**บรรณานุกรม**

ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2549). แนวคิด ทฤษฎีและหลักการรัฐประศาสนศาสตร์ในการตรวจสอบถ่วงดุล. ประมวลสาระชุดวิชา แนวคิด ทฤษฎีและหลักการรัฐประศาสนศาสตร์ หน่วยที่ 7. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.

ปัทมวรรณ เกื้อโกมลเดช. (2554). การศึกษาส่วนประสมการค้าปลีกของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประวร ไชยอ้าย. (2556). คุณภาพการให้บริการของฝ่ายตรวจสภาพรถ สำนักงานขนส่งจังหวัดชลบุรี. [รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต](http://202.28.199.106/tdc/basic.php?query=%C3%D1%B0%BB%C3%D0%C8%D2%CA%B9%C8%D2%CA%B5%C3%C1%CB%D2%BA%D1%B3%B1%D4%B5&field=1016&option=showresult&institute_code=0&doc_type=0). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยบูรพา

**ภูดินันท์ อดิทิพยางกูร. (2555).** การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ.  มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช. ภ. อดิทิพยางกูร. กรุงเทพฯ.

วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ (Quality in Service). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอล บุ๊คส์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2547). คู่มือคำอธิบายและแนวทางการปฏิบัติตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ

Baron, R.A., and Berg, R.G. (1995) . Behavior in Organization. New Jersey: Prentice-Hall

Berthon, P.R., Pitt, L.F., Ewing, M.T., and Carr, C. (2002) Potential Research Space In MIS: A Framework For Replication, Extension And Generation, Information Systems Research, 13, 4 (December): 416-427

Bitner, M. J. (1995). “Building service relationships: It’s all about promises.” Journal of the Academy of Marketing Science 23: 246-251.

Buzzell, Robert D., and Bradley, T. Gale. (1987). The PIMS Principles. New York: The Free Press

Buzzell, Robert D., Bradley, T. Gale, and Ralph, G. M. Sultan. (1975). “Market Share-A Key to Profitability.” Harvard Business Review 53 (January-February), 97-106.

Carr, C. L. (2002). “Measuring information system service quality: SERVQUAL from the other side.: MIS Quarterly 26 (2): 145-166.

Crosby, P. B. (1979). Quality is Free. New York: McGraw-Hill Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1992). “Measuring Service Quality : A Re-examination and Extension.” Journal of Marketing 56(7), pp. 55-68.

Dickens, Paul. (1994). Quality and Excellence in Human Service. New York: John, Willey& Sons

Goodhardt, Gerald J., Andrew S.C. Ehengberg, and Christopher, Chatfield. (1984). “The Dirichlet : A Comprehensive Model of Buying Behaviour.” Journal of Royal Statistics Society 147 (part 5), 621-655.

Gronroos. C. (1990). “Relationship Approach to Marketing in Service Contexts : The Marketing and Organizational Behavior Interface.” Journal of Business Research 20 (1), pp. 3-17.

Gronroos. C. (1992). Strategic Management and Marketing in the Public Sector. Finland: Swedish School of Economics and Business Management

Gundlach, James, and Nelson P. Reid. (1983). “A Scale for Measurement of Consumer Satisfaction with Social Service.” Journal of Social Service Research 7 (Fall), pp. 37-54

Hutchins, D. (1985). Achieve Total Quality. UK : Fitzwilliam Publishing.

Johnson, R. and D. Lyth. (1991). Implementing the Integration of Customer Expectations and Operational capability. Massachusetts : Lexington book.

Johnston, R. (1995). “Service failure and recovery: Impact, attributes, and process. Advances in Services.” Marketing and Management 4: 211-218.

Juran, J.M. and F. M. Gryna. (1988). Juran’s Quality Control Handbook. 4th ed. New York : McGraw Hill.

Khantanapha, Napaporn (2000). An Empirical Study of Service Quality in Part-time MBA Program in Private and Public Universities in Thailand. Dissertation submitted to the Degree of Doctor of Business Administration, Wayne Huizenga Graduate School of Business and Entrepreneurship, Nova Southeastern University

Koehler, J.W. and J. M. Pankowski. (1996). Quality Government : Designing, Developing and Implementing TQM. N.J. : St. Lucie Press.

Kotler, P. (2000). Marketing Management. The Millennium ed. New Jersey : Prentice-Hall

Kotler, P., and Anderson, A. R. (1987). Strategic Marketing for Nonprofit Organizations. New Jersey : Prentice-Hall

Kraus, Stephen J. (1995). “Attitude and the Prediction of Behaviour : A Meta Analysis of the Empirical Literature.” Personality and Social Psychology Bulletin 21 (No.1, January), 58-75.

Holzemer, W. L., and Reilly, C. A. (1995). “Variable, Variability, Variation Research: Implications for Medical Informatics.” Journal of Medical Informatics Association 2, 183-190.

Lovelock, C. H. (1996). Service Marketing. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall Online[URL]http://www.opdc.go.th/special.php?spc\_id=1&content\_id=160

Oliver, Pamela E. (1993). "Formal Models of Collective Action." Annual Review of Sociology 19:271-300.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988) “SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality.” Journal of Retailing 64 (1) : 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1991). “Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale.” Journal of Retailing 67: 420-450

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1994). “Reassessment of Expectation of Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implication for Further Research.” Journal of Marketing 58 (January), pp. 111-124.

Schmenner, Roger W. (1995). Service operations management. Englewood Cliifs, NJ Prentice-Hall

Sharp, Byron, Page, Narelle, and Dawes, John. (2000). “A New Approach to Customer Satisfaction, Service Quality and Relationship Quality Research.” in Visionary Marketing for the 21st Century : Facing the Challenge. ANZMAC 2000 Marketing Science Center, University of South Australia.

Wisher, J.D. and Corney, W.J., (2001) “Comparing practices for capturing bank customer feed back – Internet versus traditional banking.” Benchmarking : An International Journal 8(3): 240-250.

Zeithaml, V. A., and Bitner , M. J. (2000). Services Marketing: Customer Focus Across the Firm. 2nd ed. Boston, Massachusetts: McGraw-Hill

Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry. (1985). “Problem and Strategic in Services Marketing.” Journal of Marketing 49 (2), pp. 33-46

Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry.(1990). Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions. New York : The Free Press.

Zineldin, M. (1996). “Bank Strategy Portioning and Some Determinants of Bank Selection.” International Journal of Bank Marketing 14 (6), pp. 12-22.

**กมลรัตน์ สัตยาพิมล. (2552).**พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตแพลทินัมในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

**นฤมล อดิเรกโชติกุล. (2548).** พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

บุญเกื้อ ไชยสุริยา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

จิตติยา ศรีฤทธิประดิษฐ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศในเขตจังหวัดอุบลราชธานีของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์.**(รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, คณะวิทยาการจัดการ,สาขาวิชาการประกอบการ.

ณิชานันท์ ลีลาอัมพรสิน. (2557). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยสารสายการบินเส้นทางกรุงเทพฯ-โตเกียว.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด.

ณัฐชัย วงศ์ศุภลักษณ. (2554). **ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันในองค์กรของพนักงานเขตการเดินรถที่ 1 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ.** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

**อภิญญา นาวายุทธ. (2556).** **พฤติกรรมผู้บริโภคที่มาใช้บริการศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพเชียงใหม่.** ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

**กมลภพ ทิพย์ปาละ. (2555). กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล.** บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริการธุรกิจการตลาด.

**ชีวรรณ เจริญสุข. (2547).** **กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม (โชวห่วย).** บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยศรีปทุม. บริหารธุรกิจ การตลาด.

**ธวัลวรัตน์ อินทนันชัย. (2552). การโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังและการบริโภคมายาคติของผู้ขับรถรับจ้างสี่ล้อในจังหวัดเชียงใหม่.**บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ศิลปศาตร์มหาบัณฑิต การสื่อสารการศึกษา.

จรัญชัย กรเกตุมหาชัย. (2555).**ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการฝึกอบรมของบริษัทแบงค์คอก ควอลิตี้ เซอร์วิส จำกัด**. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วุฒิชาติ กัลยาณมิตร. (2559). ปีแห่งการพัฒนาการรถไฟฯ เพื่อคุณภาพที่ดีของคนรถไฟ. **ณการรถไฟ (In Train).** 2 (มกราคม) หน้า 2-5.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม. (2559). **สถิติคมนาคม***.* กรุงเทพ: การรถไฟแห่งประเทศไทย และ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย.

Bitner, M.J. (1995). **Building service relationships: It’s all about promises**. Journal of

the Academy of Marketing Science**.** 23: 246-251.

Christopher, H.L., Vandermerwe, S.,& Lewis, B. (1996). **Services marketing: A**

**European perspective**. London: Prentice Hall Europe.

Cordupleski, Rust; &Zahoril. (1993). **Customer satisfaction, customer retention, and market share**. Journal of Retailing. 69: 193-215.

ศิลปะชัย ขำมีศักดิ์, วัฒนา ธรรมมงคล และธำรง เปรมปรีดิ์. 2526. “วิวัฒนาการของรถไฟไทยในรอบ 200 ปี แห่งกรุงรัตนโกสินทร์”. กรุงเทพ ฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.