (2552). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางและเวชสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุพฤกษา ทำสระ. (2551). พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรของประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สุริรัตน์ เตชาทวีวรรณ. (2546). บรรจุภัณฑ์: องค์ูห์สำคัญในการแข่งขันทางตลาด. วันที่ค้นข้อมูล 21 กันยายน 2554, เข้าถึงได้จาก http://uac.kku.ac.th/journal/year%2011_4_2546/08_11_4_2546_pdf
- Cozby, P. C. (2009). *Methods in Behavioral Research*. Boston: McGraw Hill Higher Education.
- Duncan, T. (2002). *IMC; Using Advertising and Promotion to Build Brands*. New York: McGraw Hill.
- _____. (2008). *Principles of Advertising & IMC* (2nd ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management Analysis Planning and Control* (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Pickton, D., & Broderick, A. J. (2001). *Integrated Marketing Communications*. Essex: Financial Times Prentice Hall.