



e-Proceedings

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการท่องเที่ยวกับมนุษยศาสตร์ ครั้งที่ 1

การท่องเที่ยวกับมนุษยศาสตร์: การท่องเที่ยวในยุคเปลี่ยนผ่าน Tourism & Humanities: Tourism in a Transformative Era

19-20 ธันวาคม 2562

โรงแรมโลตัสปางสวนแก้ว
เชียงใหม่



ภาควิชาการท่องเที่ยว
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สนับสนุนโดย



บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ยุทธศักดิ์ ฉัตรแก้วนภานนท์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กองบรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ศรันภทร โชติมินกุล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ ดร.สมยศ โอ่งเคลือบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ ดร.มานิศา ผิวจันทร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ ดร.นภัสนันท์ วินิจวรกิจกุล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ ดร.นันทวรรณ ม่วงใหญ่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ ดร.บุษราภรณ์ กอบกิจพานิชผล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ ดร.สุประภา สมนึกพงษ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
อาจารย์ อนุรักษ์ รัตน์ประเสริฐ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐฉิณี ทองดี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกอบศิริ ภัคดีพินิจ มหาวิทยาลัยพะเยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพริน เวชธัญญะกุล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทรา บุญปัญญาโรจน์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมฤต หมวดทอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.เกรียงไกร เกิดศิริ มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.ชัตติยา กลัญทกะปกรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อาจารย์ ดร.ชลฤทัย เจียรกุล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.ปรมพร ศิริกุลชยานนท์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร.รติรัตน์ เขียวมีส่วน มหาวิทยาลัยรังสิต
อาจารย์ ดร.วินิตรา ลีละพัฒนา มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร.วราภรณ์ ดวงแสง มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สารบัญ

บทความฉบับสมบูรณ์	หน้า
บทแนะนำเสนอที่ 1	
แนวทางการพัฒนาการตลาดแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติภาคกลาง ญาณธร เสียรถาวร และ ปภาดา สืบพลาย	1
แนวการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติบ้านผาป้อง ศักดิ์สิทธิ์ มีสัมพันธ์ไมตรี, พงษ์ทอง สิทธิคงตั้ง, จินทภา พาลีอ, อัมศยา ปัทมาพิมาน และ กฤต พันธุ์ปัญญา	15
แนวทางในการพัฒนากลุ่มยุวชนนำเที่ยวเพื่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ตำบลกีดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัด เชียงใหม่ ณัฐกานต์ บุญหล้า, ผาณิตย์ นาขยัน, รัชชานนท์ สมบูรณ์ชัย และ ปานแพร เซาว์นประยูร อุดมรักษาทรัพย์	28
การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อค้นหาแก่นคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านเศรษฐกิจ พอเพียงในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเพชรบูรณ์ศรี ธิฎพัณณ์ ยิ้มประเสริฐ และพฤกษ์ ชูติมานุกุล	43
การศึกษาบริบทชุมชนเพื่อพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ กรณีศึกษา ชุมชนผลิตขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี นันทภา ปัญญารัตน	59
ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล, วรพงษ์ ผูกภู และศรัตน์ งามเลิศ	72
การประเมินศักยภาพและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ เขาหัวแตก อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง	94
การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนแหลมโพธิ์ ต.คูเต่า อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา สุธิรา ปานแก้ว และ วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง	108
การประเมินศักยภาพแหล่งเรียนรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลทุ่งลาน อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา สาลินี ทิพย์เพ็ง, กุลดารา เพียรเจริญ, ชญาชล แก้วประชุม และ ทอฝัน เสนาป่า	126
การสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน บ้านขุนสถาน อำเภอน่าน้อย จังหวัด น่าน เกษราพร ทิราวงศ์, อำนวยพร ใหญ่ยิ่ง และ วัฒนา วัฒนชานนท์	146
รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านบางแม่หม้าย ตำบลบางใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัด สุพรรณบุรี จิตรราภรณ์ เถรวัตร	170
การจัดการพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ถ้าเชียงดาวและดอยหลวงเชียงดาวให้เป็นแหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาณัฐพล ชัยศรี	185
การบริหารจัดการการท่องเที่ยวสำหรับการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล ป้อมศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง	201
ความเข้มแข็งของชุมชนสำหรับการจัดการการท่องเที่ยว ในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล จารุวรรณ ธนะกิจ และ ปานแพร เซาว์นประยูร	212

การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน ศึกษาเฉพาะกรณีตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กมลวรรณ นวลอนันต์	224
ร่วมสร้างวิถีชุมชนเชิงใหม่สุขภาวะ 9 ดี เชิงชาญ โนจา	239
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ณัฐติกานต์ ปันทุภาค	242
บทความฉบับสมบูรณ์ หอานำเสนอที่ 2	
ความต้องการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวเกษียณอายุชาวอินเดีย เชิญขวัญ แซ่โซว และ ศุคราภรณ์ แต่งตั้งลำ	255
การศึกษาปัจจัยการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตด้านความสุข กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จิตรราภรณ์ เถรวัตร และ เพียงฤทัย เสงี่ยมศิลป์	261
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยตนเองของกลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y ณัฐพล มอญเพชร	279
การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต พงศ์แสวก เอนกจำนงค์พร	294
เปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจในการซื้อของผู้ใช้บริการรถไฟ รถบัส และสายการบินเพื่อการเดินทางในเส้นทาง กรุงเทพฯ-เชียงใหม่ ทัศนาวดี ไพโรจน์บริบูรณ์, สกฤตปริยวัศว์ หงษ์สกุล และ อรัญญา พิธิษฐเกษม	306
พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินในประเทศ ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ชนม์ชนก ชิตประเสริฐ และ อริยา พงษ์พานิช	324
ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าในไทยภายใต้โลกยุคการเชื่อมโยงของระบบดิจิทัล ธนกฤต ลีรินธนากุล และ ศุภวัจนันท์ รุ่งสุริยะวิบูลย์	332
องค์ประกอบของเว็บไซต์เพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ผ่านผู้ให้บริการด้านการจองการท่องเที่ยว แบบออนไลน์ ภัทรमुख พงษ์ธา และ ทิพย์กนก เวียงคำ	348
ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการบริการของธุรกิจนำเที่ยว หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์	371
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร นักรบ นาคสุวรรณ และ วิศวัฒน์ รสหวาน	385

การเปรียบเทียบการรับรู้และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกลุ่มโซโลโมต่อภูมิทัศน์บริการของโฮสเทลใน จังหวัดเชียงใหม่ด้วยเทคนิค IPA <i>ประเมษฐ์ คำชู, วรินธร วิริยะไชยกุล และดาวรุ่ง พักทอง</i>	399
การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้โครงการ The LINK <i>ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว และ พณภุช อุคมกิตติ</i>	421
การศึกษาปัญหาและความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารด้านการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่วัด ร่องขุน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย <i>สมยศ จันทร์บุญ และ นิรัตน์ ทองขาว</i>	438
รูปแบบการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน <i>กิตติพงษ์ กิตติยันตการ, ภัทรพล ชุ่มมี และ ชาคริต ลีทอง</i>	464
แนวโน้มโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ <i>มานิศา ผิวจันทร์ และ อนัญญา รัตน์ประเสริฐ</i>	479
ธุรกิจโรงแรมกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อคุณภาพงานบริการในยุคแห่งการเปลี่ยนผ่าน <i>ประพัฒน์ ศิริรัตน์ และ ยุทธศักดิ์ ฉัตรแก้วนภานนท์</i>	497
ระดับความคิดเห็นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน รุ่น TQV ที่มีต่อความสุขในการทำงานและความทุ่มเทมีใจ กรณีศึกษา บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) <i>ธนากรณ์ ลาพิงค์ และ โชคชัย สุเวชวัฒนกุล</i>	507
การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อการดำเนินงานกองทุนกิจการอัยย์ในประเทศมาเลเซีย <i>มุฮัมหมัด ปู, อับบัส พาลีเซตต์ และดาลีชะห์ ตะยี</i>	530
การออกแบบภูมิทัศน์บริการด้วยวัฒนธรรมท้องถิ่นของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ <i>วรางคณา เซ็นซัด และเพชรศรี นนท์ศิริ</i>	540
บทความฉบับสมบูรณ์ ห่องนำเสนอที่ 3	
ปัจจัยที่มีผลต่อการเสริมสร้างศักยภาพของหลักสูตร สาขาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว กรณีศึกษา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ ยะลา <i>ดาลีชะห์ ตะยี, ศุภาวิณี กิตติวินิต, เจนตา แก้วไผ่, ชูชัน หามะ และสรารุณี วรรณันตกุล</i>	560
แนวทางการจัดการเรียนรู้หมวดวิชาศึกษาทั่วไปสำหรับสาขาวิชาด้านการท่องเที่ยวและ อุตสาหกรรมบริการในศตวรรษที่ 21 <i>พงศ์รัชต์วิช วิวิงสุ, อรจิรา ธรรมไชยงกูร และสุทธิมา วันเพ็ญ</i>	571
การพัฒนาการเรียนรู้ที่มุ่งผลลัพธ์โดยใช้กิจกรรมเป็นฐานในรายวิชา 504203 การจัดการตัวแทนการเดินทางท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ <i>ชลธิชา รุ่งสาตรา และ ภูมิ ศรีสุข</i>	586
The Role of the Media in Promoting Tourism towards Chinese Travelers <i>Pachernwaat Srichai, Korawan Sangkakorn and Ravee Phoewhawm</i>	602

Chinese Tourists' Behavior and Its Impact on the Thai Local Tourism <i>Korawan Sangkakorn and Pachernwaat Srichai</i>	615
การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กรณีศึกษาเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี <i>จิตรลดา ปิ่นทอง และ โชคนิติ แสงล่อ</i>	631
บทบาทของมัคคุเทศก์ชาวไทยต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทางทะเลของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทะเลอันดามัน <i>ภฤศยศ จิตต์สัมพันธ์ และ อูมาพร มณีแนม</i>	648
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยววิถีไทหล่ม <i>วันฉัตร กันทา และ ทิวาวรรณ ศิริเจริญ กันทา</i>	662
การจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จังหวัดเชียงใหม่ : Chiang Mai Adventure Tourism Guidebook Preparation <i>กรณีย์ ปัญโญ, สุธยอด ชมสะอาด, อุเทน ปัญโญ และ ประรณนา ชมสะอาด</i>	676
การพัฒนาคู่มือการท่องเที่ยวโบราณสถานและโบราณวัตถุโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนพื้นที่เขตคูสิต <i>รุ่งอรุณ พรเจริญ, ทรงสิริ วิชิรานนท์และสุนารี จุลพันธ์</i>	701
การพัฒนาเว็บไซต์การฟังภาษาอังกฤษด้วย Google Sites <i>ภันรัชสา จารุจินดา</i>	712
การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เทคโนโลยีเสมือนจริงส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชุมชนคูบัว จังหวัดราชบุรี <i>ทรงสิริ วิชิรานนท์, รุ่งอรุณ พรเจริญ, สุนารี จุลพันธ์ และ ฉันทนา ปาปัตถา</i>	733
สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการเข้ามาของนักท่องเที่ยวในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำราชชมงคลตรัง <i>ชยบรรจจ์ ขาวปลอด , วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง และ รัชนีวรรณ เอียดแก้ว</i>	747
Business and Government Public Relations & Social Responsibility in a Crisis: An Opinion Survey on Tsunami Warning Signage <i>Worawan Ongkrutraksa</i>	762
ประเมินความเข้าใจของการศิลปะไทยที่จัดแสดงในสนามบินสุวรรณภูมิเพื่อส่งเสริมการสื่อความความทางการท่องเที่ยว <i>ศุภชัย ชาญวรรณกุล</i>	771
กระบวนการพัฒนาการสื่อความหมายการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างมีส่วนร่วม ชุมชนบ้านส้อง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี <i>เบญญา จรรย์วิจิตร และ เกสลิณี ตรีพงศ์พันธ์</i>	786
ปัจจัยตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศ :กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัย รังสิต <i>สกุลปริยวัศว์ หงษ์สกุล ทศนาวดี ไพโรจน์พิบูลย์ และ ดุสิต ศิริสมบัติ</i>	799

บทความฉบับสมบูรณ์ หอมนำเสนอที่ 4	หน้า
การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนปากอ อำเภอสะทิงพระ จังหวัดสงขลา ห้าวหาญ ทวีแสง, บัณฑิตา หลิมประดิษฐ์, และ ยุทธกาน ดิสกุล	816
อาหารลาวครึ่ง : วิถีชีวิต วัฒนธรรม กับการท่องเที่ยว ปรารถนา แซ่อึ้ง	836
วัฒนธรรมสำหรับอาหารในคุ้มเจ้าหลวงเชียงใหม่สู่มิติการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทรงสุข บุญทาวงค์ , ปานแพรว เซาว์นประยูร, เฉลิมชัย ปัญญาดี และ วราภรณ์ ดวงแสง	854
การท่องเที่ยววิถีชุมชนดนตรี เฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี	866
การเข้าใจพื้นที่ระหว่างอาคารในเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดวงนภา ศิลปสาย	878
การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางรถไฟตามเส้นทางการท่องเที่ยวสายกรุงเทพ - นครราชสีมา เพื่อรองรับการพัฒนาการ คมนาคมขนส่งทางรางประเทศไทย ณัฐฉิณี ทองดี, ชวัลย์อิสรา ภูมิสิริไพบุลย์ และ สุภาพร ล้ำวรรณวงศ์	892
การฟื้นฟูเมืองกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา ศุภชัย ชัยจันทร์ และ ยุทธศักดิ์ ฉัตรแก้วนภานนท์	908
หนึ่งทศวรรษเมืองมรดกโลกในฐานะเมืองท่องเที่ยว: เมืองเก่ามะละกา และจอร์จทาวน์ ประเทศมาเลเซีย มยุรี คาร์น และ มงคล คาร์น	924
เสน่ห์อารยวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวยุคไทยแลนด์ 4.0 บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา	947
เสาศิลป์ต้องมนต์กลืนกาแฟ : เรื่องเล่าจากเตอลาแป นราธิวาส วิภาภรณ์ หุ้ยเวชศาสตร์	968
แนวคิดปรัชญาหลังสมัยใหม่ในการท่องเที่ยวร่วมสมัย : กรณีศึกษาตลาดด่านขนอน วรรณวิสาข์ ไชโย	984
วัดกับการกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ยุทธศักดิ์ ฉัตรแก้วนภานนท์ และ พรธีรา ภาวดี	1000
การอบรมจิตตภาวนา: ทางเลือกหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในยุคเปลี่ยนผ่าน เบญจวรรณ วงศ์ชูแก้ว	1017
ผลกระทบ ความท้าทาย และโอกาสของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดพิษณุโลก ประเทศไทย ภาคิน วิชยกวิน, Yuhani Abdul Aziz, Anuar Shah Bin Bali Mahomed และ Nawal Hanim Binti Abdullah	1029
ผู้นำเสนอบทคัดย่อ (Abstracts)	
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกบ้านป่าปู้ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ลัดดาวลัย ปลื้มเปรมใจ, สุภรณ์ คงบรรลุผล, บุษกร ศิริมาส, ชัยวัฒน์ รักไทย, กฤตพันธ์ ปัญญา	1055

การจัดการเรียนรู้โดยชุมชนเป็นฐาน: กลยุทธ์การจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสำหรับรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว ในศตวรรษที่ 21 จุรีภรณ์ มะเลโลหิต	1056
โคลอมเบีย: วัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ ปฐมาวดี จงรักษ์	1057
การท่องเที่ยวสิ้นเกินและการต่อต้านการท่องเที่ยว: จริยศาสตร์กับทางสองแพร่งของการท่องเที่ยว พิพัฒน์ สุยะ	1058
ยาตรา: การแสวงบุญและท่องเที่ยวทางศาสนาในคติฮินดู คมกฤษ อยู่เต็กเค็ง	1059
“มนตราหิมาลัย”: การเดินทางท่องเที่ยวประเทศอินเดียและเนปาล กับความเปลี่ยนแปลงทางความคิดและอารมณ์ ความรู้สึของคนไทย พ.ศ.2540-2560 พงศกร เฉลิมชูติเดช	1060
การท่องเที่ยวกับทางเลือกในการแก้ไขปัญหาฝิ่น พนม ภูณาวงศ์	1061

การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าต่อการดำเนินงานกองทุนกิจการฮัจย์ในประเทศมาเลเซีย The satisfaction of the the customer to fund operations Haj affairs in Malaysia

มูฮัมหมัด ปุ¹, อับบาส พาลีเซตต์², และ ลีเซห์ ดะยี้³

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อกองทุนกิจการฮัจย์ในประเทศมาเลเซีย เลือกผู้ให้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ (Tabung Hajji) ที่อาศัยอยู่ในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาสามารถแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ และเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์

ผลการศึกษาพบว่า 1).ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นนักศึกษา มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 1,200 RM มีระยะเวลาใช้บริการ 1-5 ปี มีจำนวนเงินที่ฝาก ณ ปัจจุบันระหว่าง 1,3001-5,000 RM และมีวัตถุประสงค์ของการออมทรัพย์เพื่อประกอบพิธีฮัจย์ 2).ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแบ่งเป็น 7 ด้าน จากศึกษาพบว่า (1) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (2) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก (4) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (5) ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก (6) ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด และ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก 3).เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่ไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่ไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่ไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระยะเวลาการใช้บริการต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่ไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีจำนวนเงินที่ฝาก ณ

ปัจจุบันต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ของการออมทรัพย์ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ที่ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ฮัจย์, อุมเราะฮฺ, กองทุนกิจการฮัจย์, ความพึงพอใจของลูกค้า, การประเมินผลการดำเนินงาน

¹ อาจารย์สาขาการจัดการธุรกิจดิจิทัลและนวัตกรรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ,
Muhammad.pu@yru.ac.th

² อาจารย์สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ,Abbas.p@yru.ac.th

³ อาจารย์สาขาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ,daleesah.d@yru.ac.th

The satisfaction of the customer to fund operations Haj affairs in Malaysia

Muhammad Pu¹, Abbas Palikhet², and Daleesah Dayee³

Abstract

This research is to study the satisfaction of service users about the Hajj Fund. By selecting 400 Hajj service users (Tabung Hajji) living in Kedah state Malaysia. Data were collected by questionnaires and use statistical software for data analysis. The study results can be divided into 3 parts: Personal information, Satisfaction of users of the Hajj Affairs Fund and Comparison of the relationship between personal factors and the satisfaction of users of the Hajj fund.

The results showed that 1). Most respondents are male. Under 25 years old. Single status. Have a bachelor's degree. Have a career as a student. Monthly household income is less than Rm1,200. With a service period of 1-5 years. The current deposit amount is between Rm 1,300 - Rm5,000 and with the purpose of saving for Hajj. 2). The level of satisfaction with the use of Hajj Fund services of the respondents can be divided into 7 aspects. (1) The product level is in a high level (2) The price is at a high level (3) Distribution channels are at a high level. (4) Marketing promotion is at a high level. (5) The personnel is at a high level (6) The process is at the highest level and (7) Physical characteristics are at a high level. 3). Comparison of the relationship between personal factors and the satisfaction of users of the Hajj fund found that, The users of the sex who had different levels of satisfaction in using Hajj Funds were not different. Users of different ages have different levels of satisfaction with using HJF services. The users with different status had no different level of satisfaction in using Hajj Fund services. Users with different educational levels have different levels of satisfaction in using Hajj Fund services. Users with different occupations had different levels of satisfaction in using Hajj Fund services. Users with different household incomes per month have different levels of satisfaction in using Hajj Affairs. Users with

different service periods have different levels of satisfaction in using Hajj Business Fund services and users with different amounts of deposits at present have different levels of satisfaction in using Hajj Business Fund services. Users with different purposes of saving have different levels of satisfaction in using the Hajj Business Fund service.

Keyword: Haj, Umrah, Haj Fund, Customer Satisfaction, Performance Evaluation

¹ Lecturer in Digital Business Management and Innovation course faculty of management science Yala Rajabhat University , Muhammad.pu@yru.ac.th

² Lecturer in International business course faculty of management science Yala Rajabhat University ,Abbas.p@yru.ac.th

³ Lecturer in Tourism business management course faculty of management science Yala Rajabhat University ,

บทนำ

การประกอบพิธีฮัจญ์เป็นหนึ่งในห้าของหลักการปฏิบัติศาสนกิจตามหลักการอิสลามที่มุสลิมทุกคนต้องปฏิบัติตาม โดยการปฏิบัติศาสนกิจตามหลักการอิสลามหรือรูก่านอิสลาม 5 ประการ ประกอบด้วย (1) การปฏิญาณตน (2) การนมาซหรือละหมาด (3) การจ่ายซะกาตหรือการให้ทาน (5) การถือศีลอด และ (5) การประกอบพิธีฮัจญ์

เล่าจากอิบนิอุมร์ ร.ด.² ว่า แท้จริงท่านรอซูล ช.ล.³ ได้กล่าวว่า “อิสลามถูกสร้างอยู่บนหลัก 5 ประการ คือ การปฏิญาณตนว่าไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลลอฮ์ และแท้จริงมุฮัมมัดเป็นทูตประกาศศาสนาของอัลลอฮ์ ต้องธำรงละหมาด จ่ายซะกาต ประกอบพิธีฮัจญ์และถือศีลอดในเดือนรอมฎอน”

รายงานโดยบุคอรีและมุสลิม

ทั้งนี้การประกอบพิธีฮัจญ์จึงเป็นหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งเป็นข้อกำหนดสำหรับมุสลิมที่มีความพร้อม กล่าวคือ มีสุขภาพแข็งแรง สติปัญญาสมบูรณ์ มีทรัพย์สินเพียงพอในการใช้จ่ายโดยมิต้องเป็นหนี้สินและเดือดร้อนบุคคลที่ต้องรับผิดชอบ และเส้นทางที่จะเดินทางไปจะต้องปลอดภัย. ด้วยเหตุนี้ การประกอบพิธีฮัจญ์จึงเป็นหลักปฏิบัติหรืออิบาตะห์ต่ออัลลอฮ์ ซึ่งเป็นเป้าหมายในการขัดเกลาจิตใจให้สะอาดบริสุทธิ์ ผู้ที่เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ต้องใช้ความอดุสาหะ เสียสละทั้งกำลังกาย กำลังทรัพย์ กำลังสติปัญญา และต้องอดทนต่อความยากลำบาก อีกทั้งต้องมีความสามารถที่จะไปได้โดยไม่ต้องกู้หนี้ หรือยืมทรัพย์สินของผู้อื่น (มานโซฮ พรหมปัญญา และคณะ, 2560, หน้า 1452)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินผลการดำเนินงานกองทุนกิจการฮัจญ์ในมาเลเซียด้าน (1) มิติจริยธรรมการประกอบธุรกิจ (2) มิติความพึงพอใจของลูกค้า (3) มิตินวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์และการบริการ (4) มิติสถานะทางการเงินและ (5) มิติการพัฒนาการดำเนินงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรประกอบด้วย ผู้ใช้บริการกองทุนกิจการฮัจญ์ในประเทศมาเลเซีย ผู้บริหารกองทุนกิจการฮัจญ์ของมาเลเซีย คณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจญ์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อ กิจการศาสนา

² ร.ด. เป็นถ้อยคำสรรเสริญในภาษาอาหรับซึ่งเป็นมารยาทให้กล่าวและเขียนหลังจากเอ่ยนามของสาวกคนหนึ่งคนใดของท่านศาสดามูฮัมมัด ช.ล. อ่านว่า “เราะฎัยัลลอฮูอันฮู” แปลว่า “ขออัลลอฮ์ทรงพอพระทัยเขาด้วยเถิด”

³ช.ล. เป็นถ้อยคำสรรเสริญภาษาอาหรับซึ่งเป็นมารยาทให้กล่าวและเขียนหลังจากเอ่ยนามของสาวกคนหนึ่งคนใดของท่านศาสดามูฮัมมัด อ่านว่า “ค็อลลัลลอฮอะลัยฮิ วะอาลีฮิวะสลัม” แปลว่า “ขออัลลอฮ์ทรงประทานพรและศานติแก่ท่านและวงศ์วานของท่านด้วยเถิด”

อิสลามของไทย ผู้ประกอบการฮัจย์ไทย คณะทำงานกิจการฮัจย์ในศูนย์อำนวยการบริหาร จังหวัดชายแดนภาคใต้ และนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านฮัจย์ของไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจำแนกแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์ โดยเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ ผู้บริหารกองทุนกิจการฮัจย์ของมาเลเซีย จำนวน 1 ท่าน คณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทย จำนวน 1 ท่าน คณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อกิจการศาสนาอิสลามของไทย จำนวน 1 ท่าน ผู้ประกอบการฮัจย์ไทย จำนวน 1 ท่าน คณะทำงานกิจการฮัจย์ในศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 1 ท่าน นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านฮัจย์ของไทย จำนวน 1 ท่าน มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ท่าน 2) กลุ่มตัวอย่างที่วิธีการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวน ประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง จากนั้นดำเนินการเลือกเก็บข้อมูลตามความสะดวก (convenience sampling) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ที่อาศัยอยู่ในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย

ผลการวิจัย

การศึกษารูปแบบการดำเนินงานกิจการฮัจย์ของประเทศมาเลเซียเพื่อประเมินผลการดำเนินงานกองทุนกิจการฮัจย์ในมาเลเซียด้าน (1) มิติจริยธรรมการประกอบธุรกิจ (2) มิติความพึงพอใจของลูกค้า (3) มิตินวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์และการบริการ (4) มิติสถานะทางการเงินและ (5) มิติการพัฒนาการดำเนินงาน โดยทำการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน คือ เชิงคุณภาพและปริมาณ โดยใช้เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุมผู้บริหารในกองทุนกิจการฮัจย์ในประเทศมาเลเซีย คณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อกิจการศาสนาอิสลามของไทย ผู้ประกอบการฮัจย์ไทย คณะทำงานกิจการฮัจย์ในศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ นักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านฮัจย์และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ (Tabung Haji) ที่อาศัยอยู่ในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย จำนวน 400 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ตามแบบอุปนัย (Inductive analysis) คือสร้างข้อสรุปของข้อมูลจากสิ่งที่ปรากฏขึ้นจาก

การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์เชิงลึก แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบรายงานเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

รูปแบบการดำเนินงานกิจการฮัจย์ของประเทศมาเลเซียจะเป็นการจัดโครงสร้างองค์กรของกองทุนกิจการฮัจย์ (Tabung Haji) เป็นไปตามพระราชบัญญัติ Tabung Haji 1995 (Act 535) ที่ระบุถึงอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในทุกระดับ โดยอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการเป็นไปตามมาตรา 4 (1) พ.ร.บ. Tabung Haji 1995 (Act 535) ที่บัญญัติไว้เกี่ยวกับการบริหารกองทุนและเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการของผู้แสวงบุญ โดยคณะกรรมการเป็นผู้กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ทิศทางการพัฒนา วัตถุประสงค์การจัดการและการติดตามความสำเร็จขององค์กร รวมทั้งการบริหารกองทุนสวัสดิภาพของผู้แสวงบุญรวม และเรื่องอื่น ๆ

สำหรับการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหาร (Board of Directors) เป็นไปตามข้อบังคับของพระราชบัญญัติ Tabung Haji 1995 (Act 535) ส่วนที่ 2 มาตรา 6 ซึ่งประกอบด้วย ประธานคือรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี 1 คน ผู้แทนกระทรวงการคลัง 1 คน และผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่เกิน 7 คน กองทุนกิจการฮัจย์สามารถแบ่งเป็น 5 แผนกงานคือ (1) แผนกการเงิน (2) แผนกเงินฝาก (3) แผนกฮัจย์ (4) แผนกทรัพยากรบุคคล และ (5) แผนกการลงทุน ภายใต้การกำกับดูแลของกรรมการผู้จัดการกลุ่มและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Group Managing Director & CEO)

การประเมินผลการดำเนินงานกองทุนกิจการฮัจย์ในมาเลเซีย ด้านมิติจริยธรรมการประกอบธุรกิจ มิติความพึงพอใจของลูกค้า มิตินวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์และการบริการ มิติสถานะทางการเงิน และมิติการพัฒนาการดำเนินงาน

(1) มิติจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

กองทุนกิจการฮัจย์ได้นำหลักซารีอะห์และจริยธรรมทางธุรกิจ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน กล่าวคือ การแต่งตั้งฝ่ายซารีอะห์เพื่อเป็นตัวกลางระหว่างฝ่ายบริหารกับคณะกรรมการที่ปรึกษาซารีอะห์ (Shariah Division) การตั้งฝ่ายสุจริตธรรม (Integrity Division) เพื่อวัตถุประสงค์คือ (1) สร้างบรรยากาศธุรกิจที่ดำเนินการภายใต้ความเป็นธรรม โปร่งใส และเป็นอิสระ ปราศจากทุจริตและการใช้อำนาจโดยมิชอบ (2) พัฒนาประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้น (3) ดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความซื่อสัตย์ต่อสังคม ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและสวัสดิภาพสังคมที่ดี (4) พัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการและการควบคุมภายใน (5) ปรับใช้วัฒนธรรมแบบสุจริตธรรมในองค์กร และ (6) สร้างฐานะทางการเงินที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ และการดำเนินกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม (Corporate

Social Responsibility) ที่ดำเนินการโดยกองทุนกิจการฮัจย์ (Tabung Haji) มีความหลากหลาย ทั้งนี้สามารถแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านสวัสดิการชุมชน ด้านสถานที่ทำงาน และด้านสิ่งแวดล้อม

(2) มิตិความพึงพอใจของลูกค้า

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแบ่งเป็น 7 ด้าน จากศึกษาพบว่า (1) ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (2) ด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (4) ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (5) ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (6) ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.03-4.61

(3) มิตินวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์และการบริการ

จากการศึกษาพบว่า กองทุนกิจการฮัจย์มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพียงรูปแบบเดียว คือการออมทรัพย์ที่นำหลักการวะดีอะห์ ยัด เตอะมานะฮ์ (Wadiah Yad Damanah) มาประยุกต์ใช้ โดยหลักการดังกล่าวนี้ ผู้ฝากเงินอนุญาตให้สถาบันการเงินหรือธนาคารนำเงินฝากไปลงทุนตามหลักศาสนาอิสลามได้ โดยที่สถาบันการเงินหรือธนาคารจะคืนเงินฝากเมื่อลูกค้าทวงถาม มีการรับประกันเงินฝากทั้งจำนวน แต่จะไม่มีกำหนดผลตอบแทนเป็นส่วนหนึ่งในสัญญา เพราะจะถือว่าเป็นริบาหรือดอกเบี้ย แต่สถาบันการเงินหรือธนาคารจะกำหนด “ฮิบะฮ์” หรือกำไร หรือของขวัญ หรือสินน้ำใจ โดยทั่วไปจะกำหนดให้ฮิบะฮ์มีอัตราที่อาจใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในตลาด หากอ้างอิง จากอัลกุรฏาน ฮาดิษ และความคิดเห็นของนักปราชญ์ด้านอิสลาม อนุญาตให้มีการกำหนดฮิบะฮ์ได้โดยกองทุนกิจการฮัจย์ได้แบ่งประเภทของฮิบะฮ์ออกเป็น 2 ประเภทคือ ฮิบะฮ์ประจำปีกับฮิบะฮ์ฮัจย์ โดยฮิบะฮ์ประจำปีจะจัดสรรกำไรกับผู้ฝากเงินทั่วไป ส่วนฮิบะฮ์ฮัจย์จะจัดสรรกำไรกับผู้แสวงบุญที่จะประกอบพิธีฮัจย์เป็นครั้งแรกในชีวิต โดยการจัดสรรกำไรในรูปแบบฮิบะฮ์นั้นอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติ Tabung Haji 1995 ส่วนที่ 22 (1) และ (2)

(4) มิตีสถานะทางการเงิน

เป็นการวิเคราะห์สถานะทางการเงินของกองทุนกิจการฮัจย์ โดยงานวิจัยนี้ได้นำข้อมูลทางการเงินของกองทุนกิจการฮัจย์ ตั้งแต่ ปี 2012-2016 แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ด้าน คือ อัตราส่วนทางการเงินด้านสภาพคล่อง อัตราส่วนทางการเงินด้านประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ อัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถในการชำระหนี้ และอัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถในการทำกำไร

(5) มิติการพัฒนาการดำเนินงาน

มิติการพัฒนาการดำเนินงาน เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงานของกองทุนกิจการฮัจย์ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงานใน 2 ด้าน คือ ด้านการบริการรับฝากเงิน และด้านการบริหารฮัจย์ เนื่องจากทั้งสองด้านมีความสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ใช้บริการหรือลูกค้าของกองทุนกิจการฮัจย์

อภิปรายผล

การประเมินผลการดำเนินงานกองทุนกิจการฮัจย์ในมาเลเซีย ด้านมิติจริยธรรมการประกอบธุรกิจ มิติความพึงพอใจของลูกค้า มิตินวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์และการบริการ มิติสถานะทางการเงิน และมิติการพัฒนาการดำเนินงาน

(1) มิติจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

กองทุนกิจการฮัจย์ได้นำหลักซารีอะห์และจริยธรรมทางธุรกิจ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน คือ การตั้งฝ่ายซารีอะห์ (Shariah Division) การตั้งฝ่ายสุจริตธรรม (Integrity Division) และการดำเนินกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility)

(2) มิติความพึงพอใจของลูกค้า

จากศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการกองทุนกิจการฮัจย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านกระบวนการมีระดับความพึงพอใจสูงสุด แต่การศึกษาของ Ahmad, M.F et al. (2014) ภาพรวมผู้ประกอบการพิธีฮัจย์ชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจในบริการฮัจย์ในระดับสูง ส่วนการศึกษาของ อุไรวรรณ จันทร์เจริญ วงษ์ (2555) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีผลอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด แต่ งานวิจัยของ ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลในเชิงบวกมากที่สุดต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ลำดับแรก ได้แก่ ด้านพนักงาน

(3) มิตินวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์และการบริการ

จากการศึกษาพบว่า กองทุนกิจการฮัจย์มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพียงรูปแบบเดียว คือการออมทรัพย์ที่นำหลักการวะดีอะห์ ยัด เดอะมานะฮ์ (Wadiah Yad Damanah) มีการนำเสนอนวัตกรรมและการ

บริการ 2 ด้าน คือ การบริการรับฝากเงินกับการบริการฮัจญ์ มีเคาน์เตอร์ให้บริการกว่า 120 จุด กองทุนกิจการฮัจญ์ ยังได้ริเริ่มโครงการภายใต้ชื่อว่า “TH Community Mobile Service” หรือ การบริการเคลื่อนที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตชนบท ห่างไกลหรือผู้ที่อาศัยไกลจากจุดให้บริการของ กองทุนกิจการฮัจญ์

กองทุนกิจการฮัจญ์เลือกใช้กลยุทธ์ด้านการบริการรับฝากเงิน 3 ประเภท คือ พันธมิตรทางธุรกิจ การบริการระบบออนไลน์ และสร้างความร่วมมือกับตัวแทนรับฝาก ผ่านช่องทางการบริการที่หลากหลาย เช่น เคาน์เตอร์ เอทีเอ็ม ธนาคารออนไลน์ Uniteller ะอิเล็กทรอนิกส์ e-THIJARI Portal M2u และ iRakyat เป็นต้น โดยครอบคลุมธุรกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การโอนเงิน สอบถามยอดเงิน ฝากเงิน ฝากเช็ค ถอนเงินสด และการลงทะเบียนฮัจญ์ เป็นต้น

(4) มิติสถานะทางการเงิน

เป็นการวิเคราะห์สถานะทางการเงินของกองทุนกิจการฮัจญ์ โดยงานวิจัยนี้ได้้นำข้อมูลทางการเงินของกองทุนกิจการฮัจญ์ ตั้งแต่ ปี 2012-2016 แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ด้าน คือ อัตราส่วนทางการเงินด้านสภาพคล่อง อัตราส่วนทางการเงินด้านประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ อัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถในการชำระหนี้ และอัตราส่วนทางการเงินด้านความสามารถในการทำกำไร

(5) มิติการพัฒนาการดำเนินงาน

กองทุนกิจการฮัจญ์เลือกใช้กลยุทธ์ด้านการบริการรับฝากเงิน 3 ประเภท คือ พันธมิตรทางธุรกิจ การบริการระบบออนไลน์ และสร้างความร่วมมือกับตัวแทนรับฝาก ทั้งนี้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อเคาน์เตอร์บริการ และศูนย์การติดต่อ (TabungHaji Contact Center) พบว่า ในปี พ. ศ. 2559 อยู่ที่ร้อยละ 99.95 และ 100 ตามลำดับ ส่วนด้านการบริการฮัจญ์ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานและ ดัชนีชี้วัดความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นตลอดทั้ง 4 ปีที่ผ่านมา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงประเด็นที่น่าสนใจในการทำวิจัยครั้งต่อไป คือ 1) ฮัจญ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมุสลิมไทย 2) นวัตกรรมองค์การกับบริหารกิจการฮัจญ์ในประเทศไทย และ 3) บทบาทขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมกิจการฮัจญ์ในประเทศไทย