

บรรณานุกรม

- การค้าส่ง. (2551). การค้าส่ง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.thaiechamber.com>
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2549). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- เกรียงสิทธิ์ เชื้อนแก้ว. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค การเลือกซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ตั้งอยู่ในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย(บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ขนิษฐา วีรวัชรนำณชัย. (2544). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทำการเกษตรแบบผสมผสาน ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านโป่ง จำกัด จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- จิราภา พึ่งบางกรวย. (2542). การเปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีกแบบซูเปอร์เซ็นเตอร์ในภาคเหนือ : กรณีศึกษาโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์และบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). การตลาดบริการ (Services Marketing). พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือก บริษัทรักษาความปลอดภัย : กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ฐิติ ไสลดไพศาล. (2545). ปัจจัยของผู้ค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อขนมปังกรอบจากบริษัท ไหล่แข่งฮวด เอทีซี จำกัด. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฐิติรัตน์ เลิศสุขศักดิ์. (2545). ทศนคติของผู้บริโภคต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ณัฐนันท์ ก้อนทอง เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, พิบูลย์ ก้อนทอง เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บริษัทก้อนทองรุ่งเรือง
ดีพาร์ทเมนท์ สโตร์ ตำบลคลองจิก อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
เมื่อ 16 พฤศจิกายน 2552.
- คำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท และ สุนี เลิศแสวงกิจ. (2542). การดำเนินการร้านขายปลีก. กรุงเทพฯ.
พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : วังอักษร.
- ถวัลย์ วรเทพพิฒพิงษ์. (2541). แนวความคิดกระบวนการและโครงสร้างการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช.
- ทิวา พงศ์ชนไพบูลย์ และคณะ. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : พัฒนาวิชาการ (2535).
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ : วี. อินเทอร์เน็ต. 프린ท์.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2538). การตลาดสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช.
- นิติพนธ์ เหมือนเดช. (2551). สภาพปัญหาและปัจจัยในการดำเนินการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
ที่ได้รับผลกระทบจากร้านค้าปลีกและค้าส่งสมัยใหม่ เขตเทศบาลตำบลบางเมือง จังหวัด
สมุทรปราการ. ภาคนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจการตลาด).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเกื้อ ไชยสุริยา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปริญ ลักขิตานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : เจริญบุญการพิมพ์
- พงศา นวมครุฑ. (2544). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าใหญ่ใน
จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พจนา สัจจาศิลป์. (2549). เอกสารวิชา AD 451 : การโฆษณาร้านค้าปลีก. ภาควิชาการโฆษณา
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิชญ จงสถิตย์วัฒนา. (2542). การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ.
พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราวดี จันปุม. (2545). ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค.
ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- รัตนา ปุณฺณศิริ. (2542). **เปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าระหว่างร้านสะดวกซื้อกับร้านขายของชำ**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการการตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น. ถ่ายเอกสาร.
- เลอพงษ์ คงเจริญ. (2548). **พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ. (2535). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2542). **คุณภาพในงานบริการ (Quality in services)**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). **กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีตัวอย่าง**. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- _____. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- _____. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2544). **ระเบิดสงครามค้าปลีก จัดกลยุทธ์ยึดส่วนแบ่งตลาด**. กรุงเทพฯ : ธนาคารกสิกรไทย.
- สุพรรณษา รัตนารักษ์. (2548). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม. ถ่ายเอกสาร.
- เสกสรร วิเวก. (2545). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านยงสงวนและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี**. รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสาวณีย์ ไตสุวรรณเจริญ. (2550). **ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษา : Big C Supercenter**. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). เชียงราย : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- แสวง รัตนมงคลมาศ. (2542). **องค์กร การนำ การตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2543). **การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงคกุล และดลยา จาตุรงคกุล. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2549). **การใช้สถิติวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : พิทักษ์อักษร.
- Boone, Louis E. and David L. Kurtz. (1989). **Marketing**. 6th ed. Florida : The Dryden. Press.
- Cronbach, Lee J. (1974). **Essentials of Psychological Testing**. 3rd ed. New York : Mc Graw Hill.
- Engle, James F, T. Kollant and Roger D. Blackwell. (1990). **Consumer Behavior**. 6th ed. Chicago : The Dryden. Press.
- Hoyer, Wayne D. and Deborah J. Macinnis. (1997). **Consumer Behavior**. Boston : Houghton Mifflin.
- Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control**. 8th ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.
- Loudon, David and Albert J. Deller Bitta. (1990). **Consumer Behavior : Concepts and Application**. 3rd ed. New York : Richard D. Irwin.
- Mowen, John C. and Michael Minor. (1998). **Consumer Behavior**. 5th ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). **Consumer Behavior**. 5th ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.
- Socail. (2551). **ธุรกิจการค้า**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.socail.com>
- Solomon, Michael R. (1996). **Consumer Behavior**. 3rd ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.