

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชบัญชา. 2547. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพมหานคร :
ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บงกช ชื่นกลิ่น. 2546. ความสัมพันธ์ระหว่างผลการปฏิบัติงานของฝ่ายบริการกับความพึงพอใจ
ของลูกค้าและความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้า
แบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ประคอง วรรณสูตร. 2542. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร :
ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์วัลลภ พิณรูประภา. 2545. ความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการบริการของร้านอาหารแม่ลาปลาเผา
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนต์ทิพย์ ทานอง. 2550. การวัดความจงรักภักดีต่อตราห้อยของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่
กรณีศึกษา ตราห้อยเดอะ พิชซ่า คอมปะนี และพิชซ่า ฮัท. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Barth J. E. 2007 "Customer engagement and the operational efficiency of wine retail stores."
International Journal of Wine Business Research. Vol 19:3 207-215.
- Bennett R. and Rundle-Thiele S. 2004 "Customer Satisfaction should not be the only goal."
Journal of Service Marketing. Vol 18:7 514-523.
- Charles P., et.al. 2004 "Experimental detail from the neural basis of brand addiction: an fMRI
study" **Gallop Management Journal**.
- Cochran W. G. 1953 "Sampling Techniques" **Johh Wiley & Sons**.
- Roger H. 1996 "The Relationship of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and
Profitability: an empirical study" **International Journal of Service Industry
Management**. Vol 7:4 27-42.
- James A. and Mona J. Fitzsimmons 2004 "Customer contact" **Service Management** :85.

James K., et.al. "Human: a meta-analysis: the relationship employee engagement customer engagement and financial performance" **Gallop Management Journal**.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. 1970. "Determination sample size for research activities." **Education and Psychology Measurement**, 30(3), 607-610.

Lovelock C. and Wright L. 1998 **Principal of Service Marketing and Management**. Prentice-Hall. New Jersey.

Riegger T. 2006 "Engaging Customers—All Day, Every Day" **Gallop Management Journal**. Vol. 9

William J. E. 2005 "What Measuring Customer Engagement Reveals" **Gallop Management Journal**. Vol. 10

ภาคผนวก

แบบสอบถามเรื่อง การเปรียบเทียบความผูกพันของลูกค้าต่อตราสินค้าของธุรกิจบริการ

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนามาตรวัดความผูกพันระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าในธุรกิจบริการ

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรวัดความผูกพันระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าในธุรกิจบริการ

ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ เพื่อประโยชน์ในการศึกษา และนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาววรางคณา เกลามาสุวพันธ์ รหัส 501532041

นักศึกษาปริญญาโท

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

[]1. ชาย

[]2. หญิง

2. อายุ

[]1. ไม่เกิน 20 ปี

[]2. 21-30 ปี

[]3. 31 – 40 ปี

[]4. 41 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

[]1. นักเรียน/นักศึกษา

[]2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

[]3. พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง

[]4. ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

[]5. อาชีพอิสระ หมายความว่า แพทย์

[]6. เกษียณราชการ / แม่บ้าน

[]7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

[]1. ไม่เกิน 10,000 บาท

[]2. 10,000-15,000 บาท

[]3. 15,001-20,000 บาท

[]4. 20,001-25,000 บาท

[]5. 25,001-30,000 บาท

[]6. 30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดความผูกพันต่อตราสินค้า

โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ท่านพิจารณาเลือกหรือตรงกับความคิดเห็นหรือความรู้สึกของท่านมากที่สุด

เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 เห็นด้วย = 4 เฉยๆ = 3 ไม่เห็นด้วย = 2 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1

ความผูกพันต่อตราสินค้า	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความเชื่อมั่นในตราสินค้า(Confidence)					
1) ฉันสามารถเชื่อมั่นในตราสินค้านี้					
2) ฉันได้รับทุกอย่างที่ตราสินค้านี้ได้ โฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้					
ความซื่อสัตย์ในตราสินค้า (Integrity)					
1) ฉันรู้สึกว่าคุณได้รับการดูแลเป็นอย่างดี ดีเมื่อฉันเข้าใช้บริการ					
2) เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจากการบริการฉัน ได้รับการแก้ปัญหาจนเป็นที่พอใจ					
ความภูมิใจในตราสินค้า (Pride)					
1) ฉันรู้สึกภูมิใจที่ได้ซื้อสินค้า/ใช้ บริการ					
2) เมื่อฉันเข้าไปใช้บริการพนักงานให้ เกียรติฉันอย่างยิ่ง					
3) ฉันรู้สึกว่าคุณเป็นคนมีระดับเมื่อใช้ บริการ/ซื้อสินค้า					

ความผูกพันต่อตราสินค้า	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	เฉยๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ความหลงใหลในตราสินค้า (Passion)					
1) ตราสินค้านี้เป็นตราสินค้าที่เหมาะสมสำหรับฉัน					
2) ฉันรู้สึกหลงใหลในตราสินค้า					
เหตุผล					1
1) ฉันมีความพึงพอใจอย่างยิ่งในตราสินค้า					
2) ฉันรู้สึกอยากกลับมาซื้อ/ใช้บริการอยู่เสมอ					
3) ฉันอยากที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนที่เกี่ยวข้องไปซื้อสินค้า/ใช้บริการ					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน



ชื่อ – สกุล

นางสาววรางคณา เลามาสุวพันธ์

วัน เดือน ปีเกิด

8 มกราคม 2517

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนปิ่นสร้อยแสงสว่างวิทยาลัย
 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน ตำแหน่งผู้จัดการธนาคารชนชาติ
 สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่

