

สารบัญ

บทที่	หน้า
1	บทนำ..... 1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3
	คำถามการวิจัย 3
	สมมติฐานการวิจัย 3
	ขอบเขตของการวิจัย 6
	นิยามศัพท์เฉพาะ..... 6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 8
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 9
	แนวคิด นโยบาย ยุทธศาสตร์ และกรอบแนวทาง
	การปฏิบัติงานการพัฒนาโอท็อป 9
	แนวคิดการตลาดและการสื่อสารการตลาด..... 23
	แนวคิดทฤษฎีด้านจิตวิทยา..... 32
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 36
	สรุป..... 39
3	ระเบียบวิธีการวิจัย 40
	รูปแบบการวิจัย..... 40
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 40
	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย 41
	เครื่องมือการวิจัย 41
	การรวบรวมข้อมูล 43
	การวิเคราะห์ข้อมูล 44
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 45

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	125
สรุปผลการวิจัย	126
อภิปรายผล	133
ข้อเสนอแนะ	138
บรรณานุกรม	141
ภาคผนวก	143
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	144
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ประกอบการ OTOP	152
ประวัติย่อผู้วิจัย	160