บทที่ 2
แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติของชาวไทยมุสลิมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อบริการรับฝากเงินของธนาคารตามหลักศาสนาอิสลามในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารรวมทั้งทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีมาปรับใช้ในการศึกษาโดยครอบคลุมเนื้อหาภายใต้หัวข้อดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติ

ธงชัย สันติวงศ์ (2537: 160-163) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543: 190-194) ได้อ้างถึงแนวคิดของ John C.Mowen และ Michael Minor ซึ่งให้คำนิยามของทัศนคติไว้ว่าเป็น "แกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบของบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของและความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น" จากคำนิยามนี้จะเห็นได้ว่าทัศนคติในความนึกคิดของคนไทยคือ "ใจ" นั่นเอง เพราะความรู้สึกดังกล่าวแสดงแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543: 190-194) ได้อ้างถึงแนวคิดของ John R.G. Jenkins ซึ่งได้กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจหรือความเชื่อที่ช่วยสร้าง Value และทัศนคติว่าเราเชื่ออะไร (Cognitive Element) ประกอบด้วยความเชื่อต่าง ๆ เช่น เชื่อว่าปีกไก่มีแคลอรีสูง ซึ่งบุคคลมีอยู่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ใช้เป็นวิถีทางที่เขารับรู้โลกภายนอกที่ล้อมรอบตัวเขา เช่น ทัศนคติที่มีต่อรถยนต์รวมถึงความเชื่อทั้งหลาย เกี่ยวกับกำลังเครื่องยนต์ ระบบห้ามล้อ ระบบพวงมาลัย ความเกะกะถนน ทำให้อากาศสกปรก อำนวยความสะดวก เป็นต้นเหตุให้สิ่งมีชีวิตต้องตายไป เป็นต้น อย่างไรก็ดี ความเชื่อดังกล่าวนั้นไม่ต้องถูกต้องเสมอไป

ในส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นองค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจหมายถึงการที่ผู้บริโภครับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ โฆษณา หรือร้านค้าปลีก องค์ประกอบนี้รวมถึงความเชื่อที่ผู้บริโภคมีต่อบริการสนับสนุนการขายต่าง ๆ ของพ่อค้าปลีกกับความเชื่อเกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ องค์ประกอบชนิดนี้รวมถึงการพิจารณาว่าโคคา-โคลา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กับเป๊ปซี่อย่างไหนรสดีกว่ากัน อย่างไหนมีคาร์บอเนตมากกว่า อย่างไหนชื่นใจและดับกระหายได้ดีกว่ากัน โดยรวมแล้วทัศนคติยืนยงอยู่นานและสลับซับซ้อนกว่าความเชื่อปกติเพราะมันประกอบด้วยความเชื่อที่รวมกันเป็นกลุ่มและผูกพันซึ่งกันและกัน

2. องค์ประกอบด้านความชอบหรืออารมณ์หรือความรู้สึก (Affective Element) ประกอบด้วยความรู้สึกและอารมณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งต่าง ๆ ว่าเรารู้สึกอย่างไร เป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบวัตถุที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ทั้งความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ เช่น ผลิตภัณฑ์ โฆษณา และร้านค้าปลีก เป็นต้น โดยปกตินักการตลาดใช้ข้อความในรูปคำพูดวัดผลองค์ประกอบชนิดนี้ ข้อความที่ว่า "ผมชอบคอลเกตใหม่จังเลย" และ "กางเกงยีนส์ดูสวยดีแต่ผมไม่ชอบให้คนใส่แก่" เป็นการแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบนี้ องค์ประกอบเกี่ยวกับความชอบพอและความรู้ความเข้าใจได้รับการพิจารณาว่ามีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเป็นอย่างมากนักวิจัยตลาดพบว่าความเชื่อและความรู้สึกของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ใดก็ตามปกติมักจะสอดคล้องกัน

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรม (Behavioral Element) เป็นแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาหรือความตั้งใจก่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยอิงหลักจากความเชื่อหรือความรู้สึกของเขานั่นเอง เป็นการแสดงว่าเราจะทำอย่างไร "ความโน้มเอียงที่จะซื้อ" เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวพันกับวงจรการซื้อปกติของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นถ้าผู้บริโภคแสดงความตั้งใจจะซื้อรถมอเตอร์ไซด์ยามาฮ่า เราก็คาดหมายได้ว่าเขาจะซื้อตรายี่ห้อดังกล่าวในคราวต่อไปที่เขาจะซื้อมอเตอร์ไซด์ นักการตลาดจะต้องทำการวัดองค์ประกอบนี้ให้ถูกต้องและในจังหวะเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากองค์ประกอบนี้แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อจริงของเขา

แนวคิดธนาคารอิสลาม

บรรจง บินกาซัน (2543: 33) ได้กล่าวถึงหลักการในการดำเนินงานของธนาคารอิสลามไว้ว่า เพื่อให้การดำเนินงานของธนาคารเป็นไปตามหลักการอิสลาม นักวิชาการมุสลิมได้กำหนดหลักการใหญ่ ๆ ในการดำเนินงานของธนาคารอิสลามไว้ดังนี้

1) จะต้องไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องของดอกเบี้ยทุกรูปแบบ

2) ธุรกิจหรือการลงทุนของธนาคารจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งต้องห้ามตามกฎหมายของอิสลาม

3) การทำนิติกรรมหรือสัญญาใด ๆ จะต้องชัดเจนและยุติธรรม

4) การลงทุนบนพื้นฐานของการแบ่งผลกำไร ขาดทุน ร่วมกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

MuslimThai CyberNet for the sake of ALLAH (2546ข: ออนไลน์) กล่าวว่า ธนาคารอิสลามรับฝากเงินจากประชาชนทั่วไปโดยไม่จำกัดศาสนาเหมือนกับธนาคารทั่วไปในระบบปัจจุบัน โดยทั่ว ๆ ไปธนาคารอิสลามจะรับฝากเงินจากลูกค้าใน 2 ลักษณะ

1) รับฝากเพื่อการรักษาทรัพย์ (Safe Custody) ธนาคารรับฝากเงินจากลูกค้าเพื่อการรักษาทรัพย์สินให้ปลอดภัย และยินยอมให้ธนาคารนำเงินดังกล่าวไปลงทุนได้ ส่วนผลตอบแทนที่เกิดขึ้นทั้งหมดเป็นของธนาคาร (โดยทั่วไปธนาคารที่ได้ดำเนินการมาแล้วในประเทศต่าง ๆ จะจ่ายผลตอบแทนให้เป็นของขวัญ แต่ไม่ได้เป็นเงื่อนไขที่ธนาคารต้องจ่าย) ธนาคารจะรับประกันเงินฝากทั้งหมด และคืนเงินเต็มจำนวนเมื่อลูกค้าทวงถาม ธนาคารในระบบอิสลามเรียกเงินฝากประเภทนี้ว่า อัล-วะดีอะห์ (Al Wadiah) มีบัญชี 2 ประเภทคือ บัญชีกระแสรายวัน (Current Account) และบัญชีออมทรัพย์หรือสะสมทรัพย์ (Savings Account)

2) รับฝากเพื่อนำเงินไปลงทุน (Investment) ธนาคารรับฝากเงินจากลูกค้าเพื่อนำเงินไปประกอบการค้าหรือลงทุน โดยแบ่งผลตอบแทนจากกำไรก่อนหักค่าใช้จ่ายของธนาคาร ในอัตราส่วนที่ได้ตกลงกันตอนฝากเงินหรือในกรณีขาดทุนผู้ฝากเงินรับภาระในส่วนเงินลงทุนเท่านั้น ธนาคารจะรับภาระค่าบริหารจัดการทั้งหมดและไม่สามารถจะไปหักจากเงินฝากของลูกค้าได้ เงินฝากประเภทนี้เรียกว่า อัล-มูฎอรอบะห์ (Al Mudarabah) ซึ่งมีบัญชีสำหรับการลงทุนทั่วไปของธนาคารหรืออาจมีบัญชีเพื่อการลงทุนเฉพาะโครงการใดโครงการหนึ่งก็ได้

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541: 337) กล่าวว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกันสินค้าซึ่งประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) การจัดจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่น ๆ เพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย (5) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Trainning) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือจากคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหา และความสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท (6) ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ (7) มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ชัลมาน เหมมานะ (2538) ศึกษาเรื่องธนาคารไม่มีดอกเบี้ยตามหลักคำสอนของศาสนาอิสลามพบว่า วิธีการประกอบธุรกิจของธนาคาร ไม่มีดอกเบี้ยแตกต่างจากวิธีการประกอบธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ทั่วไป โดยคิดค่าตอบแทนเป็นกำไรจากการร่วมลงทุนและการทำการค้านั้น ในกรณีที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินกับคู่สัญญาในประเทศไทย จึงมีปัญหาเกี่ยวกับการวินิจฉัยค่าตอบแทนที่ส่งออกจากประเทศไทยเป็นดอกเบี้ยหรือกำไรจากการค้าซึ่งจะมีภาระดอกเบี้ยที่ต่างกัน ส่วนการจัดตั้งธนาคารไม่มีดอกเบี้ยขึ้นในประเทศไทยจะมีอุปสรรคจากการที่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายรองรับการดำเนินธุรกิจของธนาคารไม่มีดอกเบี้ยตามหลักกฎหมายอิสลาม และไม่มีกฎหมายสำหรับการควบคุมการดำเนินธุรกิจของธนาคารดังกล่าว ดังนั้นจึงควรบัญญัติกฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการควบคุมการประกอบธุรกิจของธนาคารไม่มีดอกเบี้ย เพื่อให้มีการประกอบธุรกิจและการจัดตั้งธนาคารไม่มีดอกเบี้ยขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการระดมเงินออมจากชาวมุสลิมในประเทศไทย

Felix Pomeranz (1997) ศึกษาเรื่องระบบบัญชีและการตรวจสอบองค์การสำหรับสถาบันการเงินที่ให้บริการตามหลักศาสนาอิสลาม ซึ่งกำลังเริ่มจัดทำกฎเกณฑ์ขึ้น โดยระบบบัญชีและการตรวจสอบองค์การสำหรับสถาบันการเงินที่ให้บริการตามหลักศาสนาอิสลามที่บาห์เรนได้พยายามสนับสนุนความเชื่อตามหลักศาสนาอิสลาม โดยการพัฒนามาตราฐานบัญชีสำหรับการลงทุนตามหลักศาสนาอิสลาม นำไปปฏิบัติ ทำการอบรมและเผยแพร่ ซึ่งคาดหวังว่าจะทำให้ข้อบังคับของกฎหมายอิสลามมีประสิทธิภาพ โดยการทำเครื่องมือทางการเงินให้ประเมินได้ง่ายและเป็นตัวแทนการนำไปปฏิบัติตามหลักธรรมของอิสลาม ซึ่งจะเป็นตัวแทนในการตรวจสอบธนาคารตะวันตกที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ด้วยสินทรัพย์ที่มาจากการเงินที่ให้บริการตามหลักศาสนาอิสลาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved