



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กมล ชัยวัฒน์. (2553). **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แมคกรอ - ฮิล.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2559). **วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดตราด. (2564). **น้ำพริกเผา सबปะรดตราดสีทอง วิสาหกิจชุมชน บ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด**. ตราด : กรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัดตราด.
- กรรมการ วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 31 กรกฎาคม 2565). ที่วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร่ จังหวัดตราด.
- กุลชลี พวงเพ็ชร. (2564). การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนไร้สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเองอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. **Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. 11 (2) : 1455 - 1467.
- ครูวิทย์ฐานะ ครูชำนาญการ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 1 สิงหาคม 2565). ที่วิทยาลัยชุมชนตราด จังหวัดตราด.
- แคทรียา ตั้งเจริญ. (2554). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จเร เกื่อนพวงแก้ว และคณะ. (2563). **การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการ การสื่อสาร). จันทบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- จิตติมา จารุวรรณ และอรกัญญา โขนิทานนท์. (2555). **กิจกรรมและปัจจัยสำคัญที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจากการสื่อสารการตลาดในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์**. นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ชนิกานต์ หนูทองคำ. (2562). **การสื่อสารการตลาดในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ (Retreat) ในจังหวัดกระบี่**. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชัชฎา อัครศรีวร และกฤษณ์ท ศานทวิ. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข้อมูลและสื่อ ดิจิทัล ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2558). การศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิก. (2558). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ทิปป์ พอยท์.
- ณัฐพัชร วรพงศ์. (พฤษภาคม - มิถุนายน 2563). “การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ผลิตภัณฑ์ก่อนเชื้อเห็ด วิสาหกิจชุมชนเห็ดและผักหลากหลายชนิดปลอดสารพิษสู่ชีวิตพอเพียง จังหวัดราชบุรี”. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 6 (3) : 157 - 170.
- ณัฐพล ม่วงท่า. (2564). สื่อออนไลน์ ที่มีคนไทยใช้งานมากที่สุดในปี พ.ศ. 2563 - 2564. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>. 29 พฤศจิกายน 2564.
- เดมิ ณ โสมคำ และเมธา เกรียงปริญญากิจ. (2556). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของนิตยสารออฟฟี่ เชียงไทยแลนด์. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2558 นวัตกรรมนิเทศศาสตร์และการจัดการ. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2564). การสร้างมูลค่าเพิ่มและได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://thainews.prd.go.th/th/home>. 11 พฤศจิกายน 2564.
- นักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 1 สิงหาคม 2565). ที่สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดตราด.
- นิธิดา พระยาหอ และลำปาง แม่นมาตย์. (2558). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่ผลิตในจังหวัดขอนแก่น.” วารสารวิจัย มข. มส. (บศ.). 3 (1) : 38 - 51.
- ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 30 กรกฎาคม 2565). ที่วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง จังหวัดตราด.
- ผอ.กลุ่มงานประสานและสนับสนุนการบริหารการพัฒนาชุมชน เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 1 สิงหาคม 2565). ที่สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดตราด.
- ผู้อำนวยการวิทยาลัยชุมชนตราด เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 1 สิงหาคม 2565). ที่วิทยาลัยชุมชนตราด จังหวัดตราด.
- ฝ่ายบัญชี วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 30 กรกฎาคม 2565). ที่วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง จังหวัดตราด.
- ฝ่ายผลิต วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 30 กรกฎาคม 2565). ที่วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง จังหวัดตราด.

- พสนันท์ ปัญญาพร. (2555). แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>. 11 พฤศจิกายน 2564.
- พัฒนัณมล อ่อนสำลี. (กรกฎาคม - ธันวาคม 2563). “วิสาหกิจชุมชนกับการตลาดยุคใหม่ และสังคมดิจิทัล,” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. 14(2) : 179 - 201.
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2554). สื่อออนไลน์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.thaigoodview.com/library/contest2553/type1/tech03/26/benefit.html>. 11 พฤศจิกายน 2564.
- พิบูล ทีปะपाल. (2545). หลักการตลาด : ยุคใหม่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- พิสิษฐ์ พจนजारุวิทย์. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภาณิกา สัจจะบุตร. (2559). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เมทิกา พ่วงแสง และหญิง มัทนัง. (พฤษภาคม - สิงหาคม 2563). “แนวทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีบ้านบึงตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี,” วารสารปัญญาวิวัฒน์. 12 (2) : 55 - 66.
- รองประธานสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, เรวดี สุขมัน เป็นผู้สัมภาษณ์. (สัมภาษณ์ 30 กรกฎาคม 2565). ที่วิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยแร้ง จังหวัดตราด.
- รวรรณ องค์กรุฑรภษา. (2559). “การศึกษาเรื่องการเรียนรู้ทางประสาทสัมผัสต่อร้านอาหารไทยของผู้บริโภคชาวสิงคโปร์ และความสัมพันธ์กับปัจจัยภูมิหลัง,” วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. 6 (1) : 31.
- วัลย์ลดา พรหมเวียง. (2561). การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนของหมู่บ้านสารสนเทศต้นแบบบ้านคลองทรายใน ICT 418 KL YALA. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2546). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มาร์เก็ตติ้งมูฟ จำกัด.
- วิไลภรณ์ สำเภาทอง. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เวชสำอาง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- วิรัตน์ อู่ปรมย์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2563). “การตลาดออนไลน์เพื่อการพัฒนาส่วนประสมการตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนนทบุรี,” วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช. 33 (2) : 35 - 51.
- ศรिता บุญประเสริฐ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2555). “องค์กรแห่งนวัตกรรมทางเลือกของผู้ประกอบการยุคใหม่,” วารสารนักบริหาร. 30 (2) : 21, 36.
- ศศิมา อุดมศิลป์. (2557). “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ในธุรกิจร้านอาหาร,” วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า. 2(3) : 79 - 96.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ. (2553). เครือข่ายสังคม (Social Networking). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.vcharkarn.com/varticle/40698>. 18 เมษายน 2565.
- สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2559). ประเภทและรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- สุจิตรา ศรีเมืองบุญ, ไกรจิต สุตะเมือง และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2557). ระเบียบวิธีวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : พงวรินทร์.
- สุภาวรรณ นวลนิล. (2557). ประเภทของ Social Media. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://supawannuannil.wordpress.com/author/supawannuannil/page/2/>. 11 พฤศจิกายน 2564.
- สุรศักดิ์ ปาเส. (2555). สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3 ฉบับปรับปรุงใหม่. แพร่ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดแพร่ไทยอุตสาหกรรมพิมพ์.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการค้าการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- _____. (2547). ครบเครื่องเรื่องการค้าการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- อัมพร แซ่โซว. (2556). พฤติกรรมการใช้ Facebook และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.
- อารยา เสือเดช. (2559). กระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา : วิสาหกิจชุมชนสายบัว. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (ชนบทศึกษาและการพัฒนา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. (มกราคม - มีนาคม 2563). “การพัฒนากลยุทธ์การตลาดด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมไทยแลนด์ 4.0 สำหรับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์,” วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. 15 (1) : 94 - 108.
- Armstrong, G. and Kotler, P. (2003). **Marketing and introduction**. 6th ed. New Jersey : Pearson Education.
- Boopen, S. (2015). “The Effect of Mining Foreign Direct Investment Inflow on the Economic Growth of Zimbabwe. **Journal of Economic Structures**. 9 (1) : 1 - 17.
- Brannan. (1995). The Effect of Age, Ethnicity and Geographical Location on Impotence and Quality of Life. **British journal of urology**. 75 (5) : 651 - 655.
- Broderick, A. and Pickton, D. (2005). **Integrated Marketing Communications**. New Jersey : Pearson Education UK.
- Copley, P. (2007). “Key Messages from the National Prospective Tonsillectomy Audit,” **The Laryngoscope**. 117 (4) : 24.
- David, S. and Martina, R. (2011). “Marketing Communications Mix of Universities-communication with Students in an Increasing Competitive University Environment,” **Journal of Competitiveness**. 3 (1) : 58 - 71.
- Deuze, M. (2003). “The Web and Its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online,” **New Media & Society**. 5 (2) : 203 - 230.
- Egan, J. (2007). “The Association between Social Capital and Mental Health and Behavioural Problems in Children and Adolescents: an Integrative Systematic Review,” **BMC Psychology**. 2 (1) : 31.
- Etzel, Walker and Stanton. (1997). **Fundamentos de Marketing Marketing**. New York : Mc Graw-Hill Company.
- Facebook**. (2022). (Online). Available : <https://www.google.com/search?q=facebook>. 11 November 2021.
- Jennifer, R. (1998). “Actions of Azadirachtin, a Plant Allelochemical, Against Insects,” **Pesticide Science**. 54 (3) : 277 - 284.
- Kitchen and Schultz. (2000). A response to ‘Theoretical Concept or Management Fashion,’ **Journal of Advertising Research**. 40 (5) : 17 - 21.

- Kitchen, P.J. and Burgmann, I. (2010). **Integrated Marketing Communication**. Wiley International Encyclopedia of Marketing.
- Kliatchko, J. (2005). "Towards a New Definition of Integrated Marketing Communications (IMC)," **International Journal of Advertising**. 24 (1) : 7 - 34.
- Kotler, P. (1973). "Atmospherics as a Marketing Tool," **Journal of Retailing**. 49 (4) : 48 - 64.
- _____. (2003). **Marketing Management, Managing Advertising, Sales Promotion, Public Relation, and Direct Marketing**. New Jersey : Person Education.
- Lane Keller, K. (2001). "Mastering the Marketing Communications Mix: Micro and Macro Perspectives on Integrated Marketing Communication Programs," **International Journal of Advertising**. 4 (1) : 20.
- McConnell and Huba. (2007). **Citizen Marketers: When People are the Message**. Kaplan Publishing.
- McConnell, B. and Huba, J. (2002). **Creating Customer Evangelists : How Loyal Customers Become a Volunteer Sales Force**. Dearborn Trade Publishing.
- Mulhern, F. (2013). Integrated Marketing Communications: From Media Channels to Digital Connectivity. **In The Evolution of Integrated Marketing Communications**. New York : Routledge.
- Newman, N. (2009). "The use of Optical Coherence Tomography in Neurology," **Reviews in Neurological Diseases**. 6 (4) : 5 - 20.
- Porcu, L. Barrio-García. S.D. and Kitchen, P.J. (2012). **How Integrated Marketing Communications (IMC) Works? A Theoretical Review and an Analysis of its Main Drivers and Effects**. New York : Routledge.
- Sankosik, N. (2006). "Consistent Geological-simulation Modeling in Carbonate Reservoirs, A Case Study from the Khuff Formation, Persian Gulf," **Journal of Petroleum Science and Engineering**. 109 (1) : 260 - 279.
- Schultz, D.E. and Kitchen, P.J. (2000). A Response to 'Theoretical Concept or Management Fashion,' **Journal of Advertising Research**. 40 (5) : 31.
- Shrimp. (2010). **Advertising & Promotion**. 5th ed. Fort Worth. TX : The Dryden Press.

- Simpson, L.S. (2006). "Enhancing Food Promotion in the Supermarket Industry: A Framework for Sales Promotion Success," **International Journal of Advertising**, 25 (2) : 223 - 245.
- Skoler. (2009). "Why the News Media Became Irrelevant--And How Social Media Can Help," **Nieman Reports The Nieman Foundation For Journalism At Harvard University**, 63 (3) : 12.
- Smith. P.R. and Zook. Z. (2011). **Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies**. New York : Kogan Page Publishers
- Weber, K., Story, M. and Harnack, L. (2006). "Internet Food Marketing Strategies Aimed at Children and Adolescents: A Content Analysis of Food and Beverage Brand Web Sites," **Journal of the American Dietetic Association**, 106 (9) : 1463 - 1466.
- Yeshin, T. (2012). **Integrated Marketing Communications**. New York : Routledge.