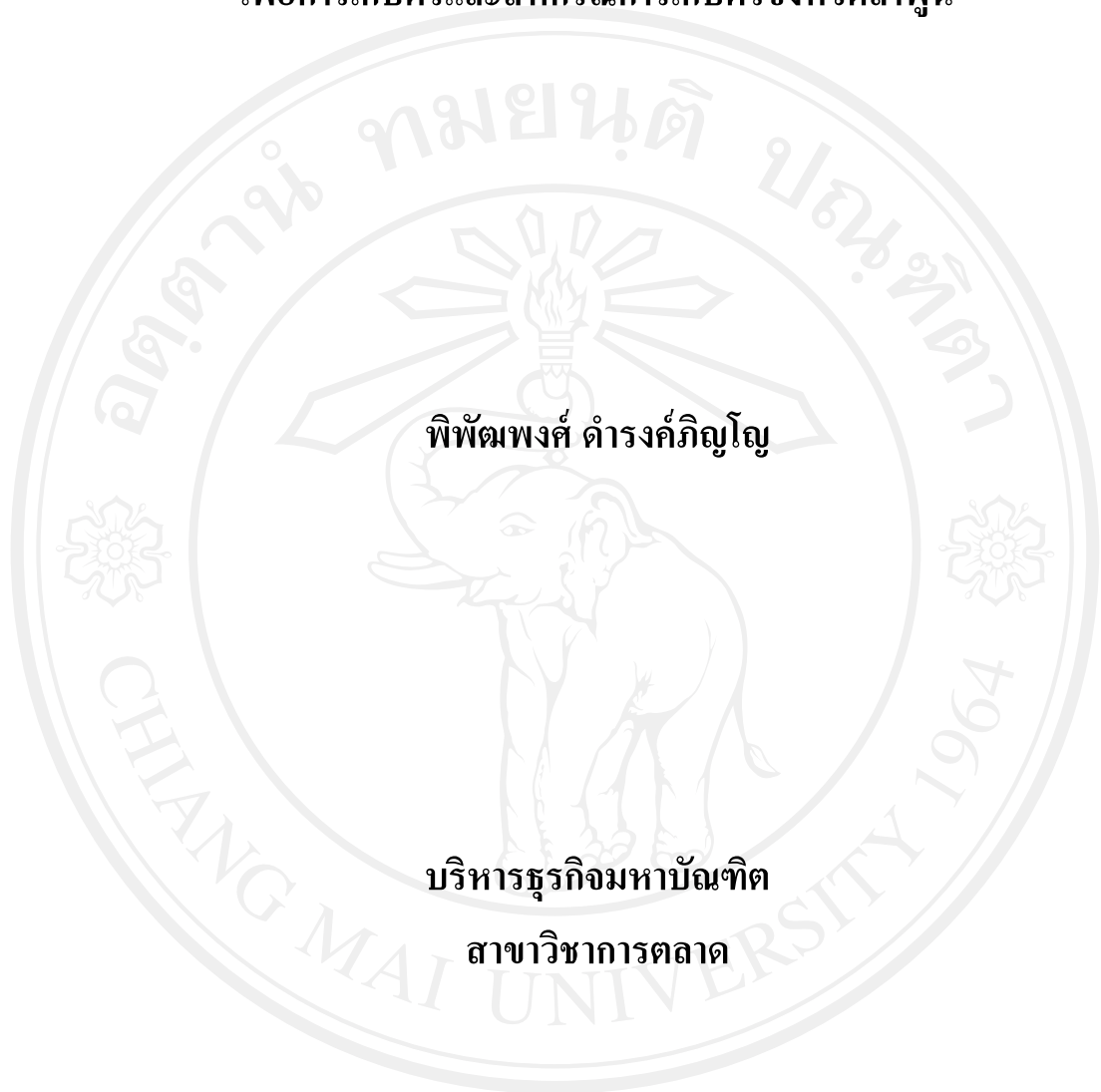


ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อแบรนด์องค์กรของพนักงานธนาคาร  
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดลำพูน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
สิงหาคม 2555

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อแบรนด์องค์กรของพนักงานธนาคาร  
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดลำพูน

พิพัฒพงศ์ ดำรงค์ภิญโญ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
สิงหาคม 2555

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อแบรนด์องค์กรของพนักงานธนาคาร  
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดลำพูน

พิพัฒพงศ์ ดำรงเกียรติโย

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ



ประธานกรรมการ



รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์

อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์



กรรมการ

อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์



ดร.คันสนา สิริตาม

22 สิงหาคม 2555

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขจนการค้นคว้าแบบอิสระเสร็จสมบูรณ์ นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ รศ. อรชร มณีสงฆ์ และ อาจารย์ ดร. ศันสนา ลีริตาม ที่ได้ให้คำชี้แนะข้อบกพร่อง ให้คำแนะนำและตรวจทานความถูกต้อง เพื่อให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์ถูกต้องยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ขอบคุณเจ้าหน้าที่ประสานงาน ที่คอยช่วยเหลือในการประสานงาน สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้จะมีประโยชน์สำหรับหน่วยงาน และองค์กรที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจที่จะศึกษารายละเอียดปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อแบรนด์ องค์กรของพนักงานต่อไป

พิพัฒพงศ์ คำรงค์กัญญา โณ