

บรรณานุกรม

กมล สุคประเสริฐ. (2537). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : คุณสภากลางพิพิธ.

คณะกรรมการวิจัยและพัฒนาศักยภาพการผลิตการเกษตรและรูปแบบการตลาดเครือข่าย. กรุงเทพฯ : โครงการวิจัยเขตภาคกลาง.

ชลธิชา แก้วสว่าง. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องสำอางสมุนไพร กรณีศึกษา : อำเภอเมืองจังหวัดคราษีมา. นครราชสีมา : งานวิจัย.

ชูศักดิ์ เดชเกรียง ไกสกุลและนิเกิลน์ คณะวรรณ. (2547). การตลาด 1 ต้านล 1 ผลิตภัณฑ์ และธุรกิจ SME. กรุงเทพฯ : เอ็ม เอส พรินติ้ง.

ชูศักดิ์ เชื้อชานา. (2548). หลักการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : เอ. พี. พรินติ้ง.

ณรงค์ เสิงประชา. (2542). ธุรกิจชุมชน: สื้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ : โอดีเยนส์โตร์.

ณัฐพงศ์ ชาดา. (2546). การดำเนินงานด้านการตลาดของเครือข่ายธุรกิจชุมชนในตำบลบ้านล้าน อำเภอบ้านไฟ จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น : งานวิจัย.

บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด. (2545). สมุนไพร หนังสือในชุด “ภูมิแพ่น din ไทย”. กรุงเทพฯ : โอเอส พรินติ้ง เอ็กซ์.

ประชิด ทินบูตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรินติ้ง เอ็กซ์.

ผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล . (2549). การออกแบบการวิจัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ. (2547). คู่มือฝึกอบรมผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP). สงขลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ภัยมิต หิศลสุทธิกุล. (2542). การแสดงผลลักษณะภาษาไทยของเครื่องสำอางที่จำหน่ายในจังหวัดสตูล. สตูล : งานวิจัย.

รัชนี เอกอุดม.(2536). บทคัด้งานวิจัยของนักศึกษาปริญญาตรี. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

วันดี กุญจน์พันธ์. (2545). สมุนไพรนำร่อง. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วารุณี ตันติวงศ์วนิชและคณะ. (2545). หลักการตลาด.กรุงเทพฯ : เปียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โค ไซน์.

วิจารณ์ พานิช. (2542). ธุรกิจชุมชน. วารสารเกษตรกรรมธารนชาติ. กรุงเทพฯ : ชั้นรัชการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2543). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ชีรัชฟิล์มและไซเด็กซ์.

เสรี วงศ์มนษา. (2542). กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ชีรัชฟิล์มและไวท์เกอร์.