

## บทที่ 2

### ความพึงพอใจในการให้บริการ และสหกรณ์อิสลาม

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์อิสลามอับนูอัฟฟาน จำกัด จังหวัดปัตตานี” ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและระบบสหกรณ์ ดังนี้

#### 2.1 หลักความพึงพอใจ หลักการให้บริการ

##### 2.1.1 ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542: 775)

มอร์ส (Morse. 1953 : 27) อธิบายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

รัชวลีวรุตติ (2548) ความหมายของความพึงพอใจเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ คือ การที่มนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการของตัวเองที่เกิดจากจิตใต้สำนึกในการตอบสนองในสิ่งใดสิ่งหนึ่งและเพื่อขจัดความตึงเครียดหรือความกระวนกระวายในจิตใจของตัวเอง ดังกล่าวได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ ความพึงพอใจตามความหมายของพจนานุกรมด้านจิตวิทยา คือ ความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการที่มีต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้นหรือความพึงพอใจมีความรู้สึกถึงความสุขหรือยินดีที่ได้รับ การตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ความพึงพอใจของมนุษย์นั้นสามารถที่กำหนดการกระทำหรือแสดงออกของมนุษย์กิจกรรมนั้นๆ

วิสุทธิ์ ดวงอาทิตย์(2551: 7) ระดับความพึงพอใจของลูกค้า จะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล (Expectation) โดยผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) ซึ่งเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total quality)

วอล์แมน (Wolman. 1973 : 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการ หรือแรงจูงใจ

กูด (Good. 1973 : 320) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติของบุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่

วิลลิสทรี หรยางกูร (2526 อ้างใน สุธาดา สนธิเวช, 2551) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ความสำคัญ หรือให้คุณค่าแก่ความรู้สึกของคนที่เราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพการต่างๆ ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพการแต่ละครั้งนั้นจะมีความแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกที่ดีและไม่ดี ความรู้สึกพึงพอใจและไม่พอใจ ความรู้สึกเห็นอกเห็นใจและไม่สนใจ เป็นต้น จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการในทุกๆด้านก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น และตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ก็จะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ ในส่วนขององค์กรนั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ดังนั้นวิธีการการวัดความพึงพอใจในการให้บริการอาจจะกระทำได้หลายรูปแบบดังนี้

1) การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่ใช้กันมากที่สุดและแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการร้องขอหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกคำตอบ หรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น รูปแบบที่องค์กรให้บริการอยู่ สถานที่ในการให้บริการ เจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น

2) การสัมภาษณ์เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งผู้สัมภาษณ์จะต้องอาศัยหลักการและประสบการณ์ของผู้สัมภาษณ์ที่สะกดให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามได้อย่างเสรี ไม่ตึงเครียด และให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีสัมภาษณ์เป็นวิธีการที่สามารถได้ข้อมูลจากการสัมผัสจริงของผู้มาใช้บริการ ประหยัดและมีประสิทธิภาพด้วย

3) การสังเกต เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ได้รับการบริการโดยวิธีใช้การสังเกตพฤติกรรมต่างๆของผู้ใช้บริการ การใช้วิธีนี้ผู้วัดจะต้องทำการอย่างจริงจัง และมีระบบขั้นตอนที่ถูกต้อง จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง การวัดสามารถทำได้หลายวิธีทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วยจึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

มิลเลท (สัวตมนา ไบเจริญ.2540 : 33 – 34 ; อ้างอิงจาก Millet.1954 : 397 - 400) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรม
2. ความเสมอภาคและเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร
3. การให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
4. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ
5. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
6. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการด้านปริมาณคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

ดังนั้นความพึงพอใจคือทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เป็นการสร้างความรู้สึกที่ดี และสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ที่ได้รับ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดจากการได้รับการให้บริการของผู้ที่ให้บริการหรือพนักงานอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถ ผู้ใช้บริการจะรู้สึกที่ได้รับบริการดูแลเอาใจใส่อย่างดี ความพึงพอใจสร้างได้ยากกว่าสินค้าเนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็น สิ่งที่พัฒนาได้ แต่คุณภาพการบริการขึ้นกับเจ้าหน้าที่ซึ่งมีความแปรเปลี่ยนทางอารมณ์ความรู้สึกและสถานการณ์ต่าง ๆ หรือผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการบางคนก็มีความต้องการที่มากเกินไปความต้องการที่เจ้าหน้าที่จะให้บริการได้ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ ดังนี้

1. แต่ละคนที่มาใช้บริการมีความต้องการหรือมีความหวังที่แตกต่างกันไป เช่น คนที่ต้องการตัดผมบางคนตัดครั้งแรกต้องการทรงนี้ แต่มาครั้งต่อไปก็มีความต้องการทรงอื่นๆตามแฟชั่นที่เปลี่ยนไป
2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลจากการได้รับรู้ได้สัมผัส ทางอารมณ์ ร่างกาย สถานที่ที่ได้รับจากผู้ให้บริการ ณ สถานการณ์ในเวลานั้น รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่
3. สภาพแวดล้อมอื่นๆตัวอย่าง เช่น ร้านกาแฟ ต้องการแอร์ร่อย ต้องมีบรรยากาศที่ดี เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ แก้วที่เพียงพอ โต๊ะที่สะอาด เหล่านี้มีผลต่อลูกค้าที่มานั่งดื่มกาแฟหรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลจากจำนวนผู้มาใช้บริการ ด้วยความหวาดเหี้ยมของสถาบันการเงินหรือธนาคารย่อมสร้างความไม่พอใจใช้บริการนอกจากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวันนั้น สิ่งที่ได้คือ ต้องจัดระบบอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ ธนาคารมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### 2.1.2 การให้บริการ

ศิริพร วิชญมัทธมาชัย การบริการ (Service) หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการหรือผู้ขายทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น

ตรีเพ็ชร อ่ำเมืองและคณะ การบริการ (Services) หมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆ ด้วยร่างกายเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกความสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ ซึ่งการกระทำด้วยร่างกาย: คือการแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยา ท่าทางและวิธีการพูดจา ซึ่งการบริการสามารถแสดงออกเป็น 2 แบบ คือ

1. ขั้นตอนการให้บริการ เป็นการปฏิบัติการตามขั้นตอน และเทคนิค ของวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการ ได้ประโยชน์ ตรงตามความต้องการมากที่สุด
2. พฤติกรรมการบริการ เป็นการแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยา ท่าทาง และการพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดี ย่อมสร้างความสุข ให้เกิดขึ้นกับผู้บริการได้เป็นอย่างดี ได้แก่ การแต่งกายที่

การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย

Penchansky & Thomas (1981) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง การเข้าถึงการเข้าใช้บริการในระบบการให้บริการ แบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1) ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ (Availability) คือ ความพอเพียงระหว่างบริการที่มีอยู่กับความต้องการของลูกค้า
- 2) การเข้าถึงแหล่งบริการ (Accessibility) คือ ความสามารถที่จะเข้าไปใช้บริการ ธนาคารเฉพาะกิจได้อย่างสะดวก โดยไม่คำนึงถึงลักษณะที่ตั้ง การเดินทาง เป็นต้น
- 3) ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (Accommodation) ได้แก่ ธนาคารเฉพาะกิจประเภทที่ลูกค้ายอมรับว่าให้ความสะดวกมีการบริการที่ดีและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
- 4) ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ (Affordability) ซึ่งได้แก่การยอมเสียค่าธรรมเนียมต่าง ๆ สำหรับการฝากเงิน หรือค่าธรรมเนียมที่เกิดจากการทำธุรกรรมอื่น ๆ ความพึงพอใจเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้เป็น

ความรู้สึกส่วนตัวที่มีสุขเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไปและเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

### 2.1.3 ลักษณะเฉพาะของงานบริการ

งานบริการมีลักษณะเฉพาะและมีความแตกต่างกับธุรกิจอื่น ๆ กล่าวคือกระบวนการผลิต กระบวนการส่งมอบ และการบริโภคจะเกิดขึ้นพร้อมกัน ผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีบทบาทอย่างมากในทุกขั้นตอน ลักษณะของบริการไม่มีความสม่ำเสมอและแปรเปลี่ยนได้ตามความต้องการของลูกค้า การบริการไม่มีตัวตน และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (ธานินทร์ สุวงศ์วาร, 2541, น. 49)

### 2.1.4 คุณภาพการบริการ

พาราซูรามาน และคณะ ได้มองกระบวนการสร้างคุณภาพการบริการทั้งระบบ สามารถวัดได้ 5 ด้าน คือ

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึงลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าจะได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึงความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีกิริยา มารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคนจากแนวคิดและกระบวนการศึกษาของพาราสุรามาน และคณะ ที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าพาราสุรามาน และคณะ ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพในการให้บริการอย่างแท้จริง ครอบคลุมทั้งผู้รับและผู้ให้บริการ แนวคิดของพาราสุรามานและคณะเป็นที่ยอมรับ มีผู้นำไปใช้และกล่าวอ้างถึง และที่สำคัญนำไปใช้ได้จริงกับทุกธุรกิจ งานวิจัยนี้ผู้ศึกษาเลือกศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการโดยใช้แนวคิด ของพาราสุรามาน และคณะ 5 ด้าน ประกอบด้วยด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ด้านการรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ (Empathy)

และParasuraman และคณะ (Parasuraman, Zeithaml and Berry,1994) ได้กำหนดเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วยคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน 22 รายการ คือ

1. รูปลักษณ์ (Tangibles) ประกอบด้วย
  - 1.1 ความทันสมัยของอุปกรณ์
  - 1.2 สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ
  - 1.3 การแต่งกายของพนักงาน
  - 1.4 เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ
2. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ประกอบด้วย
  - 2.1 ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้
  - 2.2 การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า
  - 2.3 การทำงานไม่ผิดพลาด
  - 2.4 การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ
  - 2.5 การมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ
3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ประกอบด้วย
  - 3.1 มีระบบการให้บริการที่ให้บริการได้รวดเร็ว
  - 3.2 ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า
  - 3.3 ความรวดเร็วในการทำงานของพนักงาน
  - 3.4 ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการ
4. การรับประกัน/ความมั่นใจ (Assurance) ประกอบด้วย

- 4.1 ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ
- 4.2 การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ
- 4.3 ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน
- 4.4 พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการของธนาคาร
- 5. การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) ประกอบด้วย
  - 5.1 การให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ
  - 5.2 เวลาในการเปิดให้บริการและให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
  - 5.3 โอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของกิจการ
  - 5.4 ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน
  - 5.5 ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าชัดเจน

## 2.2 หลักการสหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ คือ องค์กรฯ หนึ่ง ที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มกันด้วยความสมัครใจ เพื่อดำเนินงานทั้งในด้านความคิด ระบบบริหารจัดการผลผลิต และบุคคลโดยใช้หลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

### 2.2.1 นิยามสหกรณ์และสหกรณ์ออมทรัพย์

#### 2.2.1.1 นิยามสหกรณ์

นิยามสหกรณ์ สหกรณ์เป็นองค์กรทางเศรษฐกิจและสังคมที่สมาชิกร่วมกันจัดตั้งขึ้นด้วยการลงหุ้นร่วมกัน จัดการร่วมกันในการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือบริการตามความต้องการ หรือผลประโยชน์อย่างเดียวกันของบรรดาสมาชิก สมาชิกแต่ละคนมีสิทธิ์ออกเสียงได้หนึ่งเสียงในการบริหารสหกรณ์ โดยไม่ขึ้นกับจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์โคนม,(กฎ) คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์.

#### 2.2.1.2 สหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินแบบหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลซึ่งมีอาชีพอย่างเดียวกันหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์ และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็นหรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์นอกวงและได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ สามารถกู้ยืมเงินได้เมื่อเกิดความจำเป็นตาม หลักการช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

## 2.2.2 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์ออมทรัพย์

ความเป็นมา สหกรณ์ออมทรัพย์แห่งแรกในประเทศไทย จัดตั้งขึ้นในหมู่ข้าราชการ สหกรณ์และพนักงานธนาคารเพื่อการสหกรณ์ จดทะเบียนเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2492 คือ สหกรณ์ ข้าราชการสหกรณ์ จำกัดสินใช้ และได้แพร่ หลายไปในหน่วยงานของรัฐและเอกชนทั่วประเทศ ส่วน สหกรณ์ ออมทรัพย์ในชุมชนแห่งแรก คือ สหกรณ์เครดิตยูเนียนแม่มูล จำกัด จดทะเบียนเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2522

## 2.2.3 จุดประสงค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์

เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์ โดยการรับฝากเงินและให้ผลตอบแทน ในรูป ของ ดอกเบี้ยอัตราเดียวกับธนาคารพาณิชย์ และโดยการถือหุ้นหัก ณ ที่จ่าย เป็นรายเดือน แต่ไม่เกิน 1 ใน 5 ของหุ้นทั้งหมด เมื่อสิ้นปีทางบัญชีต้อง จ่ายเงินปันผลค่าหุ้นให้แก่สมาชิกในอัตราที่กฎหมายกำหนด รวมทั้ง ให้บริการด้านเงินกู้แก่สมาชิกตามความจำเป็น

เป็นแหล่งเงินฝากและเงินกู้ของสมาชิก ทำให้สมาชิกรู้จักเก็บออมเงิน และไม่ ต้อง ไปกู้เงินนอกระบบ ทำให้สถาบันครอบครัวมีความมั่นคงขึ้น

## 2.3 สหกรณ์อิสลามอับดุลอัฟฟาน จำกัด

### 2.3.1 แนวคิดสหกรณ์อิสลาม

ระบบการเงินอิสลาม (Islamic Finance System) คือ ระบบการเงินที่อยู่ภายใต้ กรอบหลักศาสนาอิสลาม หรือ หลักชะรีอะห์ (Shariah Law) ในการทำธุรกรรมใดๆ หลักชะรีอะห์ (Shariah Law) หรือกฎหมายอิสลามนั้นนำไปใช้กับทุกๆด้านของชีวิตชาวมุสลิม รวมทั้งด้านการเงิน

ระบบธนาคารอิสลามเกิดขึ้นครั้งแรกของโลกเมื่อพ.ศ. 2506 ในประเทศอียิปต์โดย นักเศรษฐศาสตร์ชื่อว่า Dr. Ahmad Elnaggar ก่อตั้งธนาคารออมทรัพย์อิสลาม (Mit Ghamr Savings Bank) ประสบความสำเร็จและนับเป็นจุดกำเนิดให้มีการจัดตั้งธนาคารอิสลามทั่วโลกเริ่ม ตั้งแต่ พ.ศ. 2517 ในการประชุมองค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of Islamic Cooperation : OIC) ณ เมืองญิดดะฮ์ประเทศซาอุดีอาระเบียได้จัดตั้งธนาคารชื่อว่าธนาคารอิสลาม เพื่อการพัฒนา (Islamic Development Bank : IDB) โดยนำหลักชะรีอะห์ มาใช้เป็น แนวทางในการ ดำเนินงานของธนาคารทำให้ประเทศมุสลิมเริ่มสนใจและนำระบบการเงินอิสลามมาใช้ในภาคการเงิน ของประเทศมากขึ้นเช่นประเทศอิหร่านซูดานปากีสถานรวมถึงประเทศมาเลเซีย

จากหลักการดังกล่าวมุสลิมพยายามนำหลักกฎหมายอิสลามด้านเศรษฐกิจทำให้เกิด สถาบันการเงินอิสลามเกิดขึ้นทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทยในรูปแบบของธนาคารและสหกรณ์ ซึ่งความ รับผิดชอบของสหกรณ์อิสลามนั้น ย่อมมีมากกว่าสหกรณ์ทั่วไป ทั้งนี้เพราะสหกรณ์อิสลามนั้น



นอกจากรับผิดชอบต่อผู้ที่มีหุ้นส่วน ผู้ฝากเงิน ผู้ลงทุนและสังคมโดยรวมแล้ว ยังต้องรับผิดชอบต่อพระองค์อัลลอฮ์ ในความหมายที่ว่าต้องดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลักการของศาสนาอิสลาม และต้องได้รับโทษจากพระองค์อัลลอฮ์ในโลกหน้าหากมีเจตนาละเมิดหลักการของพระองค์อัลลอฮ์ ด้วยความจงใจ (มาเรียม นะมีย์, 2553)

ดังนั้นหลักการในการดำเนินงานของของสหกรณ์รูปแบบอิสลามโดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจจึงจะมีความแตกต่างที่เจตนาอย่างชัดเจนกับสหกรณ์โดยทั่วไปพอสรุปได้ดังนี้

1. อัลลอฮ์ทรงอนุญาตการค้าขายและทรงห้ามการริบา สหกรณ์รูปแบบอิสลามห้ามเกี่ยวข้องกับดอกเบี้ยหรือริบา ไม่ว่ากรณีใด ๆ เพราะอิสลามถือว่าดอกเบี้ยเป็นส่วนหนึ่งของความไม่ยุติธรรมและเป็นภัยมากกว่าผลดีโดยเฉพาะในยามเศรษฐกิจตกต่ำ

2. สหกรณ์รูปแบบอิสลามห้ามเกี่ยวข้องกับธุรกิจต้องห้ามตามหลักศาสนา ได้แก่ การพนันหรืออบายมุข สุรา สุกร หรือสุกร เป็นต้น

3. สหกรณ์อิสลามโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในด้านการทำธุรกิจการค้าขาย (ติญารี) ดังนั้นเป้าหมายที่สำคัญของการค้าขาย หรือ มุรอบาฮะห์ (ขายบวกกำไร) หรือการเป็นหุ้นส่วนกันทำธุรกิจ (มุขารอกะห์) ต้องเป็นไปตามที่หลักการอิสลามกำหนด และทั้งนี้จะต้องสอดคล้องตรงกับกฎหมายกำหนดด้วย

4. การทำสัญญาหรือการทำธุรกรรมในรูปแบบสหกรณ์อิสลามมิใช่เป็นสัญญาเงินกู้ แต่เป็นสัญญาสินเชื่อ หรือสัญญาซื้อขาย หรือมุรอบาฮะห์ (ขายบวกกำไร) ในระบบสหกรณ์อิสลามจึงเป็นที่ชัดเจน ในเรื่องของเงินต้น กำไร ระยะเวลา และจะไม่มีกรคิดดอกเบี้ย ทั้งสองฝ่ายตกลงให้ทำสัญญาระหว่างกันคือ ระหว่างสหกรณ์อิสลาม (ผู้ขาย) กับสมาชิกสหกรณ์ (ผู้ซื้อ) หากมีการผิดสัญญา สหกรณ์ก็จะดำเนินการตามที่ตกลงสัญญากันไว้

5. สหกรณ์รูปแบบอิสลามสามารถควบคุมระบบและป้องกันการใช้จ่ายเงินที่ผิดไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของสมาชิกขอสินเชื่อ เพราะสหกรณ์รูปแบบอิสลามไม่ได้ให้เครดิตเป็นตัวเงินสดออกไปให้กับสมาชิก แต่จะให้เป็นสิ่งของตามที่ต้องการ โดยจะมีการกำหนด ราค้าในการที่ซื้อขายกันล่วงหน้า

6. กำไรที่เกิดขึ้นหลักจากการประกอบการของสหกรณ์รูปแบบอิสลามในทุกๆปี จะถูกนำไปจ่ายเป็น ซะกาตร้อยละ 2.5 ตามข้อบัญญัติของศาสนาอิสลาม เพื่อนำไปใช้สำหรับบุคคลในจำนวนคน 8 ประเภทที่มีสิทธิที่จะได้รับซะกาตดังนี้ ผู้ที่ยากจน ผู้ที่ขัดสน บรรดาเจ้าหน้าที่ในการรวบรวมซะกาต ผู้ที่หัวใจของพวกเขาสนิทสนม ทาส ผู้ที่หนี้สินล้นตัว ผู้ที่ทำงานในทางของอัลลอฮ์ และผู้ที่อยู่ในระหว่างเดินทาง

๑  
1673  
2562

### 2.3.2 ประวัติความเป็นมาสหกรณ์อิสลามอิบนูอัฟฟาน จำกัด

อิบนูอัฟฟาน คือ สหกรณ์ออมทรัพย์แห่งหนึ่งของประเทศไทยที่ดำเนินกิจการในระบบสถาบันการเงินแบบอิสลาม ก่อเกิดขึ้นมา ณ จังหวัดปัตตานี ที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมซึ่งต้องการดำเนินชีวิตตามวิถีชีวิตแบบอิสลาม และ ต้องการมีระบบเศรษฐกิจปลอดดอกเบี้ย

สหกรณ์ฯได้รับการจุดประกายขึ้นโดยกลุ่มปัญญาชนมุสลิมที่ได้ศึกษาและร่วมกันทำกิจกรรมในสถาบันระดับอุดมศึกษาในภาคใต้มีความเข้าใจปัญหาของสังคมท้องถิ่นจึงร่วมกันแสวงหาแนวทางแก้ปัญหาเพื่อพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นซึ่งเล็งเห็นถึงความสำคัญของ สถาบันการเงินแบบอิสลาม และความจำเป็นของการระดมทุน เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการและคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถแต่ปราศจากแหล่งเงินทุนที่ยาลารองรับ ทั้งนี้จึงริเริ่มส่งเสริมให้มีการออมการลงทุนและทำธุรกิจประเภทต่างๆ ให้มากขึ้นตลอดจนเป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มชุมชน และ สังคมโดยรวม

เพื่อเป็นเกียรติแก่ “ขอฮาบะฮ์” (สหายของท่านนบีมุฮัมมัด (ช.ล.) ) ผู้เป็นนักธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ของโลกมุสลิม คือ “อูษมาน บินอัฟฟาน” “คอลีฟะฮ์ที่สาม” แห่งประวัติศาสตร์อิสลาม จึงได้ดำเนินการขอจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 ต่อนายทะเบียนสหกรณ์และได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากภาครัฐฯโดยให้ใช้ชื่อว่า “สหกรณ์ออมทรัพย์อิบนูอัฟฟาน จำกัด” ทะเบียนเลขที่ อ. 008335 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 19 มิถุนายน 2535 เป็นต้นไป

สหกรณ์ออมทรัพย์อิบนูอัฟฟาน จำกัด ได้รับอนุญาตจากสหกรณ์จังหวัดปัตตานีในการเปลี่ยนชื่อสหกรณ์ เป็น “สหกรณ์อิสลาม อิบนูอัฟฟาน จำกัด” มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 5 สิงหาคม 2556 เป็นต้นไป เพื่อแสดงถึงการดำเนินการสหกรณ์ตามหลักการอิสลาม

#### วัตถุประสงค์

เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกพึ่งตนเองเพื่อดำเนินกิจการร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามโดยพื้นฐานของมนุษย์เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและสังคมส่วนรวมทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี อยู่ดี กินดี มีสุขรวมทั้งในข้อต่อไปนี้

1. ส่งเสริมให้สมาชิกมีความสนใจและตระหนักในธุรกิจแบบอิสลาม
2. ส่งเสริมให้มีการออมทรัพย์และระดมเงินทุนในรูปแบบต่างๆ

3. ส่งเสริมให้มีการลงทุนทำธุรกิจในแขนงต่าง ๆ

4. ส่งเสริมการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่ความสมัคปรสมานสามัคคี

#### วิสัยทัศน์

“เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคง เป็นที่เชื่อถือ ซึ่งมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกและสังคม”

#### พันธกิจ

1. ดำเนินการโดยยึดหลักการอิสลามอย่างเคร่งครัด

2. ถือการบริการเป็นหัวใจของงาน ซึ่งจะต้องสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใสและเป็นที่ยอมรับของสมาชิก

3. มีระบบบริหารจัดการทุกสาขา อย่างมีคุณภาพ มั่นคงและยั่งยืน ให้ความรู้และคำปรึกษาด้านการเงินและ ธุรกิจแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

4. สร้างคุณภาพชีวิตแก่สมาชิกและสังคม

#### คำขวัญ

“เคียงคู่ชุมชน ด้วยเศรษฐกิจอิสลาม”