

## เอกสารอ้างอิง

- ชัตติยา ชัตติยวรา. (2558). การถ่ายทอดความรู้เรื่องแผนธุรกิจเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพ  
หัตถกรรมชุมชนปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. **วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพ  
ชีวิต**. 3(3): 1-9.
- จารุณี ภัทรวงษ์ธนา(2559). การขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน  
อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. **วารสารวิชาการ  
มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์**.10(2): 163-175.
- จินตนา บุญบงกา.(2544).การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: **ซีเอ็ดยูเคชั่น**.
- จังหวัดสมุทรปราการ. (2556). **ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสมุทรปราการ(ออนไลน์)**. ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2560,  
<http://www.samutprakan.go.th>.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ฉิมฉานันท์ นิติวัดนะ. (2558). แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจ  
พอเพียง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอชำสูง จังหวัดขอนแก่น. **วารสารสุทธิ  
ปริทัศน์**. 29(91): 220-238.
- ฉัตตยา เอี่ยมคง และคณะ. (2559). สภาพปัจจุบัน ความต้องการและความคาดหวังของผู้ผลิตและจำหน่าย  
สินค้าโอท็อปที่มีต่อการขายสินค้าผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์. **วารสารวิชาการRMUTTGlobal  
Business and Economics Review**. 11(1): 31-42.
- ดวงใจ ธรรมนิทานนท์ (2559). **กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางการค้าแบบดิจิทัล**.  
วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ทิชากร เกสรบัว. (2558). กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการรายใหม่  
(ประเภทเครื่องจักสาน) ในตลาดอาเซียน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรทำนาข้าวบ้าน  
บางพลวง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และ  
สังคมศาสตร์**.23(41): 225-247.
- ธวัชชัย ฟ้าแสงและคณะ. (2557). การวิจัยและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต**. 2(1): 63-72.
- ธัญมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. **วารสาร  
นักบริหาร**. 34(1): 177-191.
- นราวุฒิ สังข์รักษา. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นใน  
จังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

- นิรุติ ผึ้งผล, วินัย สยอวรรณ, นงนุช นามวงษ์ (2559). ปัจจัยทำนายนายการตัดสินใจจัดจำหน่ายยาจากสมุนไพรของร้านขายยาแผนปัจจุบันในจังหวัดชลบุรี. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 24(45):177-193
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน.
- บุษรา สร้อยระย้า และคณะ. (2556). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากเส้นใยกล้วยสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป. วารสารวิชาการและวิจัย 7(1) : 9-24.
- ปฐมพงษ์บำเรอ, วสุธิดา นักเกษม. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าบนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- ประกาศิต เจริญศิริ (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการทางโลจิสติกส์ในการกระจายสินค้าเครื่องมือผ่าตัดใหญ่ในประเทศไทย. บัณฑิตวิทยาลัย เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต
- ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2551). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพรส.
- พัชรา วงศ์แสงเทียน, ชญานิชฐ์ ศศิวิมล และพัชรัตน์โกธธรรม. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดงเตี้ย อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 “ยกระดับงานวิจัย เพื่อก้าวสู่การเป็นมหาวิทยาลัยระดับโลก”. 25-26 มีนาคม 2559 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา: หน้า 1447-1461.
- พรศิริ กองนวล และคณะ. (2559). กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนและการนำไปใช้ประโยชน์ของประชาชนในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนเข้มแข็ง จังหวัดสมุทรปราการ. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- ภูตินันท์ อติพิทยางกูร. (2555). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ. มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช. ก. อติพิทยางกูร. กรุงเทพฯ.
- ภาสกร โทณะวณิก. (2554). การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรม สาขางานจักสานของจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนิรัตน์ รัตนพันธ์. (2558). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ประเทศไทย. วารสารหาดใหญ่วิชาการ 13(2) : 145-153.
- รัชนิกร วงศ์แสง. (2553). กลยุทธ์การตลาดทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับไบตองสตูดิโอตอคอม. บัณฑิตวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

- รัชนีกร อุตตมา.(2553). **ช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกรในอำเภอสารภีจังหวัดเชียงใหม่**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร.
- รัฐพรรัตน์ งามวงศ์ และคณะ. (2556). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับ ผลิตภัณฑ์OTOP ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน;**
- รัฐบาลไทย. (2559). **ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนประเทศด้วยเศรษฐกิจดิจิทัล**. กรุงเทพฯ: 2559
- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: อินเฮาส์ โนว์เลจ.
- ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์. (2556). **บทวิเคราะห์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่จากมุมมองเครือข่ายคุณค่า**. วารสารบริหารธุรกิจ. 36(139): 43-58.
- วิทยา จารุงศ์โสภณ. (2549). **การกำหนดราคาเพื่อกำไรสูงสุด**. วารสารบริหารธุรกิจ 29(110) : 45-54.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2548). **นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์**.กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- สุวิมล แม่นจริง. (2546). **การจัดการตลาด**. กรุงเทพฯ: เอช. เอ็น. กรุ๊ป.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.(2558). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทย ปี 2558**. มีนาคม 2559. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2559 จาก <https://www.eta.or.th/download-publishing/51/>
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2559). **แผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม**.คณะกรรมการเตรียมการด้านดิจิทัลฯ (ร่าง).
- สมาคมโฆษณาดิจิทัลประเทศไทย. (2016). **สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเทศไทยปี 58**. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2559จาก <http://www.daat.in.th/index.php/daat-mobile-2015/#sthash.J0vG5UQY.dpuf>.
- อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ(2558). **แนวทางการพัฒนาการตลาด เน้นงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่**.วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี;2(1):.75-85.
- อัญชัญ จงเจริญ. (2555). **พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง**. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อานันท์ ตะนัยศรี. (2559). **วิสาหกิจชุมชน**. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2559 จาก <http://ophbgo.blogspot.com/>

- อาภาพรรณ จันทนาม. (2558) . การส่งเสริมการตลาด การจัดประชุมสีเขียวในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ* 4(2) : 139-152.
- เอกพล บรรลือ, (2559). **เหลื่อมล้ำ** ว่างงานสูงเป็นประวัติการณ์! สัญญาณเตือนภัยครั้งใหญ่ของเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2560 จาก <http://themomentum.co/momentum-feature-thai-ecomomic-unemployed>.
- AmitGhosh (2014). **How To Choose The Best Business Structure To Choose For A Start-up?**. Retrieved 30 April 2017.From: [www.The Startup Journal.com](http://www.The Startup Journal.com).
- Andrew Roberts. (2017). **LVMH Books \$3.5 Billion Gain on Hermes Stock Distribution.** ?. Retrieved 30 April 2017.From: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-12-17/lvmh-books-3-5-billion-gain-on-hermes-stock-distribution>.
- Melodi Botha, Claire Leanne Robertson. (2014). **Potential entrepreneurs' assessment of opportunities through the rendering of a business plan.** University of Pretoria.
- Natalie Robehmed, (2013). **What Is A Startup?**. Retrieved. 30 April 2017.From:<https://www.forbes.com/sites/nalierobehmed/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.