

## บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ :  
ธรรมสาร.
- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วังอักษร.
- เกรียงสิทธิ์ เชื้อนแก้ว. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของ  
ร้านค้าปลีก ที่ตั้งอยู่ในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษ บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เขมกร ไชยประสิทธิ์. (2545). รายงานการวิจัย เรื่อง การจัดซื้อสินค้าของธุรกิจค้าปลีกของชำ ขนาดเล็ก  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย  
มหาวิทาลัยเชียงใหม่.
- คุณาริปี แสงฉาย. (2544). การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และผลกระทบต่อร้านขายของชำ ดั้งเดิม.  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัตรชัย อินทสังข์. (2545). กลยุทธ์ความอยู่รอดของธุรกิจร้านขายของชำ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. นครราชสีมา  
: มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2551). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย  
: กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
ศิลป ศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.  
ถ่ายเอกสาร.
- ฐิติ ศรีไศลไพศาล. (2545). ปัจจัยการตัดสินใจของผู้ค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อขนมปัง  
กรอบจากบริษัทใกล้เคียงฮวด เอทีซี จำกัด. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.  
เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ฐิติรัตน์ เลิศสุขศักดิ์. (2545). ทศนคติของผู้บริโภคต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหือเฉพาะของ  
ร้านค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ดุสิต จินตนาวัน. (2544). ผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง  
ข้ามชาติ กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขา  
การบริหารทั่วไป. ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

- ทิวา พงศ์ชนไพบุญย์, ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และอมรศรี ต้นพิพัฒน์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : พัฒนาวิชาการ “ไทยตำบลคอกคอมม,” (2549. ธันวาคม). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.thaitambon.com>
- นภาพรณั อ่อนนาค. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบต่อร้านค้ารายย่อยจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่**. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิติพนธ์ เหมือนเดช. (2551). **สภาพปัญหาและปัจจัยในการดำเนินการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ได้รับผลกระทบจากร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ เขตเทศบาลตำบลบางเมือง จังหวัดสมุทรปราการ**. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- บุญเกื้อ ไชยสุริยา. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุษบง วงศ์หล่อสายชล. (2544). **ผลกระทบที่เกิดจากการขยายตัวของดิสคาน์สโตร์ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). **จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : เจริญบุญการพิมพ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. (2547). **การนำแนวคิดและทฤษฎีอ้างอิงในการทำวิทยานิพนธ์ทางธุรกิจ**. พระนครศรีอยุธยา : โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยฯ.
- พงศา นวมครุฑ. (2544). **ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ราวดี จันปุม. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค**. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รัตนา ปุญศิริ. (2542). **เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าระหว่างร้านสะดวกซื้อกับร้านขายของชำ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2536). **เทคนิคการวิจัยการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ศูนย์เสริมวิชาการ.
- วรวรรณ กิรติอดุลย์. (2544, กุมภาพันธ์). “ร้านโชห่วยอยู่กันอย่างไหนเมื่อห้างใหญ่เปิดตัว,” **ส่งเสริมการลงทุน**. 12(2) : 44-45.

- วารุณี ต้นติววงศ์วานิช และคณะ. (2545). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.
- \_\_\_\_\_. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- \_\_\_\_\_. (2546). **การบริหารการค้าปลีก**. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิวรัตน์ ณ ปทุม และคณะ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภคขั้นสูง**. กรุงเทพฯ : โอเชียน บুক มาร์ท.
- สงวนลักษณ์ แฝงสะโค. (2545). **กลยุทธ์การปรับตัวของร้านโชห่วย : กรณีศึกษาร้านโชห่วยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด**. รายงานการศึกษาค้นคว้าพิเศษ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมชาย หิรัญกิตติ และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). **การบริหารธุรกิจขนาดย่อม**. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลิฟวิ่ง.
- สุพรรณิ ไชยอำพร. (2545, กันยายน). “**เศรษฐกิจวิเคราะห์, ธุรกิจค้าปลีกไทยกับความอยู่รอดในอนาคต**,” (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 20(9) : 23.
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2544). **การค้าปลีก**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุเมต ไกรพิทักษ์กุล. (2545). **ผลกระทบจากการขยายตัวของดีสเคานท์สโตร์ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม : กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี**. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. (การบริหารทั่วไป). ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสาวนีย์ โตสุวรรณเจริญ. (2550). **ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายกรณีศึกษา : Big C Supercenter**. การค้นคว้าอิสระ. สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- แสวง รัตนมงคลมาศ. (2542). **เอกสารประกอบวิชาการการจัดการทางพัฒนาสังคม. : องค์การนำการตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อิสระ อีสุรัตน์. (2545, ธันวาคม). “**การค้าปลีกขนาดเล็กจะก้าวอย่างไรไม่จนมุม**,” วารสารบริหารธุรกิจรังสิต. 1(1).
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). **สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ**. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. (2547). “**การบริหารการตลาด**,” ในเอกสารประกอบการเรียนหลักสูตรการพัฒนาการจัดการ เล่ม 1. หน้า 110,114. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อรุณี ผลน้อย. (2546). **เล่นเหลี่ยมค้าปลีก-ค้าส่ง**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- อัศนีไรร เตชะสวัสดิ์. (2549). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ซี.วี.แอล. การพิมพ์.
- Assael, H. (1998). **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6 th ed. Cincinnati :  
South Western Colleg.
- Chester, I. (1983). **Marketing**. 7 th ed. Fort Worth : Dryden Press.
- Dalton, Farland E. (1987). **Fundamentals of Maketing**. 8 th ed. New York : McGraw-Hill.
- Kotler, Philip. (2000). **Principle of Marketing**. 2 nd ed. Englewood Cliffs,NJ : Prentice-Hall.
- Roger, Cox and pual Brittiain. (2004). **Retailing : an Introduction**. 5 th ed. Horlow, England :  
Prentice-Hall.
- Schiffman, Leon G.and Leslie Lazar Kanuk. (1994). **Consumer Behavior**. 5 th ed. Englewood Cliffs,  
N.J. : Prentice Hall.