

## บรรณานุกรม

- ณฤทธิ์ เลิศศิ่วเวท. 2547. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย. 2549. รายงานประจำปี 2548. [ซีดี-รอม]. กรุงเทพฯ: ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย.
- \_\_\_\_\_. 2549. รายงานจำนวนลูกค้าสำนักงานใหญ่และสาขาทั่วประเทศ เมื่อเริ่มเปิดดำเนินการในปลายปี 2546- 30 เมษายน 2549. กรุงเทพฯ: ฝ่ายปฏิบัติการสินเชื่อ.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. 2547. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอช.เอ็น. กรู๊ป.
- บุญชัย มโนจรีห์กุล. 2547. การรับรู้และความสนใจที่จะใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้จัดการยุคใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บรม สีสวานิช. 2547. ทักษะคติของชาวไทยมุสลิมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการรับฝากเงินของธนาคาร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิจิต สุรพงษ์ชัย. ผลจากการเปลี่ยนแปลง. วารสารร่วมโพธิ์. 12, 36 (กุมภาพันธ์): 1.
- สุริยา ขาวโชติช่วง. 2547. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- MuslimThai CyberNet for the Sake of ALLAH. 2546 “ธนาคารระบบอิสลาม”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.muslimthai.com/islam/modules.php? Name=News&file=article&sid=3> (1 กรกฎาคม 2546).