

## บรรณานุกรม

- กุลชาติ เวชสาร. 2545. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณา บุญเกิดหาญภักดี. 2552. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักประกันของธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ภาควิชาการคลัง. “การกำหนดอัตราเงินเดือนสำหรับคุณวุฒิที่ ก.พ. รับรอง” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [www.ocsc.go.th](http://www.ocsc.go.th) (21 มีนาคม 2555).
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2546. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ พิมพ์ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- เทวินทร์ บุษผาคำ. 2551. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อบุคคลของลูกค้านายธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิวัฒน์ กาญจนภูมิทร. “5 Cs ตัวชี้วัดเครดิต : ให้กู้หรือไม่ให้กู้” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [www.ncb.co.th](http://www.ncb.co.th) (7 สิงหาคม 2556).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 138-144. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สาธิต ใจ้วสวัสดิ์. 2552. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักประกันของลูกค้านายธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตที่ 14. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2542. การบริหารการตลาดกลยุทธ์ และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Black,K.2011. Applied Business Statistics:Making Better Business Decisions (6<sup>th</sup>ed.). John Wiley and Sons (Asia).