

บรรณานุกรม

- กษมา ทับทิมทอง. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานกิจการร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิมในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บธ.ม. เพชรบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
จังหวัดเพชรบุรี, 2550.
- กสิกรไทย, ศูนย์วิจัย. ธุรกิจค้าปลีกไทยปี 44 : รายเล็กหวังพึ่งรัฐ รายใหญ่เร่งขยายตัว. 26
มกราคม 2544. <<http://www.kasikornresearch.com/portal/site/KResearch/menuitem>>
2554.
- เจริญ ศรี พันปี. ความพึงพอใจของครูต่อพฤติกรรมคุณธรรมและการบริหารงาน ของผู้บริหาร
โรงเรียน สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดสุพรรณบุรี วิทยานิพนธ์ ค.ม.
(การบริหารการศึกษา) กาญจนบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 2546.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2546.
- ชมานนท์ นานาบำรุง. การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมและหลังมีการปรับปรุงใน
เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา,
2548.
- ไซตोनันต์ พลดี. จิตวิทยาการตลาด (Psychological factors). <<http://www.sim-son.com/knowledge/psychological-factors.html>> 2552.
- ฐาปนา บุญหล้า. การจัดการซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจค้าปลีก. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริม
เทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2548.
- ณัฐรังกัญญา สุคำ. ปัจจัยที่กำหนดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในธุรกิจค้าปลีกไทย.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.
- ดวงพร เสาภายน. การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าปลีก
แบบดั้งเดิม (โชวห่วย) กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (สะดวกซื้อ). ปริญญา บธ.ม. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ศูนย์วิจัย. ธุรกิจค้าปลีกไทยกับความอยู่รอดในอนาคต.
http://www.krungsri.com/PDF/ECONOMY/ANALYSIS/Sep45_03.pdf (accessed
April 5, 2004). 2545.

- นริศรา อีสริยานนท์. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. สาขาการจัดการทั่วไป กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร,
2548.
- นารีรัตน์ กว้างขวาง. ความพึงพอใจของประชาชนต่อประสิทธิภาพในการ ให้บริการ
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ งานวิจัย ศธ.ม. สาขาการบริหาร ศรีสะเกษ :
สถาบันราชภัฏศรีสะเกษ, 2547.
- นงลักษณ์ งามอาจ โฆสิตวงศ์. การศึกษาภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.
- นงเยาว์ แก้วบุตร. การศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานของร้านสหกรณ์และพฤติกรรมการณ์ซื้อ
ของสมาชิกก่อนและหลังการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2548.
- นุจรี คงทวีผล. ผลของการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนในธุรกิจร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่
ที่มีต่อธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2550.
- บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ
: สุวีริยาสาส์น, 2543.
- ปราศรัย พัชระ. การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่. วิทยานิพนธ์ กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545.
- ปริญญา ลักษิตานนท์. จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
, 2546.
- ปิยนุช บุญเลิศ. พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสุกัณฑ์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษา
: ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
2546.
- พัชรีย์ ทองเหลืองสุข. ผลกระทบของการขยายตัวของดิสคานท์สโตร์ที่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีก
แบบดั้งเดิมก่อน และหลังมีการปรับปรุงในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2549.

- พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี. ความพึงพอใจในการให้บริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรม
การบริโภคของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet &
Sherbet โกลด์เด็น เฟลซ. สารนิพนธ์ บธ.ม. สาขาวิชาการจัดการ กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2552.
- ภัทรภร พลพนาธรรม. การบริหารการค้าปลีกและการค้าส่ง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา, 2549
- ยุทธศักดิ์ สุภสร และบุษยา วุฒิชาย. “ภาพรวมธุรกิจค้าปลีกไทย,” วารสารส่งเสริมการลงทุน,
8(6), หน้า 45 ; มิถุนายน, 2540.
- รุ่งทิวา ประโยชน์สมบูรณ์. ผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีผลต่อสภาพแวดล้อม
ชุมชน. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2547.
- วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัย
ราชภัฏมหาสารคาม, 2552.
- _____. กลยุทธ์การจัดการคุณภาพตลาดบริการ. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาสารคาม, 2552.
- วรวิทย์ วัฏฏะวุฒิสาร. การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศ
ไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2548.
- วิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, สถาบัน. การค้าปลีกของไทย: ผลกระทบของการแข่งขัน
ผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อ
การพัฒนาประเทศไทย, 2545.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ :
ธีระฟิล์ม และ ไชเที๊กซ์, 2544.
- _____. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : เอ.เอ็น. การพิมพ์, 2546.
- _____. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และ ไชเที๊กซ์, 2550.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล, 2546.
- สุปัญญา ไชยชาญ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และ ไชเที๊กซ์, 2545.
- สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เอช.เอ็น. กู๊ป, 2549.
- เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และ ไชเที๊กซ์,
2545.
- _____. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : A.N. การพิมพ์, 2548.

- สำนักงานเทศบาลเมืองมหาสารคาม. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลเมืองมหาสารคาม.
งานวิเคราะห์นโยบายและแผน กองวิชาการและแผนงาน มหาสารคาม : เทศบาล
เมืองมหาสารคาม, 2554.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- อดุลย์ศักดิ์ สุรินทร์โรจน์. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียน ประถมศึกษาสังกัด
สำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ ค.ม. สาขาการบริหาร
การศึกษา มหาสารคาม : สถาบันมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2546.
- Assael, H. **Consumer Behavior and Marketing Action**. 6th ed. Ohio USA : International
Thompson Publishing, 1998.
- Berkman, H.W., Lindquist, J.D.; & Sirgy, M.J. **Consumer Behavior**. Chicago: NTC
Publishing Group, 1974.
- Bovee, C.L., Houston, M.J., & Thill, J. V. **Marketing**. New York : McGraw-Hill, 2000.
- Engel, James F. and others. 1995. **Consumer Behavior**. 8th ed. New York: The
Dryden Press.
- Hoyer, W. D. and D. J. MacInnis. **Consumer Behavior**. Boston : Houghton Mifflin, 1997.
- Kotler, P. **Marketing Management**. New Delhi : Prentice-hall, 1997.
- Kotler, P., and Armstrong, J.S. **The New Marketing Concept**. New York : McGraw-Hill,
2004.
- Kotler, P., and Armstrong, G. **Principles of Marketing**. New Jersey : Prentice-hill, 2003.
- Levy, Michael and Barton A. Weitz. **Retailing Management**. New York : McGraw-Hill,
1996.
- Linneman, Robert E. and John L. Stanton, **Making Niche Marketing Work: How to Grow
Big by Acting Smaller**. McGraw Hill, New York. 2004.
- Loudon, David and Bitta, Albert. **Consumer Behavior : Concepts and Applications**. 3rd.ed.
New York : McGraw Hill., 1990.
- McCarthy, E. Jerome and William D. Perreault, Jr. **Essentials of Marketing**. Illinois :
Richard D. Irwin, Inc., 1995.
- Mowen, J. C. and M. Minor. **Consumer Behavior**. 5th ed. New Jersey : Prentice-Hall,
1998.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. **SERQUAL : A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality.** *Journal of Retailing*, 64 (Spring), 12-40. 1985.
- Peter J. Paul and Olsen Jerry C. **Consumer Behavior and Marketing Strategy . 2nd . ed.** Homewood, Illinois : Richard D. Irwin. 1990.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. **Consumer Behavior.** 5th ed. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice Hall, 1994.
- Stanton, WJ, Etzel, MJ & Walker, BJ. **Fundamentals of Marketing.** New York : McGraw Hill, 2003.
- Stern, B. B. "Consumer myths: Frye's taxonomy and the structural analysis of consumption tex," *Journal of Consumer Research.* 22(2), 165-185, 2004.
- Stern, L.W., & El-Ansary, A.I. **Marketing Channels.** 4th ed. Singapore: Prentice-Hall. Inc, 1992.