

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

บทสรุปประชุมเชิงปฏิบัติการGATT (2536, กุมภาพันธ์ 8) . ประชาชาติธุรกิจ, หน้า 6.

ดวงจันทร์ อภาวีชรุตม์ เจริญเมือง. (2536). การเติบโตของเมืองและสภาวะแวดล้อมของเมืองเชียงใหม่. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2537). เอกสารประกอบการประชุมสัมมนา กรอ. ภูมิภาค ครั้งที่ 3. เชียงใหม่ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2534). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2535 - 2539. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี

ชูชัย สมิติโกกร. (2537). การวิเคราะห์ลูกค้ำ: การวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรมจากมุมมองของลูกค้ำ. วารสารเพิ่มผลผลิต, 33 (2), 7 - 11.

ดำรงศักดิ์ ตันรัตนกุล. (2537). ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการให้บริการของการไฟฟ้า จ. เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นาวิ วีระชาญณรงค์. (2522). การศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นำชัย เต็มศิริเกียรติ. (2536). พฤติกรรมของลูกค้ำในการใช้บริการศูนย์สปอร์ตคลับใน  
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ .การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิยะ ศิริมาตย์. (2538) ทศนคติของผู้ประกอบธุรกิจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พนัส ฟองจันทร์ และชาตยา จึงสุวดี. (2536, ตุลาคม). ปัญหาและพฤติกรรมของผู้บริโภคชาว  
เชียงใหม่ที่มีต่อโรงภาพยนตร์มินิเธียเตอร์. นิตยสารคู่แข่ง, 113 - 118.
- พรหมินทร์ รณิทธิ์. (2537). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการการสอบบัญชีของบริษัทจำกัดใน  
จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
เชียงใหม่.
- ไพศาล สุริยะวงศ์ไพศาล. (2540, มกราคม 25). ไทยVSการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์ (กระแส  
ทัศนะ). กรุงเทพธุรกิจ (การตลาด), หน้า 1.
- เสาวณี แยมแสง. (2528). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อบริการด้านทันตกรรมของคลินิกเอก  
ชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: ดวงกลม.

### ภาษาอังกฤษ

- Andaleeb, S. S., & Basu, A. K. (1995). Technical complexity and consumer knowledge as  
moderators of service quality evaluation in the automobile service industry.  
Psychological Abstracts, 82 (10), 4892.

- Bearden, W. O., & Teel, J. E. (1983). Selected determinants of consumer satisfaction and complaint reports. Journal of Marketing Research, 20, 21 - 8.
- Bentshill, C. D. (1992). Role expectations, personal characteristics, and consumers' evaluation of school psychological services. Dissertation Abstracts International, 52 (9), 3220 - A.
- Berry, L. L. (1980). Service marketing is different. Business Magazine, 30, 24 - 28.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetrault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing Favourable and unfavourable incidents. Journal of Marketing, 54, 71 - 84.
- Bolton, R. N. & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessment of service quality and value. Journal of Consumer Research, 17, 375 - 384.
- Bopp, K. D. (1987). Evaluation of medical service quality in the consumption stage of the medical consumer's purchase cycle. Dissertation Abstracts International, 48 (5), 1262 - A.
- Boshoff, H. C. (1991). Perceptions of service quality in three selected service industries . Dissertation Abstracts International, 52 (4), 1437 - A.
- Brensinger, R. P. (1994). An empirical investigation into consumer perceptions of combined product and service quality: The automobile. Dissertation Abstracts International, 54 (12), 4514 - A.
- Brown, S. W. & Swartz, T. A. (1989). A gap analysis of professional service quality. Journal of Marketing, 53, 92 - 98.

- Cardoso, R. N. (1965). An experiment study of consumer effort, expectation, and satisfaction. Journal of Marketing Research, 2, 244 - 9.
- Cateora, P. R. (1993). International Marketing (8th ed.). Homewood - IL: Richard D. Irwin.
- Chen, C. (1994). Minnesota extension service employees' and clientele's perception and expectations of service quality measured by the SERVQUAL assessment system. Dissertation Abstracts International, 54 (12), 4418 - A.
- Clow, K. E. (1993). Conceptual and empirical identification of the variables impacting the expectations consumers have of a service encounter. Dissertation Abstracts International, 53 (8), 2896 - A.
- Corrigan, P. W. (1990). Consumer satisfaction with institutional and community care. Community Mental Health Journal, 26, 151 - 165.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality : A reexamination and extension. Journal of Marketing, 56, 55 - 68.
- Czepiel, J. A., Solomon, M. R., Surprenant, C.F., & Gutman, E. G. (1985). Service encounters: An overview. In J. A. Czepiel, M. R. Solomon, & C. F. Surprenant (Eds.), The Service encounter: Managing employee/ customer interaction in service businesses. Lexington, MA: Lexington Books.
- Darley, W. K. & Smith, R. E. (1995). Gender differences in information processing strategies: An empirical test of the selectivity model in advertising response. Psychological Abstracts, 82, 35256 - 35264.

- Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1995). Consumer Behavior: International Edition (8th ed.). Fortworth Texas: Dryden Press.
- Ford, A. M. (1991). A test of the generalizability of the SERVQUAL scale for assessing consumer expectations of service quality. Dissertation Abstracts International, 52 (1), 229 - A.
- Fred van Raaij, W. (1991). The formation and use of expectations in consumer decision making. in Robertson, T. S. & Kassarian, H. H. (Eds). Handbook of Consumer Behavior. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Goff, B. G. (1989). Shopping motives for mortgage financing: A regional and cross sectional study of the psychological costs, benefits and motivation in shopping for a financial service. Dissertation Abstracts International, 49 (7), 1888 - A.
- Good, D. J. (1989). An empirical investigation of involvement and usage of services and how demographics and social class moderate these relationships. Dissertation Abstracts International, 49 (10), 3091 - A.
- Hartshorn, C. S. (1992). Service quality as perceived by public, private, and voluntary sector managers of the leisure fitness industry. Dissertation Abstracts International, 52 (7), 2701 - A.
- Hogan, J., Hogan, R., & Busch, C. M. (1984). How to measure service orientation. Journal of Applied Psychology, 69 (1), 167 - 173.
- Holcomb, W. R., Adams, N. A., Ponder, H. M., & Reitz, R. (1989). The development and construct validation of a consumer satisfaction questionnaire for psychiatric inpatients. Evaluation and Program Planning, 12, 189 - 194.

- Howard, J. A. (1989). Consumer Behavior in Marketing Strategies. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- John, J. (1988). Consumer/ patient perception of the quality of health care service delivery. Dissertation Abstracts International, 48 (10), 2679 - A.
- Jones, S. I. (1993). Consumers' perceptions of sacrifice, service quality, and value in the health care industry, Dissertation Abstracts International, 54 (11), 4180 - A.
- Kassarjian, H. H. & Robertson, T. S. (1991). Perspectives in Consumer Behavior. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Keaveney, S. M. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. Journal of Marketing, 59, 71 - 82.
- Kotler, P. (1991) Marketing: An Introduction (2nd ed.). Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Ladki, S. M. (1994). Consumer involvement in ethnic restaurants: A measure of satisfaction/ dissatisfaction. Dissertation Abstracts International, 55 (1), 115 - A.
- Lewis, R. C. & Booms, B. H. (1983). "The marketing aspects of service quality," in Emerging Perspectives on Service Marketing, L. Berry, G. Shostack, and G. Upah (eds.), Chicago: American Marketing, 99 - 107.
- Lovelock, C. H. (1984). Service Marketing. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Lovelock, C. H. (1992). Managing Services. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.

- McMahon, P. S. (1993). Quality attributes used by customers, managers and service providers in university foodservice. Dissertation Abstracts International, 53 (10), 3601 - A.
- Myers, T. A. (1990). An analysis of perceived customer contact service quality in the public sector. Dissertation Abstracts International, 51 (4), 1385 - A.
- Oliva, T. A., Oliver, R. L., & MacMillan, J. C. (1992). A catastrophe model for developing service satisfaction strategies. Journal of Marketing, 56, 83 - 95.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17, 460 - 9.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E. (1989). Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: A field survey approach. Journal of Marketing, 53 (2), 21 - 35.
- Olson, J. C. & Dover, P. (1979). Disconfirmation of consumer expectations through product trial. Journal of Applied Psychology, 64, 179 - 89.
- Olshavsky, R. W. & Miller, J. A. (1972). Consumer expectations, product performance, and perceived product quality. Journal of Marketing Research, 9, 19 - 21.
- Ostrom, A., & Iacobucci, D. (1995). Consumer trade - offs and the evaluation of services. Journal of Marketing, 59, 17 - 28.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. Sloan Management Review, 32 (3), 39 - 48.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49, 41 - 50.
- Parasuraman A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A multiple - Item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64, 12 - 40.
- Pate, W. L. (1991). Modeling consumer satisfaction, determinants of satisfaction, and postpurchase actions among consumers of undergraduate higher education. Dissertation Abstracts International, 52 (1), 46 - A.
- Peach, E. B. (1993). Service quality as the basis for professional service firm differentiation: The service quality - organizational performance linkage. Dissertation Abstracts International, 53 (8), 2892 - A.
- Phillips, P. L. (1993). Quality enhancement through goal setting: Examining the effects of goal attributs and feedback on performance. Dissertation Abstracts International, 53 (8), 2892 - A.
- Pride, W. M. & Ferrell, O. C. (1989). Marketing (6th ed.). Boston: Houghton Mifflin Co.
- Reeves, C. R. (1989). Strategies implementation in small service firms: An examination of quality strategies in the restaurant industry. Dissertation Abstracts International, 50 (5), 1369 - A.
- Robertson, T. S. & Kassarian, H. H. (1991). Handbook of Consumer Behavior. Englewood Cliff, NJ : Prentice Hall.

- Ross, L. E. (1992). The impact of role stress on the sales performance of professional service providers. Dissertation Abstracts International, 52 (7), 2637 - A.
- Rosse, J. G., Miller, H. E., & Barnes, L. K. (1991). Combining personality and cognitive ability predictors for hiring service - oriented employees. Psychological Abstracts, 79, 2215.
- Rust, R. T., Zahorick, J., & Keiningham. (1995). Return on quality (ROQ): Making service quality financially accountable. Journal of Marketing, 59, 58 - 70.
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1993). Service quality: New directions in theory and practice. Sage Publication, Inc.
- Samenfink, W. H. (1993). Identifying employee service potential through the use of the self - monitoring scale. Dissertation Abstracts International, 53 (8), 2874 - A.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. (1992). Consumer Behavior (4th ed.). Englewood Cliff, NJ : Prentice Hall.
- Schmitt, M. J., & Allscheid, S. P. (1995). Employee attitudes and customer satisfaction: Making Theoretical and empirical connections. Journal of Personnel Psychology, 48, 521 - 536.
- Schneider, B., & Bowen, D. E. (1985). Employee and customer perceptions of service in banks: Replication and extension. Journal of Applied Psychology, 70, 423 - 433.
- Slama, M. E., & Tashchian, A. (1985). Selected socioeconomic and demographic characteristics associated with purchasing involvement. Journal of Marketing, 49, 72 - 82.

- Solomon, M. R., Surprenant, C., Czepiel, J. A. & Gutman, E. G. (1985). A role theory perspective on dyadic interactions. Journal of Marketing, 49, 99 - 111.
- Spreng, R. A. (1993). A comprehensive model of the consumer satisfaction formation process. Dissertation Abstracts International, 53 (7), 2461 - A.
- Szpekman, A. H. (1992). Quality service sets you apart. HR Magazine, September.
- Taylor, S. A. & Baker, T. L. (1995). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. Psychological Abstracts, 82 (5), 2415.
- Taylor, S. (1995). The effects of filled waiting time and service provider control over the delay on evaluations of service. Psychological Abstracts, 82 (5), 2905.
- Taylor, S. F. (1990). Waiting for service: Consumer views of the aversiveness and duration of waiting, and resulting impact on specific and global service evaluations. Dissertation Abstracts International, 52 (10), 3665 -A.
- Taylor, S., & Claxton, J. D. (1995). Delays and the dynamics of service evaluations. Psychological Abstracts, 82 (5), 2905.
- Teas, R. K. (1993). Expectations, performance evaluation, and consumers' perceptions of quality. Journal of Marketing, 57, 18 - 34.
- Tolman, E. C. (1932). Purposive behavior in animals and men. New York: Appleton - Century - Crofts.

- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of Consumer Satisfaction Formation: An extension. Journal of Marketing Research, 25, 204 - 12.
- Turley, L. W. (1990). Strategies for reducing perceptions of quality risk in services. The Journal of Services Marketing, 4 (3), 5 - 11.
- Ware, J. E., & Davies, A. R. (1983). Behavioral of cosumer dissatisfaction with medical care. Evaluation and Program Planning, 6, 291 - 297.
- Walker, D. (1990). Customer First. Vermont: Gower Publishing Company.
- Wunder, G. C. (1987). Measurement of consumer satisfaction/ dissatisfaction in a for - profit health maintenance organization setting. Dissertation Abstracts International, 48 (5), 1265 - A.
- Yoon, E., Guffey, H. J., & Kijewski, V. (1994). The effects of information and company reputation on intentions to buy a business service. Psychological Abstracts, 81 (1), 456.
- York, R. P. (1994). The impact of quality, satisfaction, and value on service patronage: A comprehensive approach using structural equation modeling. Dissertation Abstracts International, 54 (12), 4521 - A.
- Zeithaml, V. A. (1981). How consumer evaluation processes differ between goods and services. in Robertson, T. S. & Kassarian, H. H. (Eds). Handbook of Consumer Behavior. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Zeithaml, V. A. (1985). The new demographics and market fragmentation. Journal of Marketing, 49, 64 - 75.

- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value : A means - end model and synthesis of evidence. Journal of Marketing, 52, 2 - 22.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. Journal of Marketing, 52, 35 - 48.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problem and strategies in service marketing. Journal of Marketing, 49, 33 - 46.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1990). Delivering service quality. New York : Free Press.
- Zikmund, W. G. (1994). Exploring Marketing Research (5th ed.). Fortworth, Texas : Dryden Press.