

บรรณานุกรม

- การพัฒนาชุมชน, กรม, กระทรวงมหาดไทย. แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ผลิต
ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน, 2554.
- การศึกษานอกโรงเรียน, กรม. โครงการการศึกษาเพื่อส่งเสริมกิจกรรมนอกภาคเกษตร.
ม.ป.ส. : การศึกษานอกโรงเรียน, 2541.
- กานต์ กักดินันท์. การปรับตัวเข้าสู่ระบบตลาดในธุรกิจชุมชนบ้านนุ่งหวาย ตำบลนุ่งหวาย
อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. อุบลราชธานี :
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2549.
- เกษินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม,
2542.
- เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. OTOF นักสู้ชาวบ้าน นักการตลาดชุมชน. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์
บีซิเนส เพรส, 2547.
- จีระ กาญจนภักดิ์ และพะนอนิจิต เหล่าพูนสุข. เอกสารประกอบวิชาการองค์ความรู้ยุทธศาสตร์
เศรษฐกิจแบบพอเพียง การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง. กรุงเทพฯ :
ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2541.
- ใจมนัส พลอยดี. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชนเปรียบเทียบ
ระหว่างภาพรวมและภาพย่อย อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธรและอำเภอลานสกา
จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2541.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2549.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเงินกิจ. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ, 2546.
- ชัชณะ เตชคณา. การเสริมสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อสร้าง
คุณค่าตราสินค้าในผู้ประกอบการไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2549.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. ธุรกิจชุมชน : เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ : สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย. (สกว), 2542.
- ดารา ทีปะपाल. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์, 2541.

ดิเรก สาระวดี. 2539. “ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชน” ใน เอกสารประกอบการสัมมนา
ทางเลือกและศักยภาพชาวอีสาน. จัด โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ โรงแรมโซฟิเทล ราชา ออคิด จ.ขอนแก่น วันที่ 5-6
กันยายน 2539.

ธราธร ภูพันธ์เชือก. การพัฒนาธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาสุรากลั่นชุมชน จังหวัดสุรินทร์.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. สุรินทร์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 2551.

ธวัชชัย เฟื่องพิณิจ. การศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษาหมู่บ้านโฮมสเตย์
และหมู่บ้านประมงน้ำจืด จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต , 2551.

นงลักษณ์ นามบุคดี. ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับ
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ในเขตอำเภอเมือง
จ.หนองคาย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ,
2552.

บรรจง ฉัตรานุสรณ์. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจหมู่บ้านจัดสรร
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม :
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2550.

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. รายงานการสำรวจสถานะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ :
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (เอกสารอัดสำเนา), 2539

พระธีระศักดิ์ พันธุ์คำภา. ธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มเย็บผ้าพรหมเช็ดเท้า บ้านหนองพูน
หมู่ 11 ตำบลยางโอยภาพ อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์
บธ.ม. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2551.

ยุทธศักดิ์ สุภสร. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (สสว.), 2554.

วรรณชัย อิศูรัตน์. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตร สาขาอมลไผ่ จ.กาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม , 2552.

วรลักษณ์ ต้นติมังกร. กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณากับแนวคิดการสื่อสารการตลาด
แบบบูรณาการ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต , 2549.

วิกิพีเดียสารานุกรมไทย . แผนที่จังหวัดมหาสารคาม , 2554.

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์.ธุรกิจชุมชน:ศักยภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่น.(ออนไลน์).

แหล่งที่มา:<http://www.rakbankerd.com/> (สืบค้นเมื่อ : 12 ก.ค. 55).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญ์ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. การบริหาร
การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2541.

สมพันธ์ เตชะอธิก, NGOs อีสาน : ทางเลือกแห่งพลังการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ :

คณะกรรมการประสานงานองค์กรเอกชนพัฒนาชนบท (กป.อพช.) ภาคอีสาน, 2540.

พาณิชย์จังหวัดมหาสารคาม,สำนักงาน. ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าจังหวัด, 2554.

จังหวัดมหาสารคาม, สำนักงาน. ประวัติเมืองมหาสารคาม, 2554 .

มาตรฐานการศึกษา, สำนัก. สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ, กระทรวงศึกษาธิการ, สำนัก

มาตรฐานอุดมศึกษาและทบวงมหาวิทยาลัย. ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ชุดวิชาการ
วิจัยชุมชน. กรุงเทพฯ: เอส. อาร์. พรินติ้ง, 2545.

สุพรรณณี อัสวศิริเลิศ และ กุศล ชูชะกุล. การพัฒนากลุ่มลูกค้าให้มีความสามารถในการผลิตและ
การค้าในธุรกิจ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.bacc.in.th/> (สืบค้นเมื่อ : 12
ก.ค. 55).

สุพลยุทธ์ ขาวสุทธิ. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร
ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ บธ.ม. เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.

เสาวภา วายุพา. กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเลือกใช้บริการ
ธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จ.ภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต , 2551.

เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการค้าสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : วิกิพีเดียพัฒนา, 2547.

_____ . พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2542.

เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. หลักการและแนวคิดสู่ปฏิบัติ. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2545.

Boone, Louis E. and David L. Kurtz. **Contemporary Marketing. Fort Worth** : The
Dryden Press, 1995.

Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. **Consumer Behavior** (6 th ed.). Florida :The
Dryden Press, 1993.

- Foreman, Susan. "Integrated Communications, Advertising Effectiveness and Brand Equity," **Manager Update Henley-on-Thames**. 15 (3) : 13, 2004.
- Kotler, P. **Marketing Management : An Asian Perspective**. (13 th ed.) Singapore: Prentice-Hall, 2003.
- Kotler, P. & Armstrong, J. S. **The New Marketing Concept**. New York : McGraw – Hill, 1997.
- Margit, D.P. **Strategic for Nonprofit Organization**. London : Prentice-Hall,2006.
- Mehta, A. " Advertising Attitdes an Advertising Effectiveness," **Journal of Advertising Research**, 47 : 67-72 ; May-June, 2000.
- Reid Mike, "Building Strong Brands Through the Management of Integrated Marketing Communications," **International Journal of Wine Marketing**. 14(3) : 16-37, 2002.
- Schiffman, L. and Kanuk, L. **Consumer Behaviors** (5 th ed.). New Jersey : Prentice-Hall, 1987.
- Shah, S.K. **Management, Science History, Social Structre**. Massachusetts : . Massachusetts Institute of Technology, 2003.