



ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย  
สำนักงานใหญ่

Customer satisfaction with service quality of Islamic Bank  
of Thailand Head Office.

อับดุลเลาะ เปาะซา และอนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว

Abdullah Poza and Anirut Phongphaew

สถาบันรัชต์ภาคย์

Rajapark Institute

Email: [nantangjai@gmail.com](mailto:nantangjai@gmail.com)

Received November 30, 2018 & Revise December 15, 2018 & Accepted December 31, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะของลูกค้า 2) ปัจจัยสนับสนุน ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ จำนวน 384 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดในทุกด้าน ในส่วนของปัจจัยสนับสนุนก็มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ผลการศึกษายังพบว่าลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีเพศ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ไม่แตกต่างกัน ในการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่าปัจจัยสนับสนุน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับด้านช่องทางทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ลูกค้า, คุณภาพการให้บริการ, ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

Abstract

Three-Science Journal, No.2, Issue 2, July-December 2016



The objectives of this research were to study 1) personal factors of clients using services at Islamic Bank of Thailand( IBANK), head office 2) supporting factors 3) their satisfaction on the quality of services provided by IBANK, head office 4) compare their satisfaction on the quality of services based upon their personal factors 5) the relationship between supporting factors (policy on interest-free transactions based on mutual profit or loss, Islamic way of banking) with their satisfaction on the quality of IBANK's services. Samples included 384 IBANK-head office's clients. Questionnaire was used as a tool to collect the data. Statistics used in this study included both descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation)

Outcome of the research revealed that the mean scores on customers' satisfaction towards the quality of services provided by IBANK-head office were highest on a given rating scale in every aspect. The mean scores on supporting factors were also highest in every aspect. The study also indicated that customers with different age, education did differ in their satisfaction on the bank services while customers with different sexes, monthly income did not differ in their satisfaction on the bank's services. Study of relationship showed that supporting factors were positively correlated to satisfaction on the quality of services, although the relationship was poor. On the other hand, supporting factors were correlated to Islamic way of banking and the relationship was moderate.

**Keywords:** Satisfaction, Customer, Service Quality, Islamic Bank of Thailand

## บทนำ

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเริ่มต้นในนาม “บุคคัลย” (Book Club) เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2447 ก่อตั้งขึ้นโดย พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหมื่นมหิศราชหฤทัย ซึ่งขณะนั้นทรงเชื่อว่า สยามประเทศมีความจำเป็นต้องมีระบบการเงินธนาคารเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจการเงินของประเทศ หลังจากการขยายตัวทางธุรกิจ “บุคคัลย” พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าพระราชทานอำนาจพิเศษให้จัดตั้ง “บริษัทสยามกัมมาจล ทุนจำกัฏ” เพื่อประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ได้อย่างเป็นทางการ ตั้งแต่วันที่ 30 มกราคม 2449 เป็นต้นมา (วชิราภรณ์ จันทรสุวรรณ 2555)

ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (Islamic Bank of Thailand) เป็นธนาคารที่ดำเนินธุรกรรมโดยปราศจากดอกเบี้ย แต่อยู่บนหลักการ กำไร-ขาดทุนร่วมกัน และดำเนินธุรกิจตาม พ.ร.บ.ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 โดยมีคณะที่ปรึกษาด้านศาสนาให้คำแนะนำ ตรวจสอบ เพื่อให้ธนาคารดำเนินงานถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ปัจจุบันธนาคารมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง เลขทะเบียนนิติบุคคล 0105558026170



แนวคิดในการจัดตั้งธนาคารอิสลามได้ริเริ่มขึ้นจากความต้องการของชาวมุสลิมโดยเฉพาะในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่เป็นชาวมุสลิมที่ดำเนินชีวิตตามหลักการอิสลาม โดยในปี พ.ศ. 2541 รัฐบาลจึงผลักดันให้ธนาคารอิสลามเกิดขึ้นในรูปแบบ ต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการสำหรับชาวไทยมุสลิมให้มีช่องทางทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักการอิสลาม แต่ด้วยความตั้งใจของรัฐบาลที่จะให้ธนาคารอิสลามถูกจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นเอกเทศและถูกต้องตามกฎหมาย จึงได้มอบหมายให้กระทรวงการคลัง จัดเตรียมพระราชบัญญัติธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยนำเสนอสภาผู้แทนราษฎร พิจารณาผ่านออกมาเป็นกฎหมายและสำเร็จในเดือนตุลาคมพ.ศ. 2545

“ธนาคารอิสลาม” จัดตั้งตามพระราชบัญญัติธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000 ล้านบาท เริ่มเปิดดำเนินกิจการครั้งแรกเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2546 โดยมีสำนักงานใหญ่และสาขาแห่งแรกอยู่ที่คลองตัน จากนั้นก็เริ่มทยอยเปิดสาขาในกรุงเทพฯ และพื้นที่ภาคใต้ จนกระทั่งสิ้นปี พ.ศ.2548 ธนาคารอิสลามมีสาขารวมทั้งสิ้น 9 สาขา

การดำเนินธุรกิจของธนาคารอิสลามขยายอย่างต่อเนื่อง ต่อมาธนาคารได้ดำเนินการตามนโยบายการควบรวมกิจการของกระทรวงการคลัง โดยการซื้อกิจการบริการทางการเงินตามหลักชะรีอะฮ์ของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) และได้มีพิธีลงนามสัญญาโอนกิจการบริการทางการเงินตามหลักชะรีอะฮ์ของธนาคารกรุงไทย ในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2548 ส่งผลให้ธนาคารอิสลามมีสาขาเพิ่มขึ้นอีก 18 สาขา เป็น 27 สาขา และเพื่อรองรับปริมาณธุรกิจที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ ธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากคลองตัน มาที่อาคาร คิวเฮาส์ โอโศก ในเดือนสิงหาคม 2549

จากความมุ่งหวังของชาวไทยมุสลิม ในระยะแรกของการดำเนินการของธนาคารอิสลาม ที่มุ่งเน้นลูกค้าเป้าหมายชาวไทยมุสลิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ภาคใต้ แต่ธนาคารตระหนักเสมอว่าบริการตามแนวทางอิสลาม สามารถสนองต่อความต้องการของประชาชนทั่วไปได้โดยไม่จำกัดให้อยู่เพียงในระบบธนาคารกระแสหลัก ซึ่งอิงกับระบบดอกเบี้ย ธนาคารจึงมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ปรับปรุงภาพลักษณ์ให้ทันสมัย และให้บริการโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ภายใต้หลักคุณธรรมที่ใสใจ ห่วงใยทุกกลุ่มสังคม เคร่งครัดในหลักศาสนาอิสลาม ยึดมั่นในสัญญาที่ตกลงและบริหารงานด้วยความโปร่งใส ด้วยเหตุนี้ธนาคารอิสลาม จึงเป็นธนาคารที่แตกต่างและทางเลือกใหม่ให้กับทุกคน ไม่จำกัดเชื้อชาติและศาสนา และในเดือนตุลาคม 2550 กระทรวงการคลังได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของธนาคาร ทำให้ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา โดยปัจจุบันธนาคารมี 108 สาขา ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ (ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย, 2558)

จากการให้บริการทางการเงินตามหลักชะรีอะฮ์ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการ และได้ข้อมูลสำหรับผู้บริหารธนาคารเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของลูกค้า ปัจจัยสนับสนุนและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะของลูกค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

## การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

### บริบทของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (Islamic Bank of Thailand) เป็นธนาคารที่ดำเนินธุรกรรมโดยปราศจากดอกเบี้ย แต่อยู่บนหลักการ กำไร-ขาดทุนร่วมกัน และดำเนินธุรกิจตาม พ.ร.บ.ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 โดยมีคณะที่ปรึกษาด้านศาสนาให้คำแนะนำ ตรวจสอบ เพื่อให้ธนาคารดำเนินงานถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ปัจจุบันธนาคารมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง เลขทะเบียนนิติบุคคล 0105558026170

แนวคิดในการจัดตั้งธนาคารอิสลามได้ริเริ่มขึ้นจากความต้องการของชาวมุสลิมโดยเฉพาะในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในพื้นที่เป็นชาวมุสลิมที่ดำเนินชีวิตตามหลักการอิสลาม โดยในปี พ.ศ. 2541 รัฐบาลจึงผลักดันให้ธนาคารอิสลามเกิดขึ้นในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองความต้องการสำหรับชาวไทยมุสลิมให้มีช่องทางทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักการอิสลาม แต่ด้วยความตั้งใจของรัฐบาลที่จะให้ธนาคารอิสลามถูกจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นเอกเทศและถูกต้องตามกฎหมาย จึงได้มอบหมายให้กระทรวงการคลัง จัดเตรียมพระราชบัญญัติธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยนำเสนอสภาผู้แทนราษฎร พิจารณาผ่านออกมาเป็นกฎหมายและสำเร็จในเดือนตุลาคมพ.ศ. 2545

“ธนาคารอิสลาม” จัดตั้งตามพระราชบัญญัติธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2545 ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ด้วยทุนจดทะเบียน 1,000 ล้านบาท เริ่มเปิดดำเนินกิจการครั้งแรกเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2546 โดยมีสำนักงานใหญ่และสาขาแห่งแรกอยู่ที่คลองตัน จากนั้นก็เริ่มทยอยเปิดสาขาในกรุงเทพฯ และพื้นที่ภาคใต้ จนกระทั่งสิ้นปี พ.ศ. 2548 ธนาคารอิสลามมีสาขารวมทั้งสิ้น 9 สาขา

การดำเนินธุรกิจของธนาคารอิสลามขยายอย่างต่อเนื่อง ต่อมาธนาคารได้ดำเนินการตามนโยบายการควบรวมกิจการของกระทรวงการคลัง โดยการซื้อกิจการบริการทางการเงินตามหลักชะรีอะฮ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และได้มีพิธีลงนามสัญญาโอนกิจการบริการทางการเงินตามหลักชะรีอะฮ์ของธนาคารกรุงไทย ในวันที่ 9 พฤศจิกายน 2548 ส่งผลให้ธนาคารอิสลามมีสาขาเพิ่มขึ้นอีก 18 สาขา เป็น 27 สาขา และเพื่อรองรับปริมาณธุรกิจที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ ธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากคลองตัน มาที่อาคาร คิวเฮ้าส์ โอโศก ในเดือนสิงหาคม 2549

จากความมุ่งหวังของชาวไทยมุสลิม ในระยะแรกของการดำเนินการของธนาคารอิสลาม ที่มุ่งเน้นลูกค้าเป้าหมายชาวไทยมุสลิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ภาคใต้ แต่ธนาคารตระหนักเสมอว่าบริการตาม



แนวทางอิสลาม สามารถสนองต่อความต้องการของประชาชนทั่วไปได้โดยไม่จำกัดให้อยู่เพียงในระบบธนาคารกระแสหลัก ซึ่งอิงกับระบบดอกเบี้ย ธนาคารจึงมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ปรับปรุงภาพลักษณ์ให้ทันสมัย และให้บริการโดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้า ภายใต้หลักคุณธรรมที่ใสใจ ห่วงใยทุกกลุ่มสังคม เคร่งครัดในหลักศาสนาอิสลาม ยึดมั่นในสัญญาที่ตกลงและบริหารงานด้วยความโปร่งใส ด้วยเหตุนี้ธนาคารอิสลาม จึงเป็นธนาคารที่แตกต่างและทางเลือกใหม่ให้กับทุกคน ไม่จำกัดเชื้อชาติและศาสนา และในเดือนตุลาคม 2550 กระทรวงการคลังได้เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของธนาคาร ทำให้ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา โดยปัจจุบันธนาคารมี 108 สาขา ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

### ประวัติความเป็นมา

พ.ศ. 2537 -ปัจจุบัน เลขทะเบียนนิติบุคคล 0105558026170 รัฐบาลลงนามโครงการพัฒนาสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ ระหว่างไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย พ.ศ. 2540 รัฐบาลเชิญชวนธนาคารต่างๆ ให้เปิดธนาคารแบบอิสลาม ธนาคารศรีนคร เปิดบริการธนาคารตามหลักศาสนาอิสลาม และปิดตัวลงเนื่องจากวิกฤติทางการเงิน

พ.ศ. 2541 ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ เปิดบริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม โดยเน้นเปิดในชุมชนที่มีชาวมุสลิมอยู่หนาแน่น เช่น จังหวัดชายแดนภาคใต้ และที่เขตหนองจอก กรุงเทพฯ เป็นต้น โดยเปิดเป็นแผนกหนึ่งในสาขาของธนาคาร

พ.ศ. 2545 12 กรกฎาคม 2545 ธนาคารกรุงไทย เปิดบริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม เต็มรูปแบบสาขาแรก ที่ถนนวิจิตรไชยบูลย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยเปิดเป็นสาขาแยกการบริหาร สำนักงานสาขาเป็นเอกเทศ และเปิดเคาน์เตอร์แยกในสาขาปกติที่ธนาคารกรุงไทยสาขาค้นหาญมัส สาขาตากใบ และสาขาสุโขทัย 25 กันยายน 2545 พ.ร.บ.ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ได้รับการอนุมัติจากสภาผู้แทนราษฎร

พ.ศ. 2546 12 มิถุนายน 2546 ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย เปิดสาขาแรก ที่อาคารยูเอ็ม ทาวเวอร์ ถนนรามคำแหง 18 สิงหาคม 2546 ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ได้เปิดทำการอย่างเป็นทางการ และจัดพิธีเปิดที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค 15 ธันวาคม 2546 ธนาคารกรุงไทย ได้เปิดสำนักงานใหญ่ บริการทางการเงินตามหลัก ชาริอะฮ์ (ธนาคารกรุงไทย ชาริอะฮ์) ที่อาคารธัญญา ถนนพัฒนาการ

พ.ศ. 2548 9 พฤศจิกายน 2548 ธนาคารกรุงไทย ได้โอนบริการทางการเงินตามหลักชาริอะฮ์ (ธนาคารกรุงไทย ชาริอะฮ์) ทั้งหมด รวมทั้งสาขา 18 แห่งทั่วประเทศ ให้กับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ตามนโยบายกระทรวงการคลัง ทำให้ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย มีสาขาเพิ่มขึ้นเป็น 27 สาขาโดยทันที

พ.ศ. 2549 18 สิงหาคม 2549 ธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่มารวมที่ อาคารคิวเฮาส์ โอศก 6 พฤศจิกายน 2549 ธนาคารได้รวมระบบเข้าด้วยกัน โดยใช้ระบบของธนาคารกรุงไทย ชาริอะฮ์ แทนระบบเดิมทั้งหมด ลูกค้าฝั่งธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ต้องเปลี่ยนหมายเลขบัญชีทั้งหมด เปลี่ยนสมุดบัญชีใหม่ บัญชีเงินฝากเพื่อการลงทุน เปลี่ยนจากใบฝากกลายเป็นสมุดเงินฝาก และสามารถฝาก-ถอน ชำระเงินซื้อได้ทุกสาขาทั่วประเทศ



พ.ศ. 2550 9 พฤศจิกายน 2550 ธนาคารได้เพิ่มทุนจาก 1,000 ล้านบาท เป็น 31,230 ล้านบาท โดยมีกระทรวงการคลัง ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงไทย เป็นผู้ถือหุ้นหลัก รวม 98.183% ทำให้ธนาคารกลายเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง โดยอัตโนมัติ

พ.ศ. 2552 5 มีนาคม 2552 ธนาคารเปิดตัวภาพลักษณ์ สัญลักษณ์ เครื่องแบบพนักงาน ชื่อย่อของธนาคารใหม่ ณ ห้องบอลรูม ร.ร.อินเตอร์คอนติเนนตัล ถนนเพลินจิต กรุงเทพมหานคร

### นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นธนาคารแห่งเดียวในประเทศไทย ที่ดำเนินธุรกิจ โดยนำหลักชะรีอะฮ์อย่างเต็มรูปแบบมาเป็นหลักในการ กำหนดแนวคิด หลักการ และวิธีการดำเนินงานทุกขั้นตอนซึ่งถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม ซึ่งมีหลักคำสอนหลายประการที่ เกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี และมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม ท่านศาสตราจารย์หมัด (ช.ล.) ได้สอนให้นักศึกษาทุกคนใช้ ชีวิตประจำวัน โดยไม่คิดหรือทำสิ่งไม่ดีแก่ใคร นอกจากนั้น เนื่องจาก ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นสถาบันการเงินที่รัฐบาลเป็น ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ จึงมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ภายใต้การกำกับดูแล ของกระทรวงการคลัง ในการจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ธนาคารจึงใช้หลักการและแนวทางการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจ ปี 2552 และหลักธรรมาภิบาลของสถาบันการเงินตามประกาศ ธนาคารแห่งประเทศไทย ประกอบเป็นมาตรฐานในการกำกับดูแล การดำเนินงานของธนาคารเพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความ เป็นธรรม มีความโปร่งใสในการดำเนินงาน สามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน (ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย, 2558)

### แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

การบริการเป็นหัวใจหลักของหน่วยงานที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้ใช้บริการให้เกิดความ พึงพอใจ เพื่อให้มาในสิ่งที่ต้องการไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการให้ประชาชนในประเทศเกิดความพึงพอใจในการบริการหรือภาครัฐที่สามารถตอบสนองลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในการบริการนำสู่ผลประโยชน์ที่ดี ดังนั้น จึงมีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับการ “บริการ” ไว้หลายท่านดังนี้

Kotler (1997) ให้ความหมายของการให้บริการว่า การให้บริการเป็นการแสดงหรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่ง ๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานหนึ่งอันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะอย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์

สุมนา อยู่โพธิ์ (2532 อ้างถึงใน กิตติพัฒน์ อินทนิโลดม, 2544 ) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพึงพอใจ ซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดรวมกันขายบริการ

วัลดา บินชาเว็น (2543) กล่าวว่า การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนเป็นเรื่องของความ พึงพอใจเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่เป็นรูปธรรม ตามแนวคิดทางด้านการบริการ ลักษณะที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจกระทำ หรือปฏิบัติให้ลูกค้าในขอบเขตที่แน่นอนและทำอย่างให้ประสบความสำเร็จ นั่นคือ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

สรูป การบริการ หมายถึง การดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างดียเยี่ยม เป็นเลิศ โดยยึดหลักว่าต้องสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โปร่งใส และเป็นธรรมตรงกับความต้องการของผู้รับบริการให้มากที่สุด ทำให้เกิดความประทับใจหรือความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ





องค์กร

### แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528 อ้างถึงใน สามารถ ยิ่งกำแหง, 2553) ได้ชี้แนะว่า การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพอใจอยากที่จะมาใช้บริการอีก ควรดำเนินการ ดังนี้ พนักงานต้องแต่งกายสะอาดเรียบร้อย ต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่ บริการด้วยความรวดเร็วมีความกระตือรือร้น ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่างๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่างเหมาะสม การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ สถานที่ทำการต้องดูแลให้สะอาด มีการจัดที่พักคอยสำหรับลูกค้า หมั่นออกเยี่ยมลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ สร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อกับลูกค้าชนิดปากต่อปากซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุด การพัฒนาระบบงานโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา ให้คำแนะนำด้านวิชาการและการตลาดแก่ลูกค้า

กุลชน ธนาพงศ์ธร (2530 อ้างถึงใน ทันดร ธนะกุลบริรักษ์, 2552) กล่าวว่า หลักการให้บริการได้แก่

1.หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดการให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด ไม่ใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคล กลุ่มบุคคลโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์บริหารแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินการนั้นๆ ด้วย

2.หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3.หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้ที่ใช้บริการทุกคนอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกันไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะแตกต่างจากบุคคลอื่น ๆ อย่างชัดเจน

4.หลักความประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5.หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

สรุปได้ว่า การให้บริการ คือ การปฏิบัติรับใช้หรือการให้ความสะดวกต่างๆ ที่คนกลุ่มหนึ่งจะเสนอให้คนอื่นกลุ่มหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ความตั้งใจและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการต่อการบริการนั้นๆ รวมถึงการให้บริการที่ได้รับการปรับปรุงให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

### วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร



กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสุ่มตัวกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากลูกค้าผู้มาใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน 2558 เท่านั้น

ทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการเทียบจากตารางของ Krejcie & Morgan (1970) ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับประชากรที่มีขนาดตั้งแต่ 100,000 ขึ้นไป ผลจากการเปรียบเทียบตามตารางดังกล่าวได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 384 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับบริบทของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่ 1) ลักษณะของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน 2) ปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วย นโยบายการดำเนินธุรกรรมโดยปราศจากดอกเบี้ยแต่อยู่บนหลักการ กำไร-ขาดทุนร่วมกัน และช่องทางทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักการอิสลาม กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัดคือ 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ความน่าเชื่อถือ 3) การตอบสนองความต้องการ 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า 5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ตั้งแต่ 3 เดือน

## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ 20,001-30,000 บาทมากที่สุด ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ค่าระดับของตัวแปร พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.64$ ) เมื่อทำการวิเคราะห์แต่ละด้านพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.53$ ) ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.64$ ) ด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.56$ ) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.68$ ) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.78$ ) ปัจจัยสนับสนุน พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.59$ ) ด้านนโยบายการดำเนินธุรกรรมโดยปราศจากดอกเบี้ยแต่อยู่บนหลักการ กำไร-ขาดทุนร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับเห็น





ด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.60$ ) และด้านช่องทางทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.58$ )

ผลการวิเคราะห์ค่าระดับของตัวแปรในภาพรวม และรายด้านแสดงผลการวิเคราะห์ค่าระดับของตัวแปร ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของตัวแปร โดยเทียบค่าเฉลี่ยกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้เป็นค่าระดับของตัวแปร มีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 แสดงค่าระดับของตัวแปร

| ตัวแปร                                         | ระดับความคิดเห็น |      | ค่าระดับ          |
|------------------------------------------------|------------------|------|-------------------|
|                                                | $\bar{X}$        | S.D. |                   |
| ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของ   |                  |      |                   |
| ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่         | 4.64             | .272 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ             | 4.53             | .395 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 2. ด้านความน่าเชื่อถือ                         | 4.64             | .372 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 3. ด้านการตอบสนองความต้องการ                   | 4.56             | .462 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า            | 4.68             | .411 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า                | 4.78             | .323 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ปัจจัยสนับสนุน                                 | 4.59             | .314 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 1. นโยบายการดำเนินธุรกรรมโดยปราศจากดอกเบี้ย    |                  |      |                   |
| แต่อยู่บนหลักการ กำไร-ขาดทุนร่วมกัน            | 4.60             | .329 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 2. ช่องทางทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักการอิสลาม | 4.58             | .380 | เห็นด้วยมากที่สุด |

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะของลูกค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีเพศ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ



ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์หาค่าระดับของตัวแปร พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อทำการวิเคราะห์แต่ละด้านพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยสนับสนุน พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านนโยบายการดำเนินธุรกรรมโดยปราศจากดอกเบี้ยแต่อยู่บนหลักการ ก้ำไร-ชาตุนร่วนกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด) และด้านช่องทางทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าลูกค้าเน้นความสำคัญของความน่าเชื่อถือ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้ามากที่สุด สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารที่มีจัดตั้งธนาคารตามความต้องการสำหรับชาวไทยมุสลิมเพื่อให้มีช่องทางทางการเงินที่ถูกต้องตามหลักการอิสลาม (ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย, 2558)

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างลักษณะของลูกค้ากับพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีเพศ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจของลูกค้าจากพฤติกรรมทางประชากรศาสตร์ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารที่มีเพศ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ไม่แตกต่างกัน เพราะธนาคารมีวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจ มุ่งหวังให้เป็นธนาคารอิสลามที่ได้รับความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการให้บริการอย่างถูกต้องตามหลักชะรีอะห์ เพื่อเป็นธนาคารหลักของลูกค้ามุสลิม ลูกค้าทั่วไปที่ทำธุรกิจกับกลุ่มมุสลิม ตลอดจนเป็นอีกหนึ่งในทางเลือกของลูกค้าทั่วไป (ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย, 2558) ส่วนลูกค้าที่มีอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่แตกต่างกันเพราะผู้ที่มีอายุมากกว่าย่อมมีประสบการณ์และความเคร่งครัดในด้านศาสนามากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าย่อมมีความคิดเป็นเหตุเป็นผลมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทิพย์วิมล ถุงสุวรรณ (2548)

## ข้อเสนอแนะ

ปัญหา และข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ สรุปได้ดังนี้



- 1.ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์น้อย ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น
- 2.ธนาคารมีสาขาน้อยไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้ลูกค้าต้องเดินทางมาทำธุรกรรมลำบาก ธนาคารควรเพิ่มช่องทางการให้บริการแทนสาขาให้มากขึ้น
- 3.ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ทราบผลิตภัณฑ์การให้บริการของธนาคาร ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่นๆ ให้มากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กิตติพัฒน์ อินทรนิโลดม. (2544). การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานเขตคลองเตย. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กุลธน ธนาพงศธร. (2530). ประโยชน์และบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 7). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2554). แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ. สืบค้นจาก <http://www.tpa.or.th> (26 กุมภาพันธ์ 2558).
- ทันดร ธนะกุลบริภัณฑ์. (2552). คู่มือจัดองค์ความรู้ มาตรฐานการให้บริการ สำนักการศึกษาต่อเนื่อง. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย. (2558). ประวัติธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.ibank.co.th/2010/th/main/>
- บุญฤทธิ์ จีระธวัชชัย. (2548). ความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด(มหาชน). เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วชิราภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการใช้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพุนผล จังหวัดภูเก็ต. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิชากรณ์ ชัยกุล. (2551). ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของการประปาส่วนภูมิภาคสำนักงานประปาบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริชัย พงศ์วิชัย. (2547). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สามารถ ยิ่งกำแหง. (2553). แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชาวบ้านในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลตะเคียน อ.ด่านขุนทด จ. นครราชสีมา. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา, สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.