

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **หมู่บ้านทอเสื่อบางสระแก้ว**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/หมู่บ้านทอเสื่อบางสระแก้ว>. 4 เมษายน 2566.
- กศน.ตำบลบางสระแก้ว. (2555). **เขตการปกครอง**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://chan.nfe.go.th/bangsakao/index.php?name=news2&file=readnews&id=24> เมษายน 2566.
- กศน.ตำบลบางสระแก้ว. (ม.ป.ป.). **แผนที่อำเภอแหลมสิงห์**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://chan.nfe.go.th/bangsakao/popup.php?name=news2&file=readnews&id=18>. 4 เมษายน 2566.
- Fillgoods เจาะพฤติกรรมผู้บริโภค 4 เจเนอเรชั่น ให้ผู้ประกอบการวางแผนการตลาดสร้างยอดขายทะลุเป้า**. (2020). Online. Available : <https://fillgoods.co/online-biz/shop-orders-focus-on-behavior-4-generations-marketing-plan/>. 13 กันยายน 2563.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชมพูนิกร อัมพรมหา. (ม.ป.ป.). **การบริโภคและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://sites.google.com/site/sersthsastrbeuxngtn22001001/5-kar-briphokh-laea-thvsdi-phvtikrrm-phu-briphokh>. 28 กรกฎาคม 2566.
- ณัฐมน ททรัพย์บุญโต, รสริน จอห์นสัน, นพรัตน์ เตชะพันธ์รัตนกุล และมงคลกร ศรีวิชัย. (2565). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อภาชนะที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย**. วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 11(2), ก.ค.-ธ.ค. 2565, หน้า 33-53.
- ณัฐชานันท์ สมบัติประธาน, นาวี เปลี่ยวจิตร และปฎิวัติ สุริโย. (2555). **งานวิจัยเรื่องการศึกษาและรวบรวมภูมิปัญญาจากผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื่อกกจันทบุรีในจังหวัดจันทบุรี**. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ทักษิณี วงศ์สอน. (2562). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่**. ค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ธันยมัย เจียรกุล และนภดล พัฒนะศิษอุบล. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. รายงานการวิจัยเสนอต่อสภาวิจัยแห่งชาติ. อุบลราชธานี: คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- นรวรรณ ใจชื่น และรังษิ ทองอ่อน. (2548). **ฝันเสื้อ...สายใยทางสังคม “คนบางสระแก้ว”**. เอกสารชุดถอดประสบการณ์ชุมชน เล่มที่ 4 ขบวนการสร้างความสุขภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตำบลบางสระแก้ว จังหวัดจันทบุรี, หน้า 15-16.
- นริศรา นิรามัยธาดา. (2559). **ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ**

- คอนโดมิเนียมในเขตบางกะปิ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา
https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5710038356_5540_4084.pdf. 29 สิงหาคม 2566.
- นันทิยา ตันตราสืบ. (2545). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
<https://search.lib.cmu.ac.th/search/?searchtype=&searcharg=b1307263.28>
 กรกฎาคม 2566.
- นันทิดา แก้วทอง. (2558). **การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราผลิตภัณฑ์ผู้ผลิตผ้าไหม.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นัทนิชา โชติพิทยานนท์ (2564). **การจัดการตลาด (MPP 5607).** (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
https://elcpg.ssru.ac.th/natnicha_ha/.28 กรกฎาคม 2566.
- นัทนิชา โชติพิทยานนท์. (2564). **การจัดการตลาด.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
https://elcpg.ssru.ac.th/natnicha_ha/pluginfile.php/26/block_html/content/MPP%205607%20%28part%203%29%201_64.pdf. 28 กรกฎาคม 2566.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). **การวิจัยเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประชากรรัฐรักสามัคคีประเทศไทย วิสาหกิจเพื่อสังคม. (ม.ป.ป.). **กระเป๋าเลือกก** (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
<https://prsthailand.com/th/product/3747/กระเป๋าเลือกก>. 4 เมษายน 2566.
- พัชรา ปราชญ์เวทย์, ญาณิศา ศรีบุญเรือง, พัฒนพงษ์ โพธิ์ปัสสา และจันทนา จินดาพันธ์. (2562). **การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเลือกก และต้นไหลในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายสู่ตลาดต่างประเทศ.** วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 13(1), ม.ค. - เม.ย. 2562, หน้า 94-103
- พัชราพรรณ เสี่ยมศักดิ์ และธรรมวิมล สุขเสริม. (2561). **ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทย.** วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 4(2), ก.ค. - ธ.ค. 2561, หน้า 157-173.
- พิมพ์นิภา รัตนจันทร์ และคนอื่น ๆ. (2556). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา.** รายงานการวิจัยเสนอต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. นครราชสีมา: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานสำนักงานส่งเสริม
- พฤทธิสาด ชุมพล. (2559). **งานวิจัยเรื่องการสังเคราะห์ประวัติศาสตร์บอกเล่าในสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 7.** กรุงเทพมหานคร : สถาบันพระปกเกล้า.
- ภัทราวดี มากมี. (2559). **การออกแบบการวิจัยสำหรับการวิจัยแบบผสมวิธี.** วารสารสมาคมนักวิจัย, 21(2), พ.ค.-ส.ค. 2559, หน้า 19-31.
- ราตรี บาระพรม. (2553). **พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เลือกกของลูกค้ายกจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- วรรณา วันหมด. (2558). **ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าทาง**

- อินเทอร์เน็ท. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร, 10(2), ก.ค. – ธ.ค. 2558, หน้า 132-141.
- วิมลกานต์ นิธิศิริวิศรีกุล, ทรงกลด พลพวก และธมนพัชร ศรีชะพลกุลสิทธิ์. (2562). การประยุกต์ใช้ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ส่งออก หมู่บ้านหนองเกาะ ตำบลตระเปียงเตีย อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์. วารสารรัชตภาคย์, 13(30), ก.ค.-ก.ย. 2562, หน้า 122- 132.
- คันสนีย์ อัจฉนาผาย และคนอื่น ๆ. (2564). งานวิจัยเรื่อง พัฒนาเครื่องทอโลหะ จากการประยุกต์ กระบวนการผลิตงานหัตถกรรมการทอเสื้อจันทบุรี หมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). ศศิพร บุญชู. (2560). พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์โทรศัพท์มือถือผ่าน ช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6214070098.pdf>
- ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านทอเสื่อกกบ้านเสม็ดงาม - มะลิ เพชรกุล. (2565). ผลิตภัณฑ์จากเสื่อ (ออนไลน์). แหล่งที่มา : https://www.facebook.com/photo?fbid=638044354785509&set=pcb.638046554785289&locale=th_TH. 4 เมษายน 2566.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี(2566). ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://designtechnology.ipst.ac.th/.28> กรกฎาคม 2566.
- สรรเพชญ ไชยสิริยะสวัสดิ์. (2561). สแกนนิสัย “คน 4 เจเนอเรชั่น” แม้ต่างกันก็อยู่ร่วมกันได้. (ออนไลน์). แหล่งที่มา https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1401795159. 28 กรกฎาคม 2566.
- สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2562). แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและ โอกาสในการเติบโตของอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมในอนาคต. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://data.cea.or.th/article/detail/17>. 28 กรกฎาคม 2566.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>. 28 กรกฎาคม 2566.
- สุเทพ สุสาสนี. (2553). การศึกษาผลิตภัณฑ์จากกกในตำบลบางสระแก้ว อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุวพิชญ์ ตั้งนิมิตชัยกุล. (2552). รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารพร้อมบริโภคของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสื่อสุริยา บางสระแก้ว. (2563). เสื่อสุริยา บางสระแก้ว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.facebook.com/photo/?fbid=156849185998832&set=pb.100063807720445.-2207520000>. 4 เมษายน 2566.
- อริศรา รุ่งแสง. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล(2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**.กรุงเทพฯ ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bartz, A.E. (1999). **Basic Statistical Concepts**. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl D. McDaniel. (1992). **Principles of Marketing**. College Division, South-Western Publishing Company.
- Etzel, Michael J, Buce J. Walder and William j. Stanton. (2004). **Marketing**. 13th ed. Boston: Mcgraw-Hill, Inc.
- Hawkins, D. I., and Mothersbaugh, D.L. (2013). **Consumer behavior building marketing strategy**. (12th ed.) New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). **Marketing management**. (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearwon/Prentice Hall.
- Koter, P., and Armstrong, G. (1997). **Marketing: An introduction**. (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2003). **Handbook of mixed method in social & behavioral sciences**: Thousand Oaks, Calif. : SAGE.