

บรรณานุกรม

กรมการพัฒนาชุมชน. 2556. **ฟื้นฟูโอท็อป ต่อยอดสู่สากล OTOP Revitalization**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงมหาดไทย.

กรมการพัฒนาชุมชน. 2557. **ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ซึ่งมีทั้งหมด 37 รายการ**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงมหาดไทย.

กรมพัฒนาชุมชน.[ระบบออนไลน์].สืบค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2556.แหล่งที่มา :

<http://www.cdd.go.th/index2.php>

กฤตติกา แสนโชน. 2546. **การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน:กรณีศึกษาสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี**.วิทยานิพนธ์.ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กาญจนา ศรีพุทธเกียรติ และสุมาลี สันติพลวุฒิ. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2557.แหล่งที่มา :

<http://kucon.lib.ku.ac.th/ac.th/cgi-bin/kucon.exe?>

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด.[ระบบออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม2557. แหล่งที่มา

<http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=483.0>

การส่งเสริมการตลาด.[ระบบออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม2557. แหล่งที่มา

<http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=2234.0>

กัลยา ศรีวงษ์. 2550. **ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน**. วิทยานิพนธ์สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

ใจแก้ว แถมเงิน. 2555. **“การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี”วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2555.**

ชวพงษ์ นัยสุข. 2549. **การผลิตและต้นทุนการผลิต ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุธีวรรณ สมัครพงศ์.[ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2557. แหล่งที่มา :

<http://www.economics.psu.ac.th/mab/research/detailabstract.asp?id=187>

ณัฐธยาน์ อิศระนุกุลธรรม.2549. การประเมินสถานการณ์ปัจจัยภายนอกของกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมในโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3 – 5 ดาว .วิทยานิพนธ์.

ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ธนา สมพรเสริมและ ศักดิ์สิทธิ์ บุศยพลากร.[ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2557.แหล่งที่มา :

<http://kucon.lib.ku.ac.th/ac.th/cgi-bin/kucon.exe?>

ฉันทย์มัย เจริญกุล. 2557. ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC.

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

นงนภัส พรธีระภัทร.[ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2557. แหล่งที่มา :

<http://www.economics.psu.ac.th/mab/research/detailabstract.asp?id=254>

นันทนภัส จิรวิจิตรวิวัฒน์.[ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2557. แหล่งที่มา :

<http://www.economics.psu.ac.th/mab/research/detailabstract.asp?id=220>

นัยนา พันธุ์ไพโรจน์. 2549.การประเมินสถานการณ์ของปัจจัยภายในกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมของโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ระดับ 3-5 ดาว. วิทยานิพนธ์.

ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

นราวุฒิ สังข์รักษา. 2553. ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและ

ท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาประกอบการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปยะพรรณ ขางวัฒนชัย และ โสมสกา เพชรานนท์. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2557.

แหล่งที่มา : <http://kucon.lib.ku.ac.th/ac.th/cgi-bin/kucon.exe?>

ผลิตภัณฑ์ชุมชน.[ระบบออนไลน์].สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2557.แหล่งที่มา :

<http://www.thaitambon.com,2555>)

พวงเพชร วงศ์อนุพรกุล .2553. แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจ

ชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนาหมู่ที่7 ตำบลวัดจันทร์อำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์.

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

พุดพัฒนา ทวีวรพัฒน์ และ สุมาลี สันติพลวุฒิ. 2557. การประเมินผลการดำเนินงานการพัฒนา

ผู้ประกอบการให้เกิดธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปีงบประมาณ 2556. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รสดา เวชญาพันธุ์ และ สุมาลี สันติพลวุฒิ. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2557.แหล่งที่มา :

<http://kucon.lib.ku.ac.th/ac.th/cgi-bin/kucon.exe?>

เรวัตร ธรรมาภิรมย์. 2545.สถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาด และกลยุทธ์ทาง
การตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์:กรณีศึกษา
ดอกไม้ประดิษฐ์ จังหวัดนครศรีธรรมราชและอ่างทอง.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรสุภางค์ จุลการ. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2557.แหล่งที่มา :

<http://www.economics.psu.ac.th/mab/research/detailabstract.asp?id=268>

วริษฐา หะไร. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2557.แหล่งที่มา :

<http://www.economics.psu.ac.th/mab/research/detailabstract.asp?id=130>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดวงกลมสมัย

ไศลเพชร ศรีสุวรรณ. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2556.แหล่งที่มา : <http://www2.rmutt.ac.th>

ส่วนประสมทางการตลาด.สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม2556. แหล่งที่มา:

http://xn--12ca1ddig2elng4ld4e1p.blogspot.com/2012/04/blog-post_3960.html

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2546. **สมุนไพรไทยยั้งฟ้า-เร่งอนุรักษสายพันธุ์.**
เดลินิวส์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. [ระบบออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม2556. แหล่งที่มา:

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/servopin/files/OTOPRep54.pdf>.

สุดธิดา เตมียเวส.2549. **การทำตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวของ**
เขตลาดกระบัง. การค้นคว้าอิสระ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง.

สุมาลี สันติพลวุฒิ และ สมหมาย อุดมวิทิต. [ระบบออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม2556. แหล่งที่มา:

<http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/3997/1/Fulltext+SUT2-205-54-24-02.pdf>

เสรี วงษ์มณฑา. 2547. **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด.**กรุงเทพมหานคร: ไดมอนด์ บิส นิ เน็ตเวิร์ค

หลักการตลาด. [ระบบออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม2556. แหล่งที่มา:

<http://www.tice.ac.th/Online/Online2-2547/orapin/index3.htm>

อุกฤษณา นิรติศัย. [ระบบออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม2556. แหล่งที่มา:

<http://www.economics.psu.ac.th/mab/research/detailabstract.asp?id=151>