

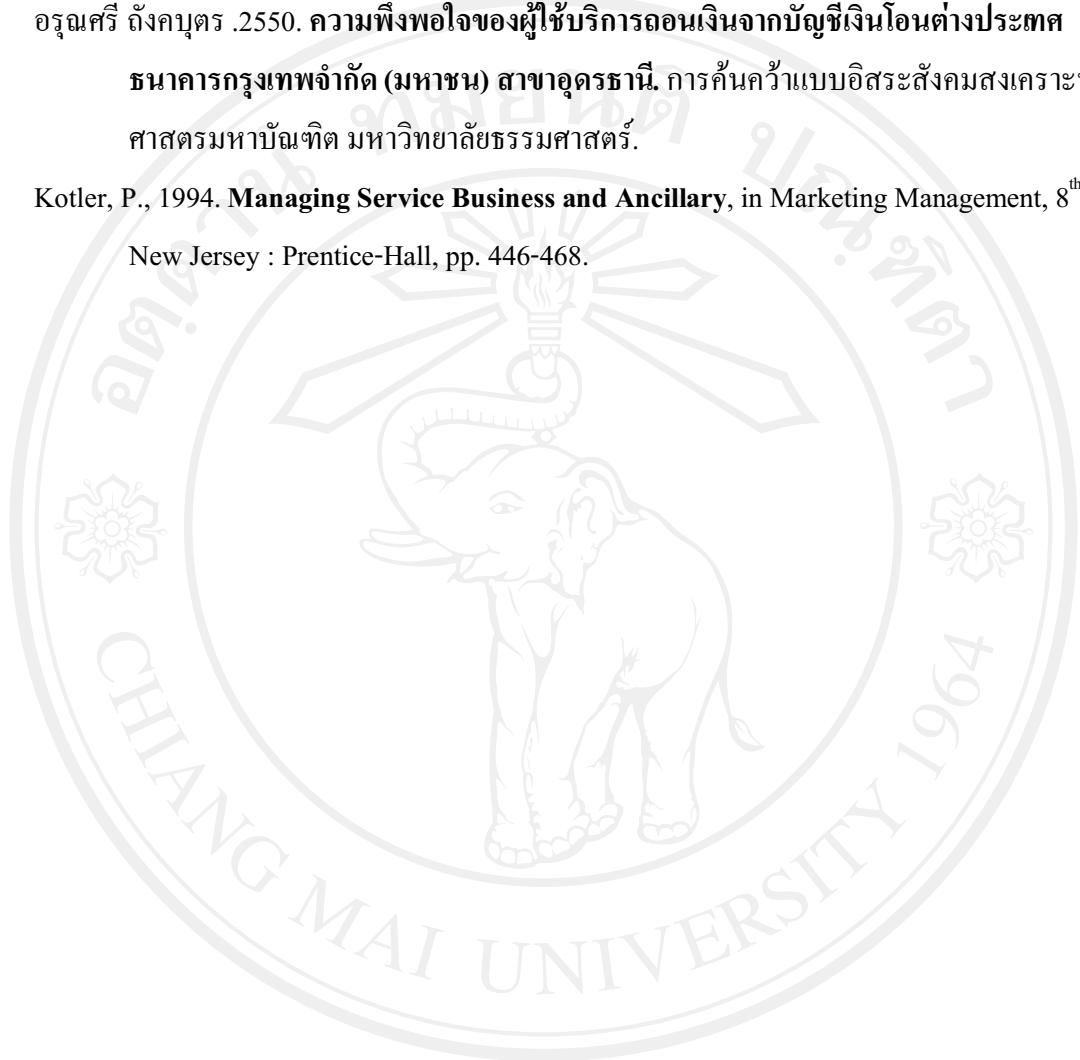
บรรณานุกรม

- กระทรวงพาณิชย์. 2553. “มูลค่าการนำเข้า-ส่งออก และดุลการค้าของไทย (รายเดือน).”
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www2.ops3.moc.go.th/thtrade/monthly_bal/#
(30 พฤษภาคม 2553)
- คุณทลี เวชสาร. 2546. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). 2553. “ปัจจุบัน คุณภาพ คุณธรรม ส่องนำอนาคต.”
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.scb.co.th/th/abt/abt_lgd_qbf.shtml
(30 พฤษภาคม 2553)
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ. 2553. “ฐานข้อมูลสถิติการค้า.” [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา http://www.scb.co.th/th/abt/abt_lgd_qbf.shtml (30 พฤษภาคม 2553)
- ปราณี คูเจริญไพศาล. 2542. รายงานการวิจัยเรื่อง “ตัวบ่งชี้ความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าในร้านค้าปลีกในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่.” ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาสกร กุลชิต. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัทรวัฒน์ พรหมมาเล็ก. 2550. ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกิจแลกเปลี่ยนและเงินโอนต่างประเทศกับธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิจิตร จิตรวศินกุล. 2549. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาทนราษฎร์ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุง 2546. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สุชาดา กิระนันท์. 2545. ทฤษฎีและวิธีการสำรวจตัวอย่าง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. พฤติกรรมผู้บริโภค. ฉบับปรับปรุง พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรุณศรี ดังคนตร .2550. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโอนเงินจากบัญชีเงินโอนต่างประเทศ ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาอุดรธานี. การค้นคว้าแบบอิสระตั้งคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, P., 1994. **Managing Service Business and Ancillary**, in Marketing Management, 8th ed., New Jersey : Prentice-Hall, pp. 446-468.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved