

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

1. กุณชาติ เวชสาร. 2540. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
2. กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for window . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
3. กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. รายงานผลการศึกษาวิจัยตลาดพืชสมุนไพร. กระทรวงพาณิชย์.
4. กลุ่มงานส่งเสริมภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย. 2544. การตลาดและการจัดการสมุนไพร. สถาบันการแพทย์แผนไทย สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.
5. โรจนศักดิ์ โฉมวิไลลักษณ์. 2542. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายบำรุงสมุนไพรไทย”. วารสารบริหารธุรกิจ 83 (กค.-กย.)
6. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
7. ศศิวิมล สุขบท. 2545. การตลาดระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
8. สุรพจน์ วงศ์ใหญ่. 2544. “การประชุมวิชาการและการแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ” วารสารสมุนไพรเพื่อสุขภาพ. 1,7 (เมษายน) 65-73
9. Hassan, Salah and Blackwell, Roger D. 1994. **Global Marketing : perspective and cases.** The Dryden Press Harcourt Brace college Publishers.
10. Keegan, Waarren J. 1997. **Global Marketing Management.** 5th ed. New Delhi : Prentice-Hall of India Private Limited.
11. Keegan, Waarren J. 2002. **Global Marketing Management.** 7th ed. Prentice-Hall.
12. Loudon, David L. and Albert J Dell Bitta. 1993. **Consumer behavior.** 4th ed. New York : McGraw Hill, Inc.,
13. http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=409494_Opinion
14. <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch6.htm>