

บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ พัฒนาพิวพันธ์. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัย. เชียงใหม่ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539.
- ชัยสิทธิ์ เกลิมมีประเสริฐ. สถิติเพื่อนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- พงศา นวมครุฑ. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- มยุร บุญยะรัตน์. ทักษะคติของลูกค้านักค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- วารุณี ต้นติววงศ์วานิช และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2545.
- เศรษฐกิจวิเคราะห์. “ธุรกิจค้าปลีกไทยกับความอยู่รอดในอนาคต” ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), ปีที่ 20, ฉบับที่ 9, กันยายน 2545.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, 2541.
- สุวิทย์ เป็ยผ่อง. การค้าส่งและการค้าปลีก. โครงการพัฒนาคำรา วิทยาลัยครูเพชรบุรี คำรา – เอกสารวิชาการ, 2535.
- สำนักงานทะเบียนราษฎร เทศบาลอำเภอกระทุ่มแบน พ.ศ. 2544 รายงานข้อมูลประชากร ประจำปี, 2544
- อิสระ อีจรัตน์. “การค้าปลีกขนาดเล็กจะก้าวอย่างไรไม่จนมุม”. วารสารบริหารธุรกิจรังสิต. ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ธันวาคม, 2545.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543
- อธีวัฒน์ ทรัพย์ไพฑูรย์. 6 อภิธานอาณาจักรธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พึ่งตน, 2545
- Bolen, William H. *Contemporary Retailing*. 3rd ed., New Jersey : Prentice-Hall, 1988