

## บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2551). ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2552, เข้าถึงได้จาก [http://www.dopa.go.th/stat/y\\_stat51.html](http://www.dopa.go.th/stat/y_stat51.html)
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2529). คู่มือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม *Entrepreneur's Handbook*. กรุงเทพฯ: พี.เอ็นคอมพิวกราฟฟิค.
- การปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน เอกสารประกอบการสัมมนาวิชาการ งานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติราชพฤกษ์ 49. (2549). เชียงใหม่: กรมวิชาการเกษตรและชมรมปลูกพืชไม่ใช้ดิน.
- กฤษณ์ รื่นรัมย์. (2551). การวิจัยการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2547). หลักสถิติ. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินตนา สุนทรธรรม และคณะ. (2531). การศึกษาปัญหาธุรกิจขนาดกลางและการประกอบการในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย (*A Cross-regional Study of Small Business and Entrepreneurship Problems in Thailand*). กรุงเทพฯ: สถาบันบริหารธุรกิจสัมพันธ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2541). การวิเคราะห์การถดถอย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- ชนินทร์ พรหมเพชร. (2545). การยอมรับมาตรฐาน มอก. 18001: กรณีศึกษาพนักงานบริษัทปูนซีเมนต์ไทย (ท่าหลวง) จำกัด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- โชติรส ชวนิชย์, ก่อเกียรติ พานิชกุล และปริญญา ลัทธิตานท์. (2538). ธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- ถาวร ศรีสุขะโต และธนะเวช ศรีสุขะโต. (2543). เคล็ดลับการทำธุรกิจ SME. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊ค.
- ธรรมศักดิ์ ทองเกตุ. (2549). เรื่องราวของ Hydroponics ที่คุณอาจยังไม่รู้ (ตอนที่ 1). *วารสารเคหการเกษตร*, 30(10), 166-169.
- \_\_\_\_\_. (2544). การปลูกผักกาดหอมโดยไม่ใช้ดินด้วยเทคนิค NFT. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธิดาพร กลุ่ย์จำนง. (2547). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ตราคอกำกับการรับรู้และพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ธีรินมาศ บางขวด. (2544). *การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นันทวัน ทองเบ็ญญ์. (2546). *การยอมรับของเกษตรกรที่มีต่อการปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษอำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิวัติ เจริญสิทธิพันธ์. (2547). *การยอมรับของผู้ใช้รถแท็กซี่ต่อการใช้ก๊าซ NGV แทนน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้เข้าร่วมโครงการแท็กซี่อาสาใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) กับ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุสติ รัมมคม. (2540). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: ฟลิคส์เซ็นเตอร์.

มานพ ชีวนาสุนทร. (2542). *แผนธุรกิจ SMEs (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม.

เมตตา ประยูรคำ. (2547). *ระดับความรู้และความคิดเห็นในการยอมรับอาหารคัดแปรรูปทางพันธุกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาธุรกิจการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ขยยุทธ เข็มไชยศรี. (2550.) *ความปลอดภัยในการบริโภคผักไม่ใช้ดิน ข้อเท็จจริงที่คุณควรรู้*. วารสารเกษตรการเกษตร, 31(2), 170-174.

รายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร. (2544). กรุงเทพฯ: สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร.

รายชื่อเขตในกรุงเทพมหานคร. (2542). กรุงเทพฯ: สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร.

วไลลักษณ์ กิตติสุนทรอรุณ. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคผักอนามัย*.

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วัฒนา เสถียรสวัสดิ์. (2546). *ไฮโดรโปนิกส์ ในสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน*, 27, (หน้า 132-163.) กรุงเทพฯ: โครงการสารานุกรมไทย.

วิไล ท้วมกลัด. (2543). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2546). พฤติกรรมการซื้อและกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก  
สมุนไพรของผู้บริโภค ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ศึกษากรณีจังหวัด ชลบุรี ระยอง ปราจีนบุรี  
และฉะเชิงเทรา, รายงานการวิจัย ชลบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศศิธร พูลสุข. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาพัฒนาสังคม,  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศศิธร สัจจศิริ. (2542). จุดประกาย SME พื้นเศรษฐกิจไทย ตอนที่ 1-2. คอเบีย, 16(211), 109-110.

สุเชษฐ์ เวศยากรณ์. (2548). ระบบธุรกิจการปลูกพืชโดยไม่ใช้ดินในประเทศไทย กรณีศึกษา ฟาร์ม  
ผลิตผักไฮโดรโปนิกส์ในกรุงเทพฯและปริมณฑล. งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,  
สาขาธุรกิจการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุธี ตรีจรงค์. (2546). ความต้องการความรู้เกี่ยวกับผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคใน  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาส่งเสริมการเกษตร,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุพรรณิ แยมลี. (2545). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค  
ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีเขตดุสิต. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,  
สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักผังเมือง. (2542). *ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: สำนักผังเมือง.

อลิสสา สะหะหิรัญ. (2550). การเปิดรับข่าวสาร ความคิดเห็น และแนวโน้มการยอมรับ การบริโภค  
ผลิตภัณฑ์ GMOs ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร  
มหาบัณฑิต, สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อดิศักดิ์ ศรีสม. (2543). *กลยุทธ์สร้างเจ้าแก่ SME*. กรุงเทพฯ: นารี อินโฟ.

อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543). *สรุปสาระสำคัญร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม กรมส่งเสริมการส่งออก. อุตสาหกรรมสาร, 43, 45-54.*

Adamson, I., Chan, K., & Handford, D. (2003). Relationship marketing: customer commitment  
and trust as a strategy for the smaller Hong Kong corporate banking sector. *International Journal  
of Bank Marketing, 21*(6), 347-58.

Aldrich, H. E., & Fiol, M. C. F. (1994). Fools rush in: The institutional context of industry  
creation. *Academy of Management Review, 19*, 645-670.

- Anderson, E. W. Fornell, C. & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53 - 66.
- Chaudhuri, A., & Morris, B. H. (2001). The Chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Garbarino, E., & Mark, S. J. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*, 63, 70-87.
- Frese, M., & Kruif, M. D. (2000). *Psychological Success Factors of Entrepreneurship in Owners in Africa*. Santa Barbara, CA.: Greenwood Publishing.
- Frese, M., Krauss, S. L., & Friedrich, C. (2000). Micro enterprises in Zimbabwe: the Function of sociodemographic Factors, psychological strategies, personal initiatives and Goal setting. *In Success and Failure of Micro Business Owners in Africa*, (pp.149-155) London: Westport.
- Ganesan, S. (1994). Determinant of long-term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 58(April), 1-19
- Grigorios, Z., & Alistair, R. A. (2004). Relationships marketing and small business: an exploration of links in theory and practice. *International Journal Qualitative Market Research*, 7(3), 228-236.
- Hannah, M., & Freeman, J. (1984). Structural inertia and organizational change. *American Sociological Review*, 49, 149-164.
- James, C. A., & James, A. N. (1984). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnership. *Journal of Marketing*, 54 (January), 42-58
- Kristof, D. W., Gaby, O. S., & Dawn, L. (2001). Investments in consumer relationships: across-country and cross-industry exploration. *Journal of Marketing*, 65, 33-50.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management: Analysis Planning Implementation and Control*. (5<sup>th</sup> ed.) Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- MacCormick, E. J., & Daniel, I. R. (1980). *Industrial Psychology*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Moorman, C., Rohit, D., & Gerald, Z. (1993). Factors affecting trust in market relationships. *Journal of Marketing*, 57(January), 81-101.

- Morgan, R., & Shelby, H. (1994). The commitment –trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 3(July), 20-38.
- Moorman, C., Rohit, D. & Gerald, Z. (1993). Factors affecting trust in market research relationships. *Journal of Marketing*, 57(21), 81-102.
- Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A Model of trust in online relationship banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21(1), 5-15.
- Nunnally, J. C. (1959). *Tests and Measurement*. New York: McGraw-Hill.
- Shepherd, D. A., & Zacharakis, A. L. (2003). A new venture's cognitive legitimacy: An assessment by customers. *Journal of Small Business Management*, 41(2), 148-167.
- Wolman, B. B. (1773). *Dictionary of Behavioral Science*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Vroom, V. H. (1964). *An Empirical Study of the Social Correlates of job Satisfaction among Plant Science Graduates of a Mid-Western University*. Lanham: University Press of America.