



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## บรรณานุกรม

- ฉัตรชัย ตวงรัตนพันธ์. ธุรกิจค้าปลีกไทยภาพรวมและกลยุทธ์การแข่งขัน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ชมานนท์ นาถาบำรุง. การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมและหลังมีการปรับปรุงในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2548. ถ่ายเอกสาร.
- ฐาปนา บุญหล้า. การจัดการซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจค้าปลีก. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2548.
- ณัฐวาทัญญ์ สุคำ. ปัจจัยที่กำหนดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2548. ถ่ายเอกสาร.
- ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ. รายด้วยเครื่องหยอดเหรียญ. กรุงเทพฯ : แบร์รี่พับลิชชิ่ง, 2547.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. การดำเนินร้านค้าปลีก. กรุงเทพฯ : วังอักษร, 2548.
- ธานีพนธ์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : วิ.อินเตอร์พรีนท์, 2548.
- ธานี ปิติสุข. แพรนโซส์เส้นทางใหม่ของการทำธุรกิจ. กรุงเทพฯ : นานามีบุ๊กส์, 2547.
- นางเยาว์ แก้วบุตร. การศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานของร้านสหกรณ์และพฤติกรรม การซื้อของสมาชิกก่อนและหลังการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2548. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2543.
- พัชรี ทองเหลืองสุข. ผลกระทบของการขยายตัวของдисเคานท์สโตร์ที่ส่งผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมก่อน และหลังมีการปรับปรุงในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2549. ถ่ายเอกสาร.
- วรวิทย์ วัฏฏะวุฒิสาร. การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2548. ถ่ายเอกสาร.

- รุ่งทิวา ประโยชน์สมบูรณ์. ผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีต่อสภาพแวดล้อมชุมชน. วิทยานิพนธ์ บข.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2547. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2544.
- \_\_\_\_\_. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : เอ.เอ็น การพิมพ์, 2545.
- \_\_\_\_\_. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์, 2545.
- สมปรารถนา คล้ายวิเชียร, พัฒนพันธ์ วงษ์พันธุ์ และวาทัญญู รณชิตพานิชยกิจ. มหัทศจรย์ธุรกิจเซเว่น อีเลเว่น ภาค 2. กรุงเทพฯ : มติชน, 2545.
- สุปัญญา ไชยชาญ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2545.
- สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เอช.เอ็น.กรุ๊ป, 2549.
- เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2545.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด : กลยุทธ์ และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณยา จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนาพานิช. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- Bovee, C. L., & Houston, M. J., & Thill, J. V. *Marketing*. New York : McGraw-Hill, 2000.
- Doyle, P. *Marketing Management and Strategy*. New Jersey : Prentice Hall, 2005.
- Drummond, G., & Ensor, J. *Strategic Marketing Planning and Control*. Butterworth : Heinemann, 2004.
- Kotler, P. *Marketing Management*. New Delhi : Prentice-Hall, 2000.
- Kotler, P., & Armstrong, J. S. *The New Marketing Concept*. New York : McGraw-Hill, 2004.

Kotler, P., & Armstrong, G. **Principles of Marketing**. New Jersey : Prentice-Hall, 2002.

Mccathy, Jerome. “Managing Price, Gaining Profit,” **Journal of Marketing**. 48 (11) : 4-9 ; May, 1990.

Stanton, Ezzet. “Service Marketing : an Approach to Planned Social Change,” **Journal of Marketing**. 19 (11) : 4-5 ; April, 1991.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY