



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจค้าปลีกหรือค้าส่ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัด นครราชสีมา ผลกระทบร้านค้าปลีก. (2554). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.lrc.go.th>.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงสิทธิ์ เชื้อนแก้ว. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อ สินค้าของร้านค้าปลีก ที่ตั้งอยู่ในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชวนชม ฉลภิญโญ. (2546). การดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตบางพลัด. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ชื่นอารมณี โสภณธรรมกร. (2549). ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านกาแฟ Delifrance. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิติพร จาตุรวงศ์. (2551). เจาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ.
- จิติรัตน์ เลิศสุขศักดิ์. (2545). ทักษะคติของผู้บริโภคต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือ เฉพาะของร้านค้าปลีก ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คุณฎี เทียงแท้. (2550). พฤติกรรมการแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจค้าปลีก ประเภทดีสคานท์ไฮเปอร์. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). พฤติกรรมของผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- รัชญา แสงศรี. (2546). พฤติกรรมและทัศนคติการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (ธุรกิจอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ.
- ธุรกิจค้าปลีกประเทศไทย. (2554). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_10/pdf/aw21.pdf.

- นุชนาถ มีสมพีชน์. (2552). พฤติกรรมการซื้อของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เบญญาภา จงเกษม. (2549). ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกรายย่อยในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2546). ทักษะการวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- พงศา นวมครุฑ. (2544). ปัจจัยส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เมทินี เชียงแรง. (2550). การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร และบุษยา วุฒิชชาญ. (2540). “ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกไทย,” วารสารส่งเสริมการลงทุน. 8(6) : 45.
- ราวดี จันปุม. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ถ้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2536). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- เลอพงษ์ คงเจริญ. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- วันทนา สุรชิวิน. (2541). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
กับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542. วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2524). หลักการสร้างและการวิเคราะห์เครื่องมือในการวิจัย. กรุงเทพฯ :
เรือนอักษร.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2545). โครงการส่งเสริมร้านค้าปลีกไทยประเภทร้านสะดวกซื้อ (โชห่วย).
ปทุมธานี : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์.
- _____. (2546). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : ชรรรมสาร.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2545). “ธุรกิจค้าปลีกในกระแสโลกาภิวัตน์,”
รัฐสภาสาร. 50(2) : 88-128.
- สุพรรณณี อินทร์แก้ว. (2553). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.
- ศุภมา อัญโพธิ์. (2544). การค้าปลีก. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์.
- เสาวนีย์ พานิล. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กรณีศึกษา
จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด).
ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- องอาจ ปทะวานิช และ ศิริ ภู่งงษ์วัฒนา. (2536). การจัดการช่องทางการตลาด. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อมรศักดิ์ พงศ์สุตม์. (2554). ฤค้าปลีกไทยจะล่มสลาย. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :
<http://www.maesotcity.com>.
- Best, J.W. (1977). **Research in Education**. 3rd ed. Englewood Cliff, NJ : Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (1994). **Marketing Management : Analysis Planning Implementation and
Control**. 8th ed. Englewood Cliff, NJ : Prentice Hall.
- _____. (2003). **Marketing Management**. 11th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.



Morgan, Clifford T. and Richard A. King. (1971). **Introduction to Psychology**. 4th ed.
Tokyo : McGraw-Hill Kogakusha.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). **Consumer Behavior**. 5th ed.
Englewood Cliff, NJ : Prentice Hall.

Stanton, William J., Michael J. Etzel and Bruce J. Walker. (1994). **Fundamentals of Marketing**. Singapore : McGraw-Hill.

Zadrozny, John Thomas. (1959). **Dictionary of Social Sciences**. Washington D.C. : Public Affairs Press.