

บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจ. 2550. “ประเทศไทยท่ามกลางวิกฤติ Sub-Prime”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา :

<http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2007q3/2007august17p3.htm>

กฤษฎา รัตนพฤษย์. 2549. การตลาดบริการ. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กรรณิการ์ ศรีพรหม. 2548. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อประกันชีวิตของประชาชนในเขตกิ่งอำเภอคอยหลวง จังหวัดเชียงราย”. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหามบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

กฤษณี เวชสาร. 2546. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชลธิชา ไชยทิพย์. 2545. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหามบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารไทยพาณิชย์. 2551. “ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา:

<http://www.scb.co.th/th/pnb/pnb_ln_pln.shtml> (1 ตุลาคม 2551).

ธนาคารไทยพาณิชย์. 2551. “บริหารและวัดผล”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา:

<<http://web.scb.co.th/newintra2008/index/index.shtml>> (1 กุมภาพันธ์ 2552).

ประคอง ธรรมสุด. 2538. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไฟแนนซ์แอสเซต. 2551. “ประกันชีวิตผ่านธนาคาร (Bancassurance) ทางเลือกใหม่ของผู้บริโภค”

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.finansasset.com/articles/bancassurance.html>

ศูนย์ข้อมูลธนาคารไทยพาณิชย์, (2552). ข้อมูลธนาคาร. กรุงเทพฯ: ศูนย์ข้อมูลข่าวสารธนาคารไทยพาณิชย์. (เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ไคมอน อิน บิสซิเนส เวิร์ล.

สำนักทะเบียนราษฎร. 2551. “จำนวนประชากรในประเทศไทย ปี 2551”

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา : http://www.dopa.go.th/upstat_m.htm

สุชาติ ธาดาธำรงเวช. 2546. “ความเห็นของคณะกรรมการฯ ต่อเรื่อง โครงการแทรกแซงของกิจการธนาคารพาณิชย์ในช่วงวิกฤตการณ์และนโยบายหาผู้ลงทุนใหม่” ในรายงานการเสนอแนะมาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบการเงินของประเทศเพื่อ

ป้องกันการเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในช่วงวิกฤตการณ์พร้อมทั้งนโยบายหาผู้ลงทุนใหม่. กรุงเทพฯ:

ธनिया สอนวิจารณ์.2550. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อประกันชีวิตของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย”.การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

อิทธิรัตน์ อุตส่าห์.2545. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตในเขตเทศบาลนครขอนแก่น”.การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Kotler , Philip. (2006). **Marketing Management**. 12th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved