

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2558). รายงานจำนวนผู้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์: กรุงเทพมหานคร.
- ชัตติยา ชัตติยวรา. (2558). การถ่ายทอดความรู้เรื่องแผนธุรกิจเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมชุมชนปงยางคก อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง . วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต. 3(3): 1-9.
- จารุณี ภัทรวงษ์ธนา .(2559). การขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์,10(2): 163-175.
- จินตนา บุญบงกา.(2544).การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จังหวัดสมุทรปราการ. (2556). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสมุทรปราการ(ออนไลน์). ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2560, <http://www.samutprakan.go.th>.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กเซเปอร์เน็ท.
- ณัชฌานันท์ นิติวัดนะ . (2558). แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอชำสูง จังหวัดขอนแก่น . วารสารสุทธิปริทัศน์. 29(91): 220-238.
- ณัตตยา เอี่ยมคง และคณะ . (2559). สภาพปัจจุบัน ความต้องการและความคาดหวังของผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า โอท็อปที่มีต่อการขายสินค้าผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์ . วารสารวิชาการ RMUTTGlobal Business and Economics Review. 2559; 11(1): 31-42.
- ดวงใจ ธรรมนิทานนท์ (2559). กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางการค้าแบบดิจิทัล . วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ทิชากร เกสรบัว .(2558). กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการรายใหม่ (ประเภทเครื่องจักสาน) ในตลาดอาเซียน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรทำนาข้าวบ้านบางพลวง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี . วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.23(41): 225-247.
- ธวัชชัย ฟ้าแสงและคณะ. (2557)การวิจัยและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต. 2(1): 63-72.
- ธัญมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. วารสารนักบริหาร. 34(1): 177-191.
- นราวุฒิ สังข์รักษา. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

- นิรุติ ผึ้งผล, วินัย สยอวรรณ และนงนุช นามวงษ์ (2559). ปัจจัยทำนายการตัดสินใจจัดจำหน่ายยาจาก
สมุนไพรรองร้านขายยาแผนปัจจุบันในจังหวัดชลบุรี. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์**.24(45):177-193
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุษรา สร้อยระย้า และคณะ. (2556). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วยสำหรับบรรจุ
ภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป. **วารสารวิชาการและวิจัย** 7(1) : 9-24.
- ปฐมพงษ์บำรุง. (2559). การพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ผูกมัดดอกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ
ไทย. **วารสาร กสทช** 9(1):447.
- ปฐมพงษ์บำรุงและวสุธิดา นักเกษม. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าบนธุรกิจพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
ประกาศิต เจริญศิริ (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการทางโลจิสติกส์ในการ
กระจาย สินค้าเครื่องมือผ่าตัดใหญ่ในประเทศไทย**. บัณฑิตวิทยาลัย-เชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต
- ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2551). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพรส.
- พัชรา วงศ์แสงเทียน, ชญานิษฐ์ ศศิวิมล และพัชรัตน์โกธธรรม. (2559). **การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาด
กับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดง
เตี้ย อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย**. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอ
ผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 “ยกระดับงานวิจัย เพื่อก้าวสู่การเป็นมหาวิทยาลัย
ระดับโลก”. 25-26 มีนาคม 2559 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา: หน้า 1447-1461.
- พิทวัสค์ โยธินบุญนาค, ดารณี พิมพ์ช่างทอง. (2561). **ภาพลักษณ์ร้านค้าที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า.
วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**, 6 (1): นน.63-76.
- ภูตินันท์ อติพิทยางกูร (2555). **การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ภ. อติพิทยางกูร. กรุงเทพฯ.**
- ภาสกร โทณะวณิก. (2554). **การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
งานหัตถกรรม สาขาจักสานของจังหวัดเชียงใหม่**. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการ
วิจัยแห่งชาติ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มณีรัตน์ รัตนพันธ์. (2558). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทาง
ออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ประเทศไทย**. **วารสารหาดใหญ่วิชาการ** , 13(2) :
145-153.
- รัชนิกร วงศ์แสง .(2553). **กลยุทธ์การตลาดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับไบตองสตูดิโอเดทคอม.
บัณฑิต วิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.**

- รัชนิกร อุตตมา .(2553). ช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกรในอำเภอสารภี จังหวัด เชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร.
- รัฐพรรัตน์ งามวงศ์ และคณะ . (2556). การศึกษาความเป็นไปได้ในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มา **ใช้กับ ผลิตภัณฑ์ OTOP ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา .**นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน;
- รัฐพล สังคะสุข, กัลยา นาคลังกา, วิริยาภรณ์ เอกผล, วรพรรณ สุรัสวดี. (2560). การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. **วารสารวิจัยราชภัฏพระ นคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12(1):** นน. 38-79
- รัฐบาลไทย. (2559). **ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนประเทศด้วยเศรษฐกิจดิจิทัล.** กรุงเทพฯ: 2559
- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). **การจัดการเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ: อินเฮาส์ โนว์เลจ.
- ลัดดาวลัย แก้วกิตติพงษ์ . (2556). บทวิเคราะห์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่จากมุมมองเครือข่ายคุณค่า. **วารสารบริหารธุรกิจ, 36(139) :** 43-58.
- วิทยา จารุพงศ์โสภณ. (2549). การกำหนดราคาเพื่อกำไรสูงสุด. **วารสารบริหารธุรกิจ, 29(110) :** 45-54.
- สุวิมล แม้นจริง. (2546). **การจัดการตลาด.** กรุงเทพฯ: เอช. เอ็น. กรุ๊ป.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2558). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของ ประเทศไทย ปี 2558.** มีนาคม 2559. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2559 จาก <https://www.etda.or.th/download-publishing/51/>
- สำนักนายกรัฐมนตรี (2559). **แผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนา รายยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนา ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.**คณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลฯ (ร่าง).
- สมาคมโฆษณาดิจิทัลประเทศไทย .(2016). **สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเทศไทยปี 58.** สืบค้นเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2559จาก <http://www.daat.in.th/index.php/daat-mobile-2015/#sthash.J0vG5UQY.dpuf>.
- สมถวิล พลแสน, ชีระ ฤทธิรอด. (2557). แนวทางการเพิ่มยอดขายขนมไทยของร้านบ้านขนมไทยจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิจัย มข. มส., 2 (3):** นน. 60-69
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2548). **นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์.**กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ . (2558). **แบบสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 2558.** สืบค้นเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2559 จาก <https://www.nectec.or.th/research/research-unit/dacru-isa.html#m-nav>
- อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ(2558). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AECของผู้ประกอบการในเขตอำเภอหางดง จังหวัด

- เชียงใหม่ .วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี;2(1):.75-85.
- อัญชัญ จงเจริญ. (2555). พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และ
ของฝากชุมชน จังหวัดระนอง. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อานันท์ ตะนัยศรี . (2559). วิสาหกิจชุมชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2559
จาก <http://ophbgo.blogspot.com/>
- อาภาพรธม จันทนาม. (2558) . การส่งเสริมการตลาด การจัดประชุมสี่เขี้ยวในประเทศไทย. **วารสาร
บริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ** 4(2) : 139-152.
- เอกพล บรรลือ, (2559). เหลื่อมล้ำ ว่างานสูงเป็นประวัติการณ์สัญญาณเตือนภัยครั้งใหญ่ของเศรษฐกิจ
ไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2560. จาก [http://themomentum.co/momentum-
feature-thai-ecomomic-unemployed](http://themomentum.co/momentum-feature-thai-ecomomic-unemployed).
- AmitGhosh (2014).How To Choose The Best Business Structure To Choose For A Start-
up?.Retrieved30 April 2017.From: www.The Startup Journal.com.
- Andrew Roberts. (2017) .LVMH Books \$3.5 Billion Gain on Hermes Stock Distribution. ?.
สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2560 .เข้าถึงได้จาก
[https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-12-17/lvmh-books-3-5-billion-gain-
on-hermes-stock-distribution](https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-12-17/lvmh-books-3-5-billion-gain-on-hermes-stock-distribution).
- Credit Suisse AG. (2016). **The Global Wealth Report 2016**.Credit Suisse AG. Zurich:
Switzerland.
- Karine Picot-Coupey, Elodie Huré, Lauren Piveteau. (2016). Channel design to enrich
customers' shopping experiences: Synchronizing clicks with bricks in an omni-
channel perspective – the Direct Optic case. **International Journal of Retail &
Distribution Management**, 44(3): pp.336-368
- Natalie Robehmed, (2013). **What Is A Startup?**.Retrieved. 30 April 2017.From
[https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-
startup/#f35dc0e40440](https://www.forbes.com/sites/natalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#f35dc0e40440).
- Nastasi, B. K. and Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity
of intervention research. **Journal of School Psychology**. 43(3), 177-195
- Philips Kotler.(2014).**Marketing Management**.. New Jersey: Prentice - Hall.
- Taiminen, H.M. & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in
SMEs. **Journal of Small Business and Enterprise Development**.22(4): 633-651.