

บรรณานุกรม

- ก้องเกียรติ พรธวัช. “เจาะใจผู้บริโภค และสถานการณ์ค้าปลีกไทย,” ประชาชาติธุรกิจ. (4-6 กุมภาพันธ์ หน้า 18), 2545.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ, 2544.
- ข่าวราชการ มติคณะรัฐมนตรี. [On-line]. Available: <http://www.ryt9.com/s/cabt/273436> (4 ธันวาคม 2554).
- จรินทร์ อาสาทรงธรรม. การบริหารการค้าปลีกในยุค 2000. กรุงเทพฯ : ข่าวพาณิชย์, 2543.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอ็กเปอร์เน็ท, 2546.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.
- ไชยสิทธิ์ ราชพิทักษ์. นิตยสารยูนิลีเวอร์แมกกาซีน. กรุงเทพฯ : ข่าวพาณิชย์, 2554.
- ฉัตรภูพันธ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ. การจัดการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2547.
- คำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิทธิ และ สุณี เลิศแสงกิจ. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : วังอักษร, 2542.
- “ดิสเคานท์ส โตร์ มิตรหรือศัตรู,” ประชาชาติธุรกิจ. (4-6 กุมภาพันธ์ หน้า 18), 2545.
- คุณิต จินตนาวัน. ผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีก - ส่ง ข้ามชาติ : กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2544.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. การบริหารผลการดำเนินงาน. ในรวมบทความวิชาการ 100 ปีรัฐประศาสนศาสตร์ไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ธงชัย สันติวงษ์. การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์, 2553.
- นภากรณ์ อ่อนนาค. พฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบต่อร้านค้ารายย่อยจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.
- “แนวทางรอดโชห่วย,” ประชาชาติธุรกิจ. (15-17 สิงหาคม หน้า 22), 2545.

บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด. โครงการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันและการรวมตัวของผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ในประเทศที่มีต่อผู้บริโภคและร้านค้าปลีกขนาดเล็ก กรุงเทพฯ : ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น, 2542.

บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด. การรุกอีกขั้นของเทสโก้ โลตัส. กรุงเทพฯ : นิตยสารผู้จัดการ, 2553.

บริษัท เอ็นทีเอส ยูนิเทคดิ่ง จำกัด. ศูนย์จัดจำหน่ายบริษัท ยูนิลีเวอร์ไทย เทคดิ่ง จำกัด, 2554.

บริษัท แอมแมกซ์ ทิม จำกัด. ศึกษาความคิดเห็นของเจ้าของร้านโชห่วยและผู้บริโภค [On-line]. Available : <http://pibul2.psu.ac.th/~webmaster/research/lesson2.htm> (12 สิงหาคม 2554).

บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2553.

ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ. ศักยภาพในการแข่งขันระดับโลก : Global Competitiveness. มหาสารคาม : คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2547.

ปราศรัย พัสสะ. การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ : ผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดย่อม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545.

ปฤษฎางค์ ปั่นกองงาม. ปัญหาและวิธีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

พระสนธยา วระวงษ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก, 2549.

ไพฑูริย์ สุขวงศ์. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็ก : กรณีหลังการเกิดห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2547.

ภัทรภร พลพานารม. การบริหารการค้าปลีกและการค้าส่ง. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2549.

รังสรรค์ สิงห์เลิศ. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 1 มหาสารคาม : ฝ่ายผลิตเอกสารและตำรา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2551.

“ร่าง พ.ร.บ.การประกอบธุรกิจค้าปลีกหรือส่ง การรอคอยของกลุ่มโชห่วย,” มติชนรายวัน. 2 ตุลาคม 2552. หน้า 2.

ราวตี จันปุ่น. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค.

วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.

รุจิรา เจตะวัฒนะ. ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการขยายตัวของดิสเคานท์สโตร์และการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม : ศึกษาในเขตเทศบาลตำบลบ้านฉาง อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2546.

วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. วิธีวิจัยทางการจัดการธุรกิจ. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2553.

_____. กลยุทธ์การจัดการตลาดบริการ. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2554.

วิทยา ค่านดำรงกุล. การบริหาร. กรุงเทพฯ : เชิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น, 2546.

วีระวุฒิ สร้อยพลอย. การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตสายไหม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2550.

ไวยวิทย์ นพพลสถ. การดำเนินงานและปัญหาของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2541.

_____. การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด. กรุงเทพฯ : ชรรรมสาร, 2546.

_____. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2550.

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. การค้าปลีกของไทย ผลกระทบของการแข่งขันจากผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ, 2545.

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อมรินทร์, 2542.

สมยศ นาวิการ. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ, 2548.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. [On-line]. Available:

http://www.nesdb.go.th/temp_social/data/data_02.pdf (18 ธันวาคม 2554).

สุโขทัยธรรมมาธิราช. มหาวิทยาลัย, วารสารศาสตร์แห่งผู้นำ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรังสิต, 2542.

- สุชาดา อธิจารุกุล. แม็คโครไฮเรก้า 2011. [On-line]. Available: <http://www.komchadluek.net/.html>
(12 สิงหาคม 2554).
- สุชาติ เหล่าปรีดา. หลักบัญชี1. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546.
- สุดาดวง เรืองจิระ. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ : ประกายพริก, 2540.
- สุนา อยู่โพธิ์. การค้าปลีก. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- สมร ไกรพิทักษ์กุล. ผลกระทบจากการขยายตัวของดีสคาน์สโตร์ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม :
กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, ชลบุรี :
มหาวิทยาลัยบูรพา, 2545.
- สุรพล กาญจนะจิตรา. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2551.
- อนุศาสตร์ สระทองเวียน. ธุรกิจค้าปลีกประเทศไทย. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์, 2553.
- อมรศักดิ์ พงศ์พศุดม. ฤค้าปลีกไทยจะล่มสลาย. [Online]. Available: <http://www.maesotcity.com>
(2 พฤศจิกายน 2554).
- Bhathagar, A. "An Inquiry into the Determinants of Store Assortments, Retail Formats
and Patronage. Ph.D. dissertation, Buffalo : State University of New York, 1998.
- Certo, S. and J.Paul, P. Strategic Management : Concepts and Applications. Singapore :
McGraw-Hill, 1991.
- Demeter, K. "Manufacturing Strategy and Competiveness," International of Production
Economics (81-82) : 205-213 ; April, 2003.
- Edward, B., S. Measuring the Economic and Sociological Impact of the Mega-Retail
Discount Chains on Small Enterprise in Urban, Surban and Rural Communities.
[On-line]. Available : <http://www.lawmall.com/rpa/rpashih.htm>, 1997.
- Fox, E., J. "Analysis of Household Shopping Behavior across Retail Formats (Chain
Stores)." Patterns (Consumers)." Ph.D. dissertation, University of Pennsylvania,
1999.
- Gunn, M., G, Norburn. and Sue, B. "The Impact of Organizational Values, Goal and Climate
on Marketing Effectiveness," Journal of Business Research. (30) : 131-141 ; 1994.
- Newman, A., Peter, C. Retailing : Environment and Operations. [On-line]. Available :
<http://www.kalahari.net/books/Retailing-Environment-and-Operations/632/18956103.aspx>, 2002.

- Porter, M., E. **Competitive Advantage**. New York : Free Press, 1990.
- Rogers, D., Chan, D. **Business Policy and Planning**. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1977.
- Yamane, T. **Statistics: An Introductory Analysis**. 2nd ed. New York : Harper Lcd Low, 1973.
- Tyler, N. Department of Geography and Geology Eastern Michigan University. **Impact of Wal-Mart** [On-line]. Available : <http://www.emich.edu/public/geo/557book/c313.impactwalmart.html>, 1998.
- Wright, M., P. “**Theoretical Perspectives for Strategic Human Resource Management**,” *Journal of Management*. 18(2) : 295-320, 1992.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY