**เอกสารอ้างอิง**

กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2545). แนวทางการดาเนินงานหนึ่ง ตาบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพ :

บพิธการพิมพ์.

กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2559). แนวทางการดาเนินงานหนึ่ง ตาบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพ :

บพิธการพิมพ์.

กมลพรรณ บุญสุทธิ์. (2548). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำ เร็จและปัญหาอุปสรรคในการบริหารจัดการกลุ่ม ใน

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: ศึกษากรณีกลุ่มจักสานทองเหลือง ตำบลท่าไข่ จังหวัดฉะเชิงเทรา

(รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).

กุลวิจิตรา ภังคานนท์. (2537). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ: ศึกษากรณกลุ่มอาชีพ

จังหวดัสุรินทร์. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.

เกศริน โฉมตระการ. (2551). ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP

ของผู้บริโภคจังหวัดสมุทรปราการ. สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ขัตติยา ขัติยวรา. (2558). การถ่ายทอดความรู้เรื่องแผนธุรกิจเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมชุมชนปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต. 3(3): 1-9.

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2555). แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุด

ยอดหนึ่งตำหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2555. กรุงเทพฯ: บีทีเอสเพรส, หน้า 6-11. ความเป็นมาของ OTOP .สืบค้นจากhttps://sites.google.com/site/testmidterm2554/home/khwame.online.สืบค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2558.

จาริตา หินเธาว์, กันยารัตน์สุขวัธนกุล, และคณะ. (2553). การจัดการผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษา: กลุ่ม

แม่บ้าน สามัคคีพัฒนา บ้านถ้ำ เต่า หมู่ 1 ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร.

ฉัตรชัย อินทสังข์และปวีณา อาจนาวัง. (2556). ต้นแบบกลยุทธ์การตลาดสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจ

ชุมชนเพื่อการค้าระดับประเทศสู่ความยั่งยืน (กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีระดับต่ำกว่า 3 ดาว ในเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา) ศูนย์กลางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขต นครราชสีมามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

ชนนิกานต์จุลมกร. (2555). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับ

ปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลับบูรพา.” ปัญหาพิเศษ, สาขาวิชาสถิติหลักสูตร

วิทยาศาสตรบัณฑิต ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชลธิรา สัตยาวัฒนา. (2545). ภูมิปัญญาเป็นผลึกขององค์ความรู้ที'มีกระบวนการสั'งสมสืบทอดกนมา

ยาวนานที่มีหลากหลายไร้เอกภาพความรู้. ปริญญานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2545.

ชลทิตย์ เอี่ยมส าอางค์และวัศนี ศีลตระกูล. (2533) “ภูมิปัญญาชาวบ้าน เทคโนโลยีพื้นบ้าน

และแหล่งวิทยาการในชุมชน” ในเอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 1-8 การพัฒนาและ

การใช้แหล่งวิทยาการในชุมชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ฌัชฌานันท์ นิติวัฒนะ. (2558). แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอซำสูง จังหวัดขอนแก่น. ปีที่ 29 ฉบับที่ 91 กรกฎาคม - กันยายน 2558.

**เอกสารอ้างอิง (ต่อ)**

ฌัชฌานันท์ นิติวัฒนะ. (2558). แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาด ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอซำสูง จังหวัดขอนแก่น. วารสารสุทธิปริทัศน์. 29(91): 220-238.

ณรงค์ รัตนะ.(2529). เทคนิคการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชนบท. เอกสารการอบรมสัมมนาอาจารย์ผู้สอนวิชา

เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตในท้องถิ่น. สหวิทยาลัยศรีอยุธยาร่วมกับหน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.

ณิชชา คุ้มเพชรรัฐ. (2562). การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จังหวัดระนอง. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

ทิชากร เกษรบัว. (2558). กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการรายใหม่ (ประเภทเครื่องจักสาน) ในตลาดอาเซียน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรทำนาข้าวบ้านบางพลวง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. Vol 23 No 41 (2015): มกราคม - เมษายน 2558.

ธวัช ปุณโณทก. (2537). วรรณกรรมสองฝั่งโขง. กรมศิลปากร กรุงเทพมหานคร วรรณกรรมอีสาน :

วรรณกรรม เป็นเอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง "วรรณกรรมสองฝั่งโขง"

30 มิถุนายน - 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2537 ณ โรงแรมโฆษะ อ.เมือง จ.ขอนแก่น จัดโดยกรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ (ปัจจุบันสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม).

ธวัช ปุณโณทก. (2525). วรรณกรรมท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2525.

ธันยมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. วารสารนักบริหาร. 34(1): 177-191.

ธันยมัย เจียรกุล. (2557).ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOPเพื่อพร้อมรับการเปิด AEC.วารสารนักบริหารExecutive Journal. ปีที่ 34 ฉบับที่ 1. มกราคม-มิถุนายน 2557. ประชาคมอาเซียน.

สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2558. จากเว็ปไซร์ http://www.xn-- 42cle0dg2bid7g0axd4b6k.net/3-pillar-asean/.online.

นราวุฒิ สังข์รักษา. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี. วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย ปีที่2 ฉบับที่1 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2553).

พวงเกสร วงค์อนุพรกูล. (2552). แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา วิสาหกิจ

ชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนาหมู่ที่7 ตำวัดจันทร์อำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก วิทยานิพนธ์

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

พัชรา อุยตระกูล. (2533). ภูมิปัญญาชาวบ้านเทคโนโลยีพื%นฐาน และแหล่งวิทยาการในชุมชน เอกสารการ

สอนชุดวิชาการพัฒนาและการใช้แหล่ง วิทยาการในชุมชน หน่วยงานที' 1 – 8. นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พัชรา วงศ์แสงเทียน ชญานิษฐ์ ศศิวิมล และพัทธนันท์ โกธรรม. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดงเดือย อําเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการและนําเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที 7 “ยกระดับงานวิจัย เพื่อก้าวสู่การเป็นมหาวิทยาลัยระดับโลก”. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ. 1461 หน้า.

**เอกสารอ้างอิง (ต่อ)**

ภาสกร โทณะวณิก. (2554). การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรม สาขางานจักสานของจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่ 212 หน้า.

มาลิณี ศรีไมตรีและคณะ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรบรรยากาศองค์กร

กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของคณาจารย์ต่างเจนเนอเรชั่นในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. วารสารปัญญาภอวัฒน์, 7 (พิเศษ), 121-140.

มณีรัตน์ รัตนพันธ์. (2558). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ประเทศไทย. วารสารหาดใหญ่วิชาการ 13(2) : 145-153.

ยิ่งยง เทาประเสริฐ. “ศักยภาพของภูมิปัญญาพื ' %นบ้าน,” วารสารการศึกษาแห่งชาติ. 28(5) :

17 ; มิถุนายน – พฤษภาคม, 2537.

รสดา เวษฎาพันธ์ และสุมาลี สันติพลวุฒิ. (2555). แนวทางการการพัฒนา OTOP ในเขตภาคกลาง. ใน

การประชุมทางวชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 50 (น. 224-231).

31 มกราคม - 2 กมภาพ ุ นธั ์ 2555. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลยเกษตรศาสตร ั ์

วลีรักษ์ สิทธิสม. (2553). สภาพการ บริหารจัดการสินค้า OTOP ในจังหวัด นนทบุรี. สาขาวิชาบริหารอาชีวะและ เทคนิคศึกษา ภาควิชาบริหารเทคนิค ศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

วีระพล ทองมา และ ประเจต อํานาจ. (2547). ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อ

ประชาชนในพื้นที่ ตําบลแม่แรม อําเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วิชิต นันทสุวรรณ. (2544). ภูมิปัญญาชาวบานกับการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ : มูลนิธิหมู่บ้าน.

ศศิเพ็ญ พวงสายใจ. (2551). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. สืบค้น

จาก www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\_journal/jan...14/.../aw18.pdf. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 8 มกราคม 2558.

เสรี พงศ์พิศ. (2529). คืนส่รากเหง้า ู . กรุงเทพฯ : เทียนวรรณ.

เสรี พงศ์พิศ. (2536). วัฒนธรรมพื้นบ้าน: รากฐานการพัฒนา. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊พ. เสน่ห์ จามริก. (2532). แนวทางพัฒนาการศึกษาไทย : บทวิเคราะห์เบื้องต้น. การศึกษา

แห่งชาติ 1(ตุลาคม-พฤศจิกายน) : 20-32

สสว. ยกระดับผู้ประกอบการ OTOP 4-5 ดาวพร้อมมอบรางวัล 5 สุดยอด OTOP PLUS จากทั่วประเทศ.

(2555, 21 ธันวาคม).มติชนออนไลน์.สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2558.

จาก <http://www.matichon.co.th>.

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) กับการตลาด. (ฉบับแก้ไขปรับปรุง). ตุลาคม พ.ศ. 2547.

โดยอาสาสมัครอาวุโสขององค์การความร่วมมือระหว่างประเทศของญี่ปุ่น (JICA Senior Volunteer) (คุณซุซุมุโอซากิ(Mr. Susumu Ozaki)).

สุจารี จันทรสุข. (2531). “การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น,” การศึกษาแห่งชาติ. 22 (6) : 39. เหม ทองชัย. (2542). วิถีไทย. กลุ่มสถาบันราชภัฏภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : สำนักพิมพ์เธิร์ดเวฟ.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2536). มูลนิธิภูมิปัญญา. กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา.

**เอกสารอ้างอิง (ต่อ)**

ทิชากร เกสรบัว. (2558). กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการรายใหม่ (ประเภทเครื่องจักสาน) ในตลาดอาเซียน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรทำนาข้าวบ้านบางพลวง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 23(41): 225-247.

อัญชัญ จงเจริญ. (2555). พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ. 90 หน้า.