

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2529). *คู่มือผู้ประกอบการอุตสาหกรรม Entrepreneur's Handbook*.

กรุงเทพฯ: พี.เอ็นคอมพิวกราฟฟิค.

กัลยา วาณิชบัญชา. (2547). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. นนทบุรี:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

จรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2543). *การบริหารการค้าปลีกในยุค 2000*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

จิตนา บุญบงการ. (2542). บทความสำรวจผลงานวิจัยด้านการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก ผู้กำหนด
อนาคตของบัณฑิต. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 21(79), 2-6

จินตนา สุนทรธรรม และคณะ. (2531). *การศึกษาปัญหาธุรกิจขนาดย่อมและการประกอบการใน
ภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย (A Cross-Regional Study of Small Business and
Entrepreneurship Problems in Thailand)*. กรุงเทพฯ : สถาบันบริหารธุรกิจสัมพันธ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉัฐธามาศ พลศรี. (2549). *กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขต
เทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
สาขาการจัดการทั่วไป, คณะบริหารและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ชื่นจิตต์ หลังเจนกิจ. (2544). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพอยท์เพรส.

เชาว์ โรจนแสง. (2533). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อมและการค้าปลีก (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. นนทบุรี :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

โชติรัส ชวนิชย์, ก่อเกียรติ พานิชกุล และปริญ ลักษิตานนท์. (2538). *ธุรกิจขนาดย่อม*.
กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.

คุณิต จินตนาวัน. (2545). *ผลกระทบและการปรับตัวของร้านโชห่วยจากการขยายตัวของธุรกิจค้า
ปลีก-ค้าส่งข้ามชาติ: กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี*. ชลบุรี: วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. (2536). *การบริหารค้าปลีก*. กรุงเทพฯ: วังอักษร.

ถาวร ศรีสุขะโต และชนเวช ศรีสุขะโต. (2543). *เคล็ดลับการทำธุรกิจ SMEs*. กรุงเทพฯ:
นานมีบุ๊ค.

ธีรยุทธ วัฒนาสุโข. (2548). *การบริหารเชิงกลยุทธ์และการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย Spss*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- ผุสดี รุมาคม. (2540). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- พิมพ์ เล็กสุขุม. (2540). ธุรกิจค้าปลีก. *เศรษฐกิจฐานการกรุงเทพ. วารสารเศรษฐกิจ*, 28(6), 26-30.
- ไพฑูรย์ สุขวงษ์. (2547). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กกรณีหลังการเกิด*
ห้ำงสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จ.จันทบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร
 มหบัณฑิต, สาขาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มานพ ชิวชนาสุนทร. (2542). *แผนธุรกิจ SMEs* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาธุรกิจ
 อุตสาหกรรม.
- รัตนา ศิริพานิช. (2532). *สถิติเพื่อการวัดผลการศึกษา*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานคร.
- รัตดาวรรณ คีประสิทธิ์ปัญญา. (2543). *การดำเนินงานการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนของ*
โรงเรียนเซนต์หลุยส์. ชลบุรี: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รุจิรา เจตะวัฒน. (2546). *ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของการขยายตัวของคิสเคานท์สโตร์ และ*
การปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมศึกษาในเขตเทศบาล ตำบลบ้านฉาง อำเภอ
บ้านฉาง จังหวัดระยอง. ชลบุรี: วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรรณ เต็มศิริพจน์. (2532). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประกอบธุรกิจส่วนตัว ของผู้ประกอบการ*
สตรีในธุรกิจขนาดเล็ก: ศึกษากรณีกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะสังคมวิทยาและ
มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทยา ด่านธำรงกุล. (2545). *การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า “อะไรและอย่างไร?”. บริหารธุรกิจ*,
 95, 81-95.
- ศินีย์ สังข์ศรี. (2542). *แผนพัฒนาระบบการเงิน ธนาคารสถาบันการเงินไทย. วารสารคู่แข่ง*, 15
 (184), 92-94, 96
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2544). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและ
 ไฟเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริณัติกัญดานนท์ และสุกร เสรีรัตน์. (2537). *กลยุทธ์การตลาด การบริหาร*
การตลาดและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย บจ. (2544, มกราคม). *ธุรกิจค้าปลีกไทยปี44. รวบรวมหวังพึ่งรัฐ...รายใหญ่เร่ง*
ขยายตัว. กระแสทรรศน์, 840, 2-3.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2542). *การค้าส่งค้าปลีกไทย (รายงานทิศทางการเศรษฐกิจ*
และการค้าไทย:ภาคการค้าภายในประเทศ). กรุงเทพฯ: ฝ่ายการวิจัยเศรษฐกิจรายสาขา
 สถาบันฯ.

- สมจิตร ถ้วนเจริญ. (2539). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจอาหารขายปลีก*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุทธิ นาทวรทัต. (2523). *กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีส่วนร่วมในการส่งเสริมธุรกิจและสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุเมต ไกรพิทักษ์กุล. (2546). ผลกระทบจากการขยายตัวของคิสเคานท์สโตร์ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม: กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุนา อยู่โพธิ์. (2536). *การค้าปลีก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิทย์ เปียผ่อง. (2535). *การค้าส่งการค้าปลีก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อดิศักดิ์ ศรีสม. (2543). *กลยุทธ์สร้างเอ็นแก์ SMEs*. กรุงเทพฯ: นารี อินโฟ.
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543). สรุปสาระสำคัญร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมการค้าส่งออก. *อุตสาหกรรมสาร*, 43 (มี.ค.-เม.ย.43), 45-54.
- _____. (2543). อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 12 (46), 35-48.
- อารยา ท้าไกร. (2548). *แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของร้านค้าปลีกในเขตจังหวัด กาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- แอนเดอร์สัน, คริสตัน. (2545). *CRM การบริหารลูกค้าสัมพันธ์*, แปลโดย มัลลิกา ดันสอน เรียบเรียงโดยสิทธิชัย ทรงอภิมาศ. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- Alistair, R. A. & Jame, A. N. (1984). A model of the distributor's perspective of distributor manufacturer working relationship. *Journal of Marketing*, 48 (fall), 62-74.
- Apen, S. (1974). Compensatory properties of visual information in the control of isometric force. *Journal of Motor Behavior*, 21, 71-91.
- Berschele, B. G. (1976). Increasing the Attention span of five mentally handicapped children using their parents as agents of change. *Journal of Behavioural Psychotherapy*, 13, 142-153.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley.
- Bove, L., Liliana, L., & Johnson, W. (2000). A customer-service worker relationship model. *International Journal Of Service Industry Management*, 11(5), 491-511.
- De, W. K., Gaby, O. S., & Dawn, L. (2001). Investments in consumer relationship: A cross-country and cross-industry exploration. *Journal of Marketing*, 65, 33-50.

- Drachman, D. C. (1976). The annihilation of galactic positrons. *The Astrophysical Journal*, 288, 928-934.
- Dotson, M. & King, R. (1991). Predicting brand commitment: An empirical test of Rusbult's investment model. *Journal of Marketing Management*, 21(3-4), 441-461.
- Eill, D. & Tom, O. T. (2002). Strategic market relationship: from strategy to implementation. *Journal of Marketing*, 43(2), 267-272.
- Foly, P. & Green, H. (2000). *Small Business Success*. London: Greenwood. Publishing.
- Frese, M. (2000). Success and failure of Mechlien owners in Africa. *Journal of Marketing*, 55, 89-92.
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationship. *Journal of Marketing*, 58, 1-19.
- Garbarino, E. & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in coustomer relationship. *Journal of Marketing*, 63, 70-87.
- Garbarino, E. & Johnson, M.S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationship. *Journal of Marketing*, 63(2), 70-87.
- Geyer, P. D., Michael, D., & Ronald, H. K. (1991). Predicting brand commitment: An empirical test of rusbult's investment model, The mid-Atlantic. *Journal of Business*, 27 (2), 129-137.
- Gronroos, C. (1994). From marketing mix to relationship marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 23 (4) 252-254.
- Homan, G. C. (1961). *Social Behavior: Its Elementary Form*, Harcourt. New York: Brace & World.
- Johnson, R. (1973). The structure of relationship commitment in interfirm relationships. *BIOslo Norway sociological Quarterly*, 14, 395-406.
- Jame, A. M. & Kean, M.T. (1997). Factors contributing to insbopping behavior in rural trade areas: Implications for local relaiers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 23(5), 60-72.
- Kelley, H. H. & Thibaut, J. W. (1978). *Interpersonal Relations: A Theory of Interdependence*. New York: John Wiley.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis Planning Implementation and Control*. (9th ed.) New Jersey: Simon & Schuster.

- MacCormick, E. J. & Daniel, I. R. (1980). *Industrial Psychology*. N.J.: Englewood Cliffs.
- Moorman, C., Rohit, D. & Gerald, Z. (1993). Factors affecting trust in market research relationship. *Journal of Marketing*, 57, 81-101.
- Morgan, R. M. & Shelby, D. H. (1984). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Nancy, J. M. & Rita, C. K. (1997). Factors contributing to insopping behavior in rural trade areas: Implications for local retailers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 23(5), 48-53.
- Parasuraman, A., Valerie, A. Z., & Leonard, L. B. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service. *Journal of Marketing*, 18, 20-35.
- Rauch, A. & Frese, M. (1997). Does planning matter: relations between planning and success in small enterprise in Ireland and Germany. *International Journal of Psychology*, 48(3-4), 561-561.
- Richard, A. S. (2005). Motor control and learning: A behavioral emphasis-4th edition a behavioral emphasis. *International Journal of Psychology*, 86(6), 79-95.
- Rusbult, C. E. (1983). A longitudinal test of the investment model: The development (and deterioration) of satisfaction and commitment in heterosexual in heterosexual involvements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45 (1), 101-117.
- Rusbult, Z. & Gunn (1982); Rusbult, F. R., & Mainous, I. (1988).; Rusbult, (1983). Introduction to research on Hirschman's exit, voice, and loyalty model *Journal of marketing. Journal of personality and social psychology*, 54(2), 63-84.
- Studenmund, A. H. (2001). Shopper's satisfaction levels are not the only key to store loyalty. *Journal of Marketing*, 54(2), 89-93.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *Interpersonal Relations: A theory for Interdependence*. New York: John Wiley.
- Thamrongsinthaworn, Sombat. (2008). Consumer investment in multi-brond relationship. *Journal of Business Administration*, 31(117), 40-55.
- Udom, P. (2542). Consumer commitment: conceptual framework & Results from a preliminary study, *วารสารบริหารธุรกิจ*, 22: 83.

- Vroom, V. H. (1964). *An Empirical Study of the Social Correlates of Job Satisfaction among Plant Science Graduates of a Mid-Western University*. Lanham: University Press of America.
- Wright, J. L. (1977). The relationship of extramarital sex, length of marriage, and sex differences on marital satisfaction and romanticism: Athanasiou's Data Reanalyzed. *Journal of Marriage and The Family*, 39, 691-703.
- Zontanos, G. & Anderson, A. R. (2004). Relationships Marketing AN Small Business: and exploration of links in theory and practice. *Qualitative Market Research*, 3(7), 228-236.