

บรรณานุกรม

วรรณกรรมภายในประเทศ

- จิรวรรณ ฉัตรกุล ณ อยุธยา (2553). ชีตความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่. *วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารศาสตร์. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.*
- ฉัฐธามาศ พลศรี. (2550). กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตเทศบาลนคร อุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารพิษณุพนธ์. 2 (1), 89-97.*
- ฉันทัส เพียรธรรม และวันทนาพร รุ่งวรรณรัตน์. (2555). การปรับตัวของร้านโชห่วยภายใต้กระแสการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม, 8 (1), 39-55.*
- ทานตะวัน เสือสอาด. (2550). การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรี. *ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.*
- นิพนธ์ พัวพงศกร, อัมมาร สยามวาลา, นริทธิย์ ทุ่งกาวิ, จีระภา โตสมบุญ, กฤษฏารัตน์ วัฒนสุวรรณ, เมธินี พงษ์ประภาพันธ์, และคณะ. (2545). การค้าปลีกของไทย: ผลกระทบของการแข่งขันจากผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่จากต่างประเทศ. *สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย*
- ปฐมาภรณ์ นิธิชัย. (2555). โอกาสของการขยายตลาดในต่างจังหวัดและกลยุทธ์ของบริษัทจดทะเบียนไทย. *สถาบันวิจัยเพื่อตลาดทุน. 4. สืบค้นวันที่ 4 พฤษภาคม 2556 จากเว็บไซต์ www.set.or.th/setresearch*
- ปราณีดา ศยามานนท์, เอกสิทธิ์ กาญจนานิฏโณกุล, ภาวดี วิวัฒน์ประเสริฐ. (2554). โอกาสค้าปลีกไทยในบริบทใหม่. *ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์* สืบค้นวันที่ 2 พฤษภาคม 2556 จากเว็บไซต์ <http://www.scbeic.com>
- พิชญา จุฑามณีนิล, สุวกิจ ศรีปัดดา, ศิรินทร เลียงจินดาถาวร, และคณะ. (2551). แนวทางการปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมตามทัศนคติของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดหนองคาย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2 (3), 55-66.*
- พิชญ อิมวิญญาณ. (2554). การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค: การศึกษาร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร. *ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต. ภาควิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ภาวณี กาญจนานา. (2554). การบริหารส่วนประสมทางการค้าปลีกและการจัดการเชิงกลยุทธ์การตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม. *วารสารบริหารธุรกิจ, 34 (132), 37-57.*

- วิภามาศ วิริยะมงคลสุข. (2554). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและใช้บริการร้านสะดวกซื้อภายในสถานบริการน้ำมันในพื้นที่กรุงเทพมหานครของผู้บริโภค. *ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต. ภาควิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ศุภรา เจริญภูมิ. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคตของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจ, 34 (130), 36-46.*
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2553). ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย): ปัญหาและทางแก้ไข. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 6 (1).*
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). *กลยุทธ์การตลาด* (ปรับปรุงครั้งที่ 2): โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุศาสตร์ สระทองเวียง. (2553). ธุรกิจค้าปลีก ประเทศไทย. *วารสารนักบริหาร, 30 (3), 134-142.*
- อรอนงค์ กิตติพนธ์ชัย. (2555) การบริหารจัดการร้านค้าปลีกรายย่อย (โชห่วย) ในท้องถิ่นจากการคุกคามของร้านค้าปลีกสมัยใหม่: กรณีศึกษาอำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา. *ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต. การปกครองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*

วรรณกรรมภาษาต่างประเทศ

- Berman, B., & Evans, J. R. (2004). *Retail Management a strategic approach* (9 ed.). Pearson Education International.
- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science, 22(4), 328-339.*
- Bauer, J. C., Kotouc, A. J., & Rudolph, T. (2012). What constitutes a “good assortment”? A scale for measuring consumers’ perceptions of an assortment offered in a grocery category. *Journal of Retailing and Consumer Services, 19(1), 11-26.*
- Berger, J., Draganska, M., & Simonson, I. (2007). The Influence of Product Variety on Brand Perception and Choice. *Marketing Science, 26(4), 460-472.*
- Bhatnagar, A., & Ratchford, B. T. (2004). A model of retail format competition for non-durable goods. *International Journal of Research in Marketing, 21(1), 39-59.*
- Broniarczyk, S. M., Hoyer, W. D., & McAlister, L. (1998). Consumers’ Perceptions of the Assortment Offered in a Grocery Category: The Impact of Item Reduction. *Journal of Marketing Research (JMR), 35(2), 166-176.*

- Charoenpoom, S. (2013). Traditional Grocery Stores and Business Management in Bangkok. *WORLD ACADEMY OF SCIENCE, ENGINEERING AND TECHNOLOGY*, (73), 78–81.
- Clulow, V., & Reimers, V. (2009). How do consumers define retail centre convenience? *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 17(3), 125-132.
- Chiu-Han, W., & Ha, S. (2011). Store attributes influencing relationship marketing: a study of department stores. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 15(3), 326–344.
- Farhangmehr, M., Marques, S., & Silva, J. (2000). Consumer and retailer perceptions of hypermarkets and traditional retail stores in Portugal. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 7(4), 197–206.
- Farhangmehr, M., Marques, S., & Silva, J. (2001). Hypermarkets versus traditional retail stores — consumers' and retailers' perspectives in Braga: a case study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 189–198.
- Gable, M., Topol, M. T., Lala, V., & Fiorito, S. S. (2008). Differing perceptions of category killers and discount stores. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(10), 780–811.
- Goldman, A., & Krider, R. (1999). The Persistent Competitive Advantage of Traditional Food Retailers in Asia: Wet Markets' ... *Journal of Macromarketing*, 19(2), 126.
- González-Benito, Ó. (2005). Spatial competitive interaction of retail store formats: modeling proposal and empirical results. *Journal of Business Research*, 58(4), 457-466.
- Grace, D., & O'Cass, A. (2005). An examination of the antecedents of repatronage intentions across different retail store formats. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(4), 227–243.
- Haans, H. (2011). Evaluating retail format extensions: The role of shopping goals. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(5), 389-396.
- Hernández, T., & Bennisson, D. (2000). The art and science of retail location decisions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28(8), 357-367.
- Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2003). The effects of locational convenience on customer repurchase intentions across service types. *Journal of Services Marketing*, 17(7), 701-712.

- Kahn, B. E., & Wansink, B. (2004). The Influence of Assortment Structure on Perceived Variety and Consumption Quantities. *Journal of Consumer Research*, 30(4), 519–533.
- KAWASU, N. (2013). *Consumer Trends and Expansion of Retail Markets in Growing ASEAN Economies*_____ (No. 182). Nomura Tesearch Institute. Retrieved from <https://www.nri.co.jp/english/opinion/papers/2013/pdf/np2013182.pdf>
- Klemz, B. R. (1999). Assessing contact personnel/ customer interaction in a small town: differences between large and small retail districts. *Journal of Services Marketing*, 13(3), 194-207.
- Kumar, A., Trivedi, M., Bezawada, R., & Sridhar, K. (2012). A comparative analysis of differential consumer response across supermarket and specialty store in the candy category. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(6), 561–569.
- Leischnig, A., Schwertfeger, M., & Geigenmüller, A. (2011). Shopping events, shopping enjoyment, and consumers' attitudes toward retail brands—An empirical examination. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(3), 218-223.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing management* (8th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Machleit, K. A., & Eroglu, S. A. (2000). Describing and Measuring Emotional Response to Shopping Experience. *Journal of Business Research*, 49(2), 101–111.
- Macintosh, G., & Lockshin, L. S. (1997). Retail relationships and store loyalty: A multi-level perspective. *International Journal of Research in Marketing*, 14(5), 487-497.
- Megicks, P. (2007). Levels of strategy and performance in UK small retail businesses. *Management Decision*, 45(3), 484-502.
- Morales, A., Kahn, B. E., McAlister, L., & Broniarczyk, S. M. (2005). Perceptions of assortment variety: The effects of congruency between consumers' internal and retailers' external organization. *Journal of Retailing*, 81(2), 159–169.
- Mutebi, A. M., & Ansari, R. (2008). Small Independent Merchants and Transnational Retail Encounters on Main Street: Some Insights from Bangkok. *Urban Studies*, 45(13), 2689–2714.
- Pan, Y., & Zinkhan, G. M. (2006). Determinants of retail patronage: A meta-analytical perspective. *Journal of Retailing*, 82(3), 229-243.

- Porter, S. S., & Claycomb, C. (1997). The influence of brand recognition on retail store image. *Journal of Product & Brand Management*, 6(6), 373-387.
- Ramakrishnan, K. (2010). The competitive response of small, independent retailers to organized retail: Study in an emerging economy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(4), 251-258.
- Reimers, V., & Clulow, V. (2004). Retail concentration: a comparison of spatial convenience in shopping strips and shopping centres. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11(4), 207-221.
- Reynolds, K. E., Ganesh, J., & Lockett, M. (2002). Traditional malls vs. factory outlets: comparing shopper typologies and implications for retail strategy. *Journal of Business Research*, 55(9), 687-696.
- Rousey, S. P., & Morganosky, M. A. (1996). Retail format change in US markets. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 24(3), 8-16.
- Roy, A. (1994). Correlates of mall visit frequency. *Journal of Retailing*, 70(2), 139.
- Seock, Y.-K. (2009). Influence of retail store environmental cues on consumer patronage behavior across different retail store formats: An empirical analysis of US Hispanic consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(5), 329-339.
- Teller, C., Kotzab, H., & Grant, D. B. (2012). The relevance of shopper logistics for consumers of store-based retail formats. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 59-66.
- Uusitalo, O. (2001). Consumer perceptions of grocery retail formats and brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 29(5), 214-225.
- Venkatesh, S., & Puntsagdavaaa, A. (2007). Siam Makro Public Limited. *Asian Case Research Journal*, 11(2), 215-246.