



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณานุกรม

- กนกกาญจน์ ปิ่นทอง. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การประกอบการ). นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). การจัดการธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : กระทรวงฯ.
- เกรียงไกร ชำนาญไพศาล. (2545). การค้าปลีก. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.
- โกวิท กังสนันท์. (พฤษภาคม - สิงหาคม 2550). “การบริหารการเปลี่ยนแปลงองค์การ : มุมมองแนวบูรณาการกระบวนการและพฤติกรรม.” วารสารสถาบันพระปกเกล้า. 5 (2) : 11 - 26.
- ชวัลนุช สินทร์โสภณ. (2553). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการใช้บริการร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การประกอบการ). นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชุตินันท์ ประชานุกุล. (2553). กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมืองราชบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การประกอบการ). นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. (2536). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร.
- _____. (2538 ก). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร.
- _____. (2538 ข). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ว่างอักษร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). การตลาดสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2545). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- นิกร ตั้งควัฒนา. (2552). การปรับตัวของร้านค้าปลีกในชุมชนวัดศรีประดู่ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา). อุบลราชธานี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

- ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. (2544). การสื่อสารการตลาดเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อาร์ตโปรแกรม.
- ประภาศรี อมรสิน (2531). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.
- ศุสดี รุมาคม. (2536). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- พนิดา ไทยอ่อน. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้านสมัยใหม่ในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การประกอบการ). นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิชญา จุฑามณีนิล, สุวกิจ ศรีปัดดา, ศิรินทร เตียงจินดาถาวร และลักขณา ศิริจำปา. (กันยายน - ธันวาคม 2551). “แนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมตามทัศนคติของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย,” วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 2 (3) : 27 - 41.
- พิชญ จงสถิตย์วัฒนา. (2544). การบริหารการตลาดการวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุวดี ไชยสิริ. (2531). การตัดสินใจด้านราคา. (เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารการตลาด หน่วยที่ 8 - 15). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วรรณิ ชลนภาสถิตย์. (2531). การส่งเสริมการตลาด: การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์. (เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารการตลาดหน่วยที่ 8 - 15). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วรรณิ ชลนภาสถิตย์. (2534). การจัดการการเงินและการลงทุน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิชัย โถสุวรรณจินดา. (2546). ครบเครื่องเรื่องบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วิรัช อภิรัตน์กุล. (2544). การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดการบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สงบ สิงสันจิตร. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สุราษฎร์ธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- สมจิตร ล้วนจำเจริญ. (2535). การบริหารการค้าปลีก. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ประชาชน.
- สมชาย หิรัญกิตติ และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ :

- สุดาตวง เรืองรุจระ. (2543). **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ยงพลเทรดดิ้ง.
- สุพิณ ปัญญามาก. (2529). **บทบาทและวัตถุประสงค์ของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์**.
(เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์หน่วยที่ 7 - 8). นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุภาลักษณ์ บัญชรเทวกุล. (2541). **ข้อคิดพิชิตใจลูกค้า = The Customer Is Always Right!**.
อาร์เมน เจ. คาโบเดียน ; สุภาลักษณ์ บัญชรเทวกุล แปลและเรียบเรียง. กรุงเทพฯ :
แม็กกรอ-ฮิล.
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2536). **การค้าปลีก**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
_____. (2539). **การค้าปลีก**. กรุงเทพฯ : ชวนพิมพ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
_____. (2541). **การส่งเสริมการขาย**. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
_____. (2542). **กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อคุศลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **การบริหารการตลาดกลยุทธ์และวิธี**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Beer, M. and Eisenstat R.A. (1996). "Developing an Organization Capable of Implementing
Strategies and Learning," **Human Relations**. 49 (5) : 597 - 619.
- Bennis, W. and Nanus B. (1997). **Leaders: Strategies for Taking Charge**. N.Y. : Harper.
- Cumming, T.G. and Worley, C.G. eds. (2005). **Organization Development and Change**.
8 th ed. Cincinnati. OH : South-Western.
- Engel, J. F., Kollat, D. T. and Blackwell, R. D. (1968). **Consumer Behavior**. New York :
Holt, Rinehart and Winston.
- Etzel, J. Michael, Walker J. Bruce and Stanton J. William. (2001). **Marketing**. 12th ed.
Boston : McGraw- Hill.
- Fisbein, Martin and Icek B. Ajzen. (1975). **Attitude Intention and Behavior : An Introduction to
Theory and Research**. London : Addison-Wesley.
- Hammer, M. and S.A. Stanton. (1995). **The reengineering Revolution**. N.Y. : Harper.
- Hass, W. Robert. (1986). **Industrial Marketing Management: Text and Case**. 3re ed.
Boston : PWS.
- Heinritz F. Stuart, Farrell V. Paul and Kolchin G. Michael. (1991). **Purchasing : Principles and
Applications**. 8th ed. Englewood Cliffs : Prentice - Hall.

- Kelman, S. (2005). **Unleashing Change : A Study of Organizational Renewal in Government**. Washington, D.C. : Brooking Institution Press.
- Kotler, Philip. And Gary, Armstrong. (2001). **Principles of Marketing**. 9th ed. New Jersey : Perntice - Hall.
- Kotter, J.P. (1996). **Leading Change**. Boston MA : Harvard Business School Press.
- Kotter, J. P. and Heskett, J. L. (1992). **Corporate Culture and Performance**. New York : Free Press.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). "Determining Sample Size For Research Activities," **Educational And Psychological Measurement**. 30 (3) : 607 - 610.
- Levy, Michael and Barton A. Weitz. (2001). **Retailing Managenment**. New York : McGraw - Hill.
- McCarthy, E. Jerome and William D. Perreaulf Jr. (1990). **Basic Marketing : a Managerial Approach**. 10 th ed. Homewood Illinois : Ban Hoffman.
- Newman, Andrew J. and Peter Cullen. (2002). **Retailing Enviroment & Operations**. Australia : Saxon Graphics.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1994). **Consumer Behavior**. 5 th ed. New Jersey : Prentice - Hall.
- Semenik, Richard J. (2002). **Promotion and Intergrated Maketing Communications**. Ohio : South Western.
- Senge, P. M. (1990). **The Fifth Discipline : The Art and Practice of the Learning Organization**. N.Y. : Doubleday.
- Stanton, William J., Michael J. Etzel and Bruce J. Walker. (1994). **Fundamentals of Marketing**. 10 th ed. Singapore : McGraw - Hill.