

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา วัฒนาย. (2548). **การวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา**. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา.
- ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ. (2557). ความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 7 (3), 103-117.
- ณัดกิจ จันกิเสน. (2563). **โควิด-19 เปลี่ยนผู้บริโภคไทยอย่างไร เจาะลึกพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อในช่วงก่อน-ระหว่าง-หลังเกิดวิกฤต**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://thestandard.co/how-coronavirus-change-customer-buying-behaviour-before-and-after/>. 10 มิถุนายน 2563.
- ทศพร หงษาชาติ และสรวรรยา ธรรมอภิพล. (2555). **วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนชายฝั่งทะเล กรณีศึกษาชุมชนคลองยี่ริ้ว ตำบลบ้านสวน อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**. ใน การประชุมวิชาการแห่งชาติ ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน 6-7 ธันวาคม 2555 (หน้า 836-843). นครปฐม : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- เทศบาลตำบลแก่งกะเจ็ด จังหวัดระยอง. (2563). **แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลแก่งกะเจ็ด ประจำปี พ.ศ. 2561-2564**. ระยอง : เทศบาลตำบลแก่งกะเจ็ด
- ธนันธร มหาพรประจักษ์. (2563). **ปรับธุรกิจให้อยู่รอดในยุค New Normal**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_19Oct2020.aspx. 25 ตุลาคม 2563.
- ธีระพงษ์ แก้วหาวงษ์. (2546). **กระบวนการเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง**. พิมพ์ครั้งที่ 9. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ และคนอื่นๆ. (2559, กันยายน-ธันวาคม). แนวทางการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการ SMEs ภาคเกษตรรุ่นใหม่. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 8 (3), หน้า 140-153.
- พัทตร์ผจง วัฒนสิทธิ์. (2542). **การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายเชิงธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รพีพรรณ วงศ์ประเสริฐ. (2556). การสร้างคุณค่าร่วม แนวปฏิบัติที่ดีสู่สังคม. วารสารนักบริหาร, 33 (3), หน้า 75-81.

- วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. (2559). **เทคนิควิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรันญา อรุณภู. (2557). การศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจบริการของบริษัทเคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 5 (2), หน้า 90-102.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2554). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ :แนวทางสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2559). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561-2564)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานจังหวัดระยอง. (2562). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดระยอง พ.ศ. 2561-2564**. ระยอง : สำนักงานจังหวัดระยอง.
- สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี. (2563). **ประมงไทยยั่งยืน ฟันฟูประมงพื้นบ้านระยอง**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.pmdu.go.th/thailand-today/rayong-fishery/>. 20 ตุลาคม 2563.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). **สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>. 20 พฤษภาคม 2563.
- _____. (2562). **สถิติการท่องเที่ยวและกีฬา**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>. 17 ตุลาคม 2562.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). **ตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนา SME อาเซียนสำหรับปี 2561**. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2550). **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพฯ : บริษัท ศรีเมืองการพิมพ์ จำกัด.
- เอกภ ภัทรธกุล. (2563). **ความท้าทายทางการตลาดบนวิกฤติโควิด-19**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://www.brandbuffet.in.th/2020/05/4-principles-of-marketing-in-the-post-covid-19/>. 26 พฤษภาคม 63.

- Ahmet, C. & Oya, O. (2020). Competitiveness During Covid-19 Pandemic: New Product Development and Supply Chain Agility. **Gaziantep University Journal of Social Sciences**, Special Issue, 313.
- Azzam, K. (2014). The impact of customer relationship management on customer satisfaction in the banking industry– a case of Jordan. **European Journal of Business and Management**, 6 (32), 99-112.
- Boesen, Sundbo & Sundbo. (2016). Local food and tourism: an entrepreneurial network approach. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, 17 (1), 76-91.
- Brett, V. et al. (2012). The role of action research in the development of learning networks for entrepreneurs. **Action Learning: Research and Practice**, 9 (2), 125-143.
- Cheng, C. C., and Shiu, E. C. (2008). Critical success factors of new product development in Taiwan's electronics industry. **Asia pacific journal of marketing and logistics**, 2 (2), 174-189.
- Constanzo, L. et al. (2014). Dual-Mission Management in Social Entrepreneurship: Qualitative Evidence from Social Firms in the United Kingdom. **Journal of Small Business Management**, 52 (4), 655–677.
- Drugău-Constantin, A. L. (2018). Emotional and cognitive reactions to marketing stimuli: Mechanisms underlying judgments and decision making in behavioral and consumer neuroscience. **Economics, Management, and Financial Markets**, 13 (4), 46-52.
- Helen M. , & Thomas O. (2016). Using action research and action learning for entrepreneurial network capability development. **Action Learning: Research and Practice**, 13 (2), 118-138.
- Hoang, H. , & Antoncic, B. (2003). Network-Based Research in Entrepreneurship: A Critical Review. **Journal of Business Venturing**, 18 (2), 165–187.
- Kim, E. S. (2020). Online Marketing: Benefits and Difficulties to online Business Sellers. **International Journal of Advanced Engineering Research and Science (IJAERS)**, 7 (3), 159-163.

- Klaus, S. (2019). **The Global Competitiveness Report 2019**. World Economic Forum. Cologny : Switzerland.
- Lins, K.V., Servaes, H., Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. **Journal of Finance**, 72 (4), 1785-1824.
- Peretti, J. M. (2013). **Tous Solidaires, Un Impératif Pour Les Organisations**. Tous solidaires : Les meilleures pratiques par 91 professionnels. Eyrolles, pp. 15-25.
- Peters, A. et al. (1999). New product design and development: A generic model. **TQM magazine**, 11 (3), 172.
- Piening, E.P., & Salge, T.O. (2015). Understanding the antecedents, contingencies, and performance implications of process innovation: a dynamic capabilities perspective. **Journal of Product Innovation Management**, 32 (1), 80-97.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The big idea: Creating shared value-how to reinvent capitalism-and unleash a wave of innovation and growth. **Harvard Business Review**, 89 (1), 1-17.
- Robert, F. (2020). The impact of COVID-19 on small business owners: Evidence from the first three months after widespread social distancing restrictions. **Journal of Economics & Management Strategy**, 29 (4), 727-740.
- Sheth J. (2020). Business of business is more than business: Managing during the Covid crisis. **Industrial Marketing Management**, 88, 261–264
- Stavros K. (2020). Covid Impact on Small Business. **International Journal of Social Science and Economics Invention**, 06 (12), 387-391.
- Stuart, T. E. , & Sorenson, O. (2005). **Social Networks and Entrepreneurship**. In S. Alvarez, R. Agarwal, & O. Sorensen (Eds.), Handbook of entrepreneurship research: interdisciplinary perspectives. New York: Springer. 233–251.
- Sullivan, D. , & Marval, M. (2011). How Entrepreneurs Knowledge and Networks Ties Relate to the Number of Employees in New SME's. **Journal of Small Business Management**, 49 (2), 185-206.
- Tina, B. K. , & Boštjan A. (2016). The relationship between the entrepreneur's personal network multiplexity and firm growth. **Economic Research-Ekonomska Istraživanja**, 29, (1), 1126-1135.