

## บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2560). *ข้อมูลสถิติประชากรในจังหวัดนนทบุรี ณ มิถุนายน 2560*.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). *แผนปฏิบัติการราชการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561*.  
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). *วิเคราะห์ธุรกิจกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี*. กองข้อมูลธุรกิจ กรกฎาคม 2560.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2560). *ธุรกิจเด่นประจำเดือน ธุรกิจร้านขายปลีกเสื้อผ้า*.  
กองข้อมูลธุรกิจ. สิงหาคม 2560.
- กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2560). *วทน. กับการขับเคลื่อน Thailand 4.0*. เผยแพร่เมื่อ ธันวาคม 2560.  
<http://www.most.go.th/main/STITHAILAND4Suvit/STITHAILAND4Suvit.pdf>. สืบค้นเมื่อ  
5 กุมภาพันธ์ 2561.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). *มาตรการพิเศษเพื่อขับเคลื่อน SMEs สู่ยุค 4.0*. เผยแพร่เมื่อ 8 ธันวาคม 2560.  
<http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/2016-02-07-16-54-26/smes-4-0>.  
สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2561
- โกสินทร์ ชำนาญพล และ สุดาใจ โล่ห์วนิชชัย. (2562). *การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ*. วารสารราชพฤกษ์. ปีที่ 17. ฉบับที่ 2. (พฤษภาคม – สิงหาคม 2562). หน้าที่ 130 – 138
- จิรสิน มีลาภ. กษิติศ ตั้งเจริญ. นีรวรรษ์ พุทธิปาน. วรณภรณ์ บริพันธ์ และ เจษฎา นกน้อย. (2561). *ความตั้งใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประกอบธุรกิจ*. การประชุมวิชาการระดับชาติ. “วลัยลักษณ์วิจัย” ครั้งที่ 10. วันที่ 27 – 28 มีนาคม 2561.
- จิระวรรณ ไชยปรีชาวิทย์. (2561). *การศึกษาการบริโภคอาหารเคลื่อนที่ (Food Truck) ที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม กระแสนิยม : The consumption Food truck affect on influence popular culture*. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ. UTCC Academic Day. ครั้งที่ 2. University of the Thai Chamber of Commerce. 8 มิถุนายน 2561.

- เจณิภา คงอ้อม. (2561). การดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์. ปีที่ 4. ฉบับที่ 1. (กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม 2561). หน้า 156 – 170.
- ชลธิชา มธุระเมธา. (2557). ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความเป็นนานาชาติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ฉบับที่ 144. (37). หน้า 53 – 66.
- ชวัลร์ชต์ ภาณุภักดิ์, ศิวารัตน์ ณ ปทุม และ ปริญญา ลักขิตามาต. (2558). การพัฒนาตัวแบบกลยุทธ์การตลาดบริการเพื่อสร้างคุณค่าการรับรู้อาหารไทยประยุกต์สู่ตลาดอาเซียน. วารสารปัญญาวิวัฒน์ ปีที่ 7 ฉบับพิเศษ ประจำเดือนสิงหาคม 2558. หน้า 26 – 38.
- ดวงกมล ศิริรงค์. (2555). รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ศึกษาเฉพาะ 4 ธุรกิจ เอสเอ็มอี ที่ผ่านเข้ารอบสุดท้ายในรายการ เอสเอ็มอี ดีแตก เพื่อชิงรางวัลสุดยอด เอสเอ็มอี แห่งปี ประจำปี 2554. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทรงพล อานูภาพ และ วิไลดา เตชะเวช. (2558). กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับผู้ค้าปลีกอัญมณีและเครื่องประดับขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2558. หน้า 177 – 183.
- ไทยตำบล. (2561). แนะนำสินค้าโอท็อปจังหวัดนนทบุรี. <http://www.thaitambon.com/province/นนทบุรี> สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562.
- ธนาศักดิ์ ข่ายกระโทก, สิริมา บุรณกุล และกนกกาญจน์ ศรีสุรินทร์. (2560). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ. ครั้งที่ 2 “การวิจัย 4.0 เพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”. หน้า 1189 – 1200.
- นันทพร เขียนดวงจันทร์, ขวัญกมล ดอนขวา , สรียา วิจิตรเสถียร. พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคนกลุ่มในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย. Veridian E-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 หน้า 561 – 577.

- นิภาพร มีชำนาญ. (2554). *กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการไม้ดอกไม้ประดับ: กรณีศึกษา หมู่บ้านดงบัง อำเภอมือง ต.ปราจีนบุรี*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุษยา วงษ์ชวลิตกุล, สงวน วงษ์ชวลิตกุล, ธนกร ลีนศรีณย์, อรุณา ปราชญ์ปรีชา, ทศพล ปราชญ์ปรีชา และ จอมภักดิ์ จันทะศักดิ์. (2560). *พฤติกรรม การซื้อและการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าหรือ บริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครราชสีมา จังหวัด นครราชสีมา*. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ใน พระบรมราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – มิถุนายน 2560.
- ปิยะพงษ์ โรจนนภาลัย และ อรพรรณ คงมาลัย. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ อย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค กรณีศึกษาเสื้อผ้าแฟชั่น*. การประชุมวิชาการระดับชาติ “วลัยลักษณ์วิจัย” ครั้งที่ 10 วันที่ 27 – 28 มีนาคม 2561.
- พรมิตร กุลกาลยืนยง. (2561). *พฤติกรรม การบริโภคอาหารไทย และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเปรียบเทียบผู้บริโภคกลุ่ม Gen-X และ Gen-Y (Thai Food Consumption Behavior, and Determinants of Consumer Satisfaction towards Thai Food Restaurants in Bangkok: A Comparative Study of Gen-X and Gen-Y*. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. ปีที่ 6. ฉบับที่ 1 (11) ม.ค. – มิ.ย. 61. หน้า 66 – 75.
- พรพิมล ปิยะกุลดำรง. (2553). *แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารการตลาดของร้านทองในห้างสรรพสินค้า*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543.
- พรรณเชษฐ ฐ ถำพูน และ ณัฐภัทรา สุรพงษ์รักตระกูล. (2558). *แนวโน้มเทคโนโลยีสมัยใหม่สำหรับ ธุรกิจค้าปลีก*. วารสารปัญญาภิวัฒน์. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 หน้า 255 – 267.
- พิมพ์ชนก กุลจรัสธนา และ ชุตติมาวดี ทองจีน. (2561). *การส่งเสริมการตลาด ภาพลักษณ์ตราสินค้า และ คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร*. การประชุมวิชาการและ นำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ (UTCC Academic Day) ครั้งที่ 2. 8 มิถุนายน 2561. หน้า 286 – 296.

- พัชรารภรณ์ พร่องพรมราช. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพรีเมียมแบรนด์ (Premium Brand) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เยาวภา ปฐมศิริกุล, โชติรัส ขวณิชย์ และ เริ่ม ไสแจ่ม. (2560). การประเมินศักยภาพความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs กลุ่มเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุเพื่อยกระดับ SMEs ของประเทศไทยสู่ภูมิภาคอาเซียน. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560 หน้า 110 – 124.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาคภูมิ ภัควิภาส และ เบญญาภา กันทะวงศ์วาร. (2559). พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences) 9(3). หน้า 127 – 139.
- วิภาดา พิทยาวิรุฬห์ และ ณิช กุลิสร. (2557). สื่อดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2557.
- วิภาดา อำไพ, จิรพล จิยะจันทร์ และ ตรีเนตร ต้นตระกูล. (2561). อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการค้าและการบริการ. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 หน้า 113 – 127.
- ศศิภาณูจน์ นารถโคษา. (2558). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งสวนที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทย. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเรศวร ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2558. หน้า 190 -205.
- ศูนย์วิจัยกิจการไทย. (2560). SME คำปลีกปรับอย่างไรให้ทันยุค 4.0. ข้อมูลวิจัย ตุลาคม 2560. K SME Analysis
- สขร. – สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ. (2559). แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2559. แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2559 (OTOP Product Champion: OPC).

- สพธอ. – สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2561). *10 ความเสี่ยงเลี่ยงไม่ได้! ทำอีคอมเมิร์ซต้องระวัง*. คลังความรู้. บทความจากเว็บไซต์ สพธอ.  
<https://www.eta.or.th/content/10-inevitable-e-commerce-risks-you-should-watch-out-for.html> สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2562.
- สพธอ. - สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2560). *รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2560 (Value of e-Commerce survey in Thailand 2017)*. สำนักยุทธศาสตร์.
- สพธอ. - สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2560). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560 (Thailand Internet User Profile 2017)*. สำนักยุทธศาสตร์.
- สสว. – สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). *รายงานสถานการณ์ SMEs ประจำปี 2560*.
- สสว. – สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 – 2564)*.
- สศช. - สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา. (2560). *สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 – 2564*.
- สำนักงานจังหวัดนนทบุรี. (2560). *รายงานสรุปจังหวัดนนทบุรี*. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด  
<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER11/DRAWER022/GENERAL/DATA0000/00000012.PDF> สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). *แนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม*. วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์. ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2558 หน้า 68 – 85.
- สุขจิตต์ ณ นคร, ชรินทร์ วิชชุตา, ญาณกร โท้ประยูร และ เขียวลักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์. (2559). *การพัฒนาความสามารถทางการค้าการลงทุนของผู้ประกอบการ SMEs กรุงเทพมหานคร ในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. วารสารรัชต์ภาคย์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 19 มกราคม – มิถุนายน 2559. หน้า 124 – 136.



- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2 พฤษภาคม 2559). *ไชรทัส "ประเทศไทย 4.0" สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง*. ไทยรัฐ. <https://www.thairath.co.th/content/613903> สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2561.
- สุวัชร ณะโสธร, สุกิจ ขอเชื้อกลาง, อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า และ ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2561). *ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทสกัดจากพืชของบริษัทที่ประสบผลสำเร็จในประเทศไทย*. วารสาร วไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2561. หน้า 26 – 37.
- สุภาพรรณ วัฒนาอุดมชัย. (2556). *วาระแห่งชาติ โอกาสเร่งเครื่อง SMEs ยุครัฐบาล คสช.*. ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/NorthEastern/DocLib\\_Research/02-SMEs\\_Full.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/NorthEastern/DocLib_Research/02-SMEs_Full.pdf) สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2561.
- สุรางค์รัตน์ แสงศรี. (2017). *การใช้ตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อย*. Journal of Rajanagarindra. July – December 2017. P. 145 – 151.
- เสรี วงษ์มณฑา และ ชุษณะ เตชคณา. (2560). *การตลาด 4.0 ในบริบทประเทศไทย 4.0*. วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ. ปีที่ 8 ฉบับที่ 15 มกราคม – มิถุนายน 2560.
- สมอรุณ จันทรี. (2561). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือน จังหวัดนนทบุรี*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2561) หน้า 59 – 70.
- อาทิตยาพร ประสานพานิช. (2561). *แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของโรงแรมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ. สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. ปีที่ 7 ประจำเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2561. หน้า 10 – 25.
- อังสนา ประสี และ ขจรวรรณ อธิรัตน์. (2555). *ปัญหาการดำเนินงานและความต้องการการสนับสนุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครสวรรค์*. วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2555. หน้า 82 – 96.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York, NY. : The Free Press.

- Brown, I. and Jayakody, R. (2009). *B2C e-commerce success: A test and validation of a revised conceptual model*. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*. 12 (2). P. 129 - 147
- Colla, E. & Lapoule, P. (2012). *E-commerce: exploring the critical success factors*. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 40(11). P. 824 – 864.
- Hawkins, D. I. & Mothersbaugh, D. L. (2013). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Twelfth Edition. McGraw-Hill Irwin.
- Kotler P. & Keller K. L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition. Fifteenth Edition. Pearson Education Limited. UK.
- Kotler, P. , Armstrong, G. , Hoon Ang, S., Tiong Tan, C. , Hon-Ming Yau, O. , Meng Leong, S. (2017). *Principles of Marketing: An Asian Perspective*. Fourth Edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). *Principles of marketing*. (15<sup>th</sup> ed.). New Jersey. Prentice hall.
- Kaur, Parminder., Pathak, Ashutosh. And Kaur, Karamjeet. (2015). *E-Marketing-A-Global*.
- Marshall G. W. & Johnston. M. (2016). *Marketing Management*. Second Edition. McGraw-Hill education. NY.
- Ozgen, E. (2011). *Porter's Diamond model opportunity recognition: A Cognitive perspective*. *Academy of entrepreneurship Journal*. 17(2), p. 61 – 76.
- Solomon, M. R., Marshall, G. W. and Stuart, E. (2015). *Marketing: Real People, Real Choices*. Global Edition Eight Edition. Pearson Education Limited.
- Wingwon, B. (2012). *Effects of Entrepreneurship, Organization Capability, Strategic Decision Making and Innovation toward the Competitive Advantage of SMEs Enterprises*. *Journal of Management and Sustainability*, 2(1). P.1 – 14.