

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่พักของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทย

สุรพันธ์ อามินเซ็น^{1*}, อนันต์ สะเต็ม²

^{1,2} วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: Surapan_van@hotmail.com^{1*}

วันรับ: 28 มีนาคม 2568 วันแก้ไข: 13 มิถุนายน 2568 วันตอบรับ: 14 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่พักของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทย วิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods) กลุ่มตัวอย่าง ผู้แสวงบุญชาวไทยมุสลิมในการประกอบพิธีฮัจย์ ณ ประเทศซาอุดีอาระเบีย พ.ศ. 2567 จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์ผู้บริหารผู้ประกอบการฮัจย์ จำนวน 5 ท่าน สถิติพรรณนาประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7P' ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการฮัจย์ของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05 จริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการฮัจย์ของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่าง พบว่า จริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำมีค่านัยสำคัญ 0.000 มีผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการฮัจย์ของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ พบว่า ผู้บริหารมีความกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายตลอดของการเดินทาง เพราะปัจจุบันมีราคาที่สูงขึ้น และผู้บริหารส่วนใหญ่ปรับปรุงและพัฒนากิจการตนเองอยู่เสมอ ให้มีความทันสมัย และสามารถรองรับลูกค้าได้

คำสำคัญ: การยกระดับ, คุณภาพการบริการฮัจย์, ผู้ประกอบกิจการฮัจย์.

Guidelines for Enhancing the Quality of Accommodation Services Provided by Thai Hajj Operators

Surapan Arminsen^{1*}, Anan Salem²

^{1*,2}International Islamic College Bangkok, Krirk University, Thailand

Corresponding Author; E-mail: Surapan_van@hotmail.com^{1*}

Received: 28 March 2025

Revised: 13 June 2025

Accepted: 14 June 2025

Abstract

This study aims to explore approaches for improving the quality of accommodation services provided by Thai Hajj business operators. A mixed-methods research design was employed. The sample consisted of 400 Thai Muslim pilgrims who performed the Hajj pilgrimage in Saudi Arabia in 2024. Additionally, in-depth interviews were conducted with five executives from Hajj business operations. Descriptive statistics used included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics involved multiple regression analysis, and qualitative data were analyzed using content analysis.

The results of the research showed that 7P Marketing Mix' This affects the improvement of the quality of Hajj services of Hajj operators. Significantly at the statistical level of 0.05 Ethics and leadership of entrepreneurs affect the improvement of the quality of Hajj services of Hajj operators. It was found that the ethics of entrepreneurs and leadership It has a significant value of 0.000, affecting the improvement of the quality of Hajj services of Hajj operators. The results of the qualitative analysis show that the management is worried about the cost of the trip because the price of products is currently higher and most of the executives are always improving and developing their own business to be modern and able to accommodate customers.

Keywords: Enhancement, Hajj Service Quality, Hajj Operators.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พิธีฮัจญ์เป็นหลักการปฏิบัติศาสนกิจตามหลักของศาสนาอิสลามที่ชาวมุสลิมทุกคนต้องปฏิบัติตาม โดยการปฏิบัติศาสนกิจตามหลักการของศาสนาอิสลามหรือรูกอนอิสลาม นั้นมี 5 ประการ คือ 1) การปฏิญาณตน หรือการกล่าวชะฮาดะฮ์ 2) การนมาซหรือที่เรียกกันว่าละหมาด 3) การให้ทานหรือการจ่ายซะกาต 4) การถือศีลอด 5) การประกอบพิธีฮัจญ์ ซึ่งการประกอบพิธีฮัจญ์นั้นถือเป็นหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม เป็นข้อกำหนดสำหรับชาวมุสลิมที่มีความพร้อม กล่าวคือ มีสุขภาพแข็งแรง มีสติปัญญาสมบูรณ์ มีทรัพย์สินเพียงพอในการใช้จ่าย โดยไม่สร้างหนี้สินและสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น ไม่เพียงเท่านั้น ยังมีข้อกำหนดเรื่องเส้นทางการเดินทางนั้น จะต้องมีความปลอดภัยตลอดเส้นทาง ดังนั้น การนำที่ดินหรือทรัพย์สินไปจำนอง จำนำ หรือไปขาย เพื่อที่จะนำเงินไปประกอบพิธีฮัจญ์ และเมื่อได้เดินทางกลับมาจากการประกอบพิธีฮัจญ์แล้วเป็นเหตุทำให้ไม่มีที่ทำกินหรือเป็นเหตุให้เกิดความเดือดร้อนให้แก่บุตรหลานหรือคนรอบข้าง ดังกล่าวจึงนับได้ว่าบุคคลนั้นยังไม่มีความพร้อมในด้านทรัพย์สินและไม่มีข้อบังคับใด ๆ ในการประกอบพิธีฮัจญ์ และหากไม่มีความสามารถทางด้านทรัพย์สินหรือสุขภาพ ก็จะไม่เป็นความผิดแต่อย่างใด เนื่องจากตกอยู่ในเหตุของการด้อยความสามารถ ดังนั้นหากบุคคลใดประสงค์ใคร่เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ต่างก็ต้องอดออมมัธยัสถ์ ทำงานด้วยความสุจริตและประพฤติตนตามหลักศาสนาอย่างเคร่งครัดด้วยทั้งกาย วาจา และทางใจ ดังนั้นการประกอบพิธีฮัจญ์นั้นจึงถือเป็นหลักปฏิบัติหรืออิบาดะฮ์ต่ออัลลอฮ์ ซึ่งเป็นเป้าหมายในการขัดจิตใจให้สะอาดบริสุทธิ์ ผู้ใดที่ได้เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ จำเป็นต้องใช้ความอดทน มีความเสียสละทั้งกำลังกาย กำลังทรัพย์ กำลังสติปัญญา และอดทนต่อความยากลำบาก อีกทั้งต้องมีความสามารถที่จะเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ได้โดยไม่ต้องกู้หนี้ หรือยืมทรัพย์สินของผู้อื่น (มาโนช พรหมปัญญา, 2560)

ในขณะที่ผู้ประกอบการฮัจญ์หรือบริษัทนำเที่ยวผู้ให้บริการแก่ผู้แสวงบุญหรือผู้แสวงบุญมุสลิมจากประเทศไทยไปยังนครมักกะห์และมะดีนะห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย นั้น ฝ่ายประสานกิจการศาสนาอิสลาม กองศาสนาภูมิภาค กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม เป็นผู้รับผิดชอบดูแลภายใต้พระราชบัญญัติ กฎกระทรวงระเบียบนับแต่ปี พ.ศ. 2524 จนถึงปัจจุบันในปี พ.ศ. 2567 ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมกิจการการรับบริการขนส่งในกิจการฮัจญ์ การบริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮัจญ์ และการโฆษณาหรือกระทำการอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮัจญ์ การจัดการอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮัจญ์ การกำหนดวงเงินค่าประกัน การรับบริการขนส่ง การกำหนดทุนจดทะเบียนหรือทุนของหุ้นส่วนทุกคนสำหรับนิติบุคคลที่ขอรับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบกิจการฮัจญ์ และกองทุนสำหรับผู้เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ร่วมกับกรมกิจการกฎหมายกระทรวงฮัจญ์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย (มาโนช พรหมปัญญา, 2560)

ข้อมูลการเดินทางไปประกอบพิธีฮัจย์ พบว่า จะมีค่าใช้จ่ายหลักๆ ประกอบด้วย ค่าบ้านพัก โรงแรม เครื่องบิน อาหาร ค่าใช้จ่ายในห้วงเวลาประกอบพิธีฮัจย์ และค่าทำเนียบต่าง ๆ ประมาณการค่าใช้จ่ายที่ 220,000 บาท แต่ในปี พ.ศ. 2567 ผู้ประกอบกิจการฮัจย์เรียกเก็บจากผู้แสวงบุญราคาตั้งแต่ 230,000 - 290,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่สูงเกินควร สอดคล้องกับกระทรวงฮัจย์ ประเทศซาอุดีอาระเบียได้แจ้งต่อที่ประชุมสันนิบาตมุสลิมโลก (The MuslimWorld League) และองค์การการประชุมอิสลาม (OIC) ในปี พ.ศ. 2551 ถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะกับมุสลิมชาวไทยในเรื่องการบริหารจัดการของภาครัฐและผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทย

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่พักรของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทย เพื่อนำรูปแบบการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทยไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาบริษัทผู้ประกอบกิจการต่อไป ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจในการที่จะศึกษาเพื่อนำผลการวิจัยมาศึกษาและยกระดับคุณภาพการบริการแก่ผู้แสวงบุญต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P' และจริยธรรมของผู้ประกอบกิจการ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่พักรของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P' ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการฮัจย์ของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 จริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการฮัจย์ของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง การวางแผนด้านคุณภาพเป็นงานส่วนหนึ่งของ ไตรภาคีแห่งคุณภาพ (quality trilogy) ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนด้านคุณภาพการควบคุมคุณภาพ และการปรับปรุงคุณภาพ เขามีแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานจำเป็นในการนำยุทธวิธีการวางแผน ด้านคุณภาพไปใช้กับบริษัททั่วไปดังนี้คือ สามารถมองเห็นว่าใครคือลูกค้าและความต้องการของลูกค้ามี การวางแผนเป้าหมายด้านคุณภาพที่เป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติมีระบบการวัดคุณภาพมีศักยภาพใน ด้านกระบวนการวางแผนที่จะให้บรรลุเป้าหมายด้านคุณภาพภายใต้

เงื่อนไขของการปฏิบัติงานจริงและการสร้างผลงานอย่างต่อเนื่องในการเพิ่มส่วนแบ่งของตลาดราคาที่เหมาะสม และการลดอัตราการเกิด ข้อบกพร่องข้อผิดพลาดในห้องทำงานและในโรงงานสำหรับแผนที่เส้นทางการวางแผน ด้านคุณภาพ ก็จะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ (Juran, 1998) อีกทั้งคุณภาพการบริการนั้นเป็นตัวชี้วัดและบ่งบอก ให้รู้ถึงระดับการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับได้ บบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับที่ขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ อีกทั้งคุณภาพการให้บริการนั้นหากเป็นการบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้า จนทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดี (กิตต์กวีนิเทศน์ วงศ์หมั่น, 2561)

ส่วนประสมทางการตลาด 7P'

ส่วนประสมทางการตลาดดั้งเดิม มีผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสาร ด้านการตลาดนั้นไม่เหมาะสมและไม่ครอบคลุมที่จะใช้กับการบริการ เนื่องจากการบริการโดยทั่วไป มีความแตกต่างจากสินค้าธรรมดาทั่วไป และได้มีการเสนอในเรื่องแนวคิดใหม่ในเรื่อง "ส่วนประสมการตลาด บริการ" ขึ้นมาโดยเฉพาะส่วนประสมการตลาดบริการดังกล่าวต้องประกอบไปด้วย ส่วนประสมการตลาดแบบเดิม คือ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ร่วมกับองค์ประกอบที่เพิ่มเติม ขึ้นมาอีก 3 ส่วนคือบุคลากรหลักฐานทางกายภาพ และกระบวนการ (Zeithaml and Bitner ,2000:18-21) และ เนื่องจากการที่บริการนั้นมีลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากสินค้าทั่วไป คือ บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และ ไม่มีตัวตน นอกเหนือจากนี้บริการยังขึ้นกับเวลาเป็นหลัก ดังนั้นส่วนประสมการตลาดบริการ จะมีองค์ประกอบเพิ่ม ขึ้นมาจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป โดยจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่เป็นส่วนประสม ทั้ง 7 อย่าง ดังนี้ (Kotler and Keller, 2016 ; Armstrong and Kotler ,2014) ได้แก่ 1. ผลิตภัณฑ์(Product) 2. ราคา (Price) 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) 4. การส่งเสริมการตลาด(Promotion) 5. บุคลากร (People) 6. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) และ 7. กระบวนการ(Process)

จริยธรรมผู้นำ

ประชุม โพธิกุล (2565) กล่าวว่า ความเป็นผู้นำทางด้านจริยธรรม หมายถึง การที่ผู้นำปฏิบัติตนให้ สอดคล้องกับความเป็นจริง (Reality) ผู้นำด้านจริยธรรมเกี่ยวข้องกับความยุติธรรม ความเสมอภาค ความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบและพันธกิจ สามารถที่จะจูงใจ ให้ผู้ตามมองไกลไปกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว เพื่อประโยชน์ของ องค์การหรือเพื่อส่วนรวมแทน ซึ่งถือว่า เป็นการยกระดับคุณธรรมของผู้ตามให้สูงขึ้น (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2563) พฤติกรรมของบุคคลสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อบุคคลหนึ่งเพื่อให้เขาผู้นั้นเห็นด้วย คล้อยตามและปฏิบัติตาม ในสิ่งที่ตนต้องการ การที่ผู้นำสามารถมีอิทธิพลในการชักนำให้ผู้อื่นทำตามที่ตนประสงค์ตามความหมายของภาวะ ผู้นำนั้น Yukl (2022) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการใช้อิทธิพลโน้มน้าวที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มหรือวัตถุประสงค์

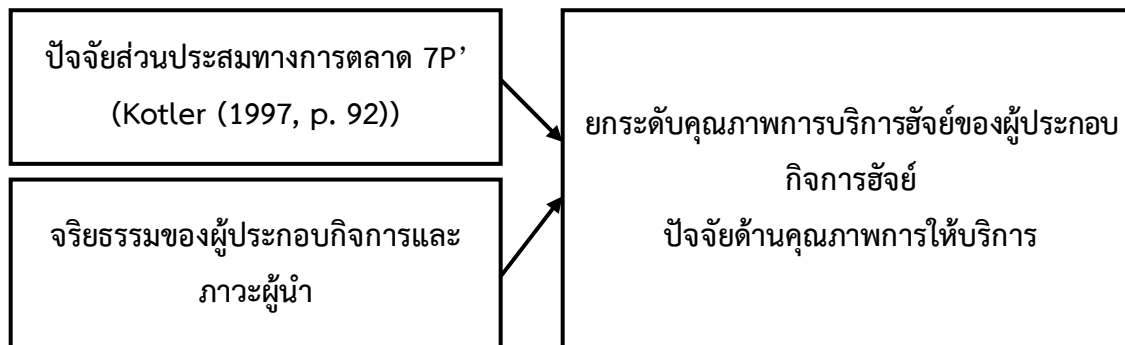
ขององค์การหรือกระบวนการใช้อิทธิพล กระบวนการกระตุ้นพฤติกรรมการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ กระบวนการโน้มน้าวหรือใช้อิทธิพลต่อกลุ่มและกระบวนการรักษาสภาพกลุ่มและวัฒนธรรมของกลุ่ม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อารีสิน ยามา. (2565). ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการฮัจย์ของชาอุดูอาระเบีย: สำนวน ปัญหาการดำเนินการฮัจย์ของไทย และรูปแบบการจัดการของอินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกิจการฮัจย์ของชาอุดูอาระเบีย และการบริหารกิจการฮัจย์ของไทยภายใต้การกำกับดูแลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการฮัจย์ของไทย และสำรวจตัวแบบการจัดการกิจการฮัจย์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ คณะวิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์เอกสาร และการประชุมระดมสมอง โดยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจงจำนวน 40 คน จากพื้นที่ 3 ภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์แบบไร้โครงสร้าง ผ่านการพิจารณาตามกระบวนการทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสนทนา บันทึกเสียง และการจดบันทึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการบรรยายเชิงพรรณนา และดัดแปลงขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของโคไลซีซี (1978) ผลการวิจัยพบว่า ชาอุดูอาระเบียได้นำเทคโนโลยีมาใช้ควบคุมระบบการบริหารจัดการฮัจย์ (E-TRACK) ส่งผลให้การบริหารจัดการ มีประสิทธิภาพมากกว่าอดีต ส่วนปัญหาการดำเนินการฮัจย์ของไทยมีหลายประการ ทั้งปัญหาการบริหารจัดการฮัจย์ภายใต้หน่วยงานรัฐ ระบบโควตา การเดินทางโดยสายการบิน การบริการที่พัก อาหารและการเดินทางภายในชาอุดูอาระเบีย ขณะที่การศึกษาตัวแบบจากมาเลเซีย อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ ล้วนมีโครงสร้างองค์กรที่ทำหน้าที่บริหารจัดการฮัจย์อย่างเป็นระบบและมีความชัดเจน สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการฮัจย์ของไทยได้

จิราพร เปี้ยสินธุ. (2564). ได้ทำการศึกษาเรื่อง ตาบุ่งฮัจญ์กับความยั่งยืนในการประกอบพิธีฮัจย์ของ ประเทศมาเลเซีย. มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแบบการบริหารกิจการฮัจย์ของประเทศมาเลเซียผ่านกองทุนตาบุ่งฮัจญ์ (Tabung Haji) และ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของการประกอบพิธีฮัจย์ของประเทศมาเลเซีย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และสมาชิกของกองทุนตาบุ่งฮัจญ์ (Tabung Haji) ในประเทศมาเลเซีย วิเคราะห์และแปลผลข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิด 7s McKinsey ผลการวิจัยพบว่า กองทุนตาบุ่งฮัจญ์ (Tabung Haji) เป็นสถาบันการเงินอิสลามที่รัฐตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนฮัจญ์ ค.ศ. 1995 และเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการฮัจย์ของประเทศมาเลเซีย กองทุนตาบุ่งฮัจญ์ (Tabung Haji) ให้บริการด้านการฮัจย์แก่มุสลิมในมาเลเซียเสมือนรัฐให้บริการสาธารณูปโภคพื้นฐานแก่คนในชาติส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงการประกอบพิธีฮัจย์มากขึ้นผ่านการออมทรัพย์ทำให้กองทุนเข้มแข็ง สามารถสร้างรายได้ที่ฮาลาลตามหลักอิสลาม จึงได้รับความไว้วางใจจากประชาชนเป็นอย่างดีก่อให้เกิดการบริหารกิจการฮัจญ์ที่ยั่งยืนในประเทศ

กรอบแนวคิดงานวิจัย



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่พักของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทย ทำการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีระเบียบวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

วิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ประชากร ได้แก่ ผู้แสวงบุญชาวไทยในการประกอบพิธีฮัจญ์ ณ ประเทศซาอุดีอาระเบีย พ.ศ. 2567 มีจำนวน 7,732 คน (ที่มา : กองส่งเสริมองค์กรศาสนาอิสลามและกิจการฮัจย์, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง และหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane) ในกรณีที่มีความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

วิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร จำนวน 5 ท่าน ที่ประกอบกิจการที่พักโดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบมี จุดมุ่งหมายของการศึกษาเป็นหลัก (Purposeful Selection) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติภายใต้กรอบของการศึกษาวิจัยซึ่งเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้บริหารที่ประกอบกิจการฮัจย์ในห้วงเวลาฮัจย์
2. มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
3. มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามของการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยทางผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามโดยการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้
2. การเก็บข้อมูลแบบแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้ผู้ที่เป็นแสบบุญในประเทศซาอุดีอาระเบีย จำนวน 400 ชุด
3. ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการค้นคว้าหาข้อมูลของเอกสาร วิจัย ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อทำการประกอบกับการสร้างแบบสอบถาม

การวิจัยเชิงคุณภาพ

- 1.) ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยจากภาควิชาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ถึงผู้บริหารกิจการฮัจญ์เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัยโดยแนบกำหนดการนัดหมายที่จะไปสัมภาษณ์ พร้อมทั้งคัดเลือกผู้บริหารที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ เพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย
- 2.) ผู้วิจัยส่งแบบสัมภาษณ์ให้กับผู้บริหารที่จัดการด้านที่พักที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 5 คน ล่วงหน้า 3 วันก่อนวันที่นัดสัมภาษณ์ ด้วยตนเอง
- 3.) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ(Key Informant Interview) จำนวน 5 คน โดยทำการสัมภาษณ์เป็นเวลา 1 - 2 ชั่วโมง ต่อ 1 คน ด้วยตัวเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P' และ จริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการฮัจญ์ของผู้ประกอบกิจการฮัจญ์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราวัดอันตรภาคหรือช่วง (Interval)

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากข้อมูลคำถามปลายเปิดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ สัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมสมอง นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์

2. การตรวจสอบข้อมูล ผู้ศึกษาใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า โดยทำการตรวจสอบข้อมูลไปพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลทันทีในภาคสนาม โดยนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบหรือหาความสอดคล้อง สัมพันธ์กันด้วยวิธีการตรวจสอบแหล่งข้อมูล ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล ซึ่งเป็นวิธีที่คณะผู้ศึกษาใช้อย่างสม่ำเสมอในระหว่างที่เก็บข้อมูล

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ หญิง	207	51.8
อายุ 41 – 50 ปี	137	34.3
ภูมิภาคกลาง	167	41.8
สถานภาพสมรส	297	74.3
อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว	152	38.0
การศึกษา ปริญญาตรี	220	55.0
เงินเดือน 20,001 – 30,000 บาท	174	43.5
จำนวน ครั้งที่ 2	297	74.3
จังหวัดกรุงเทพมหานคร	102	25.5
จำนวนวัน 36 – 37 วัน	80	20.0
บริษัทหรือแหล่งที่เลือกใช้บริการ มัรยาน	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด อายุ 41 – 50 ปี ภูมิภาคกลาง สถานภาพสมรส อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว การศึกษาระดับปริญญาตรี เงินเดือน 20,001 – 30,000 บาท ระบุจังหวัด กรุงเทพมหานคร จำนวน ครั้ง ครั้งที่ 2 จำนวนวัน ที่อยู่ในประเทศซาอุดีอาระเบีย จำนวนวัน 36 – 37 วัน บริษัทหรือแหล่งที่เลือกใช้บริการ คือ มัรยาน

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P'

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P'	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.81	0.984	มาก	1
ด้านราคา (Price)	3.65	1.038	มาก	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.59	1.066	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.42	1.127	มาก	7
ด้านบุคคล (People)	3.77	0.954	มาก	2
ด้านกระบวนการ (Process)	3.64	0.981	มาก	5
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.66	0.992	มาก	3
รวม	3.65	1.009	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P' มีค่าเฉลี่ย 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.009 มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จริยธรรมของผู้ประกอบการและภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ย 3.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.063 มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก ผู้ประกอบการฮัจย์หรือฮะห์ที่สามารถผสมผสานทั้งเหตุผลและจินตนาการเพื่อสร้างความสำเร็จให้เกิดกับการบริการแสวงบุญ ยกย่องคุณภาพการบริการฮัจย์ของผู้ประกอบการฮัจย์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.046 มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก เจ้าหน้าที่ บุคลากรของบริษัทประกอบการฮัจย์หรือฮะห์ที่ให้บริการ มีการแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการใช้บริการได้อย่างละเอียดชัดเจน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P' ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการฮัจย์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่าง พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P' ส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการฮัจย์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 จริยธรรมของผู้ประกอบการและภาวะผู้นำส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่าง พบว่า จริยธรรมของผู้ประกอบการ

และภาวะผู้นำ มีค่านัยสำคัญ 0.000 มีผลต่อการยกระดับคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย เพื่อทดสอบการสมมติฐาน ดังนี้ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยมีสมการต่อการวิเคราะห์ ดังนี้ $Y = -0.161 + 0.535 (\text{Product}) + 0.095 (\text{Price}) + 0.205 (\text{Place}) + 0.389 (\text{People}) + -0.257 (\text{Process})$ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านบุคคล, ด้านกระบวนการ มีระดับนัยสำคัญ 0.000 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 เป็นการยกระดับคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง แต่กระนั้นก็มีด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพที่มีระดับความสำคัญมากกว่า 0.05 ซึ่งมีค่า Sig 0.258 และ 0.114 อาจจะเป็นเพราะว่าทางที่พักมีโปรโมชั่นและทำเลที่ตั้งไม่ได้สร้างความประทับใจให้แก่ผู้เดินทางทำพิธีฮัจย์ ซึ่งผู้เดินทางทำพิธีฮัจย์นั้นมองว่ามีโปรโมชั่นที่มีส่วนลดไม่ได้มาก ไม่คุ้มค่าต่อการที่ต้องชำระค่าที่พัก และที่พักอาจมีเสียงที่รบกวนตลอดเวลา

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P' ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P'	Unstandardized	Coefficients Std. Error	Beta	t	Sig
	Coefficients				
	B				
ค่าคงที่ (Constant)	-0.161	0.024		-6.815	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.535	0.034	0.504	15.537	0.000*
ด้านราคา (Price)	0.095	0.044	0.094	2.140	0.033*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.205	0.038	0.209	5.414	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.034	0.030	0.036	1.132	0.258
ด้านบุคคล (People)	0.389	0.036	0.354	10.682	0.000*
ด้านกระบวนการ (Process)	-0.257	0.033	-0.241	-7.699	0.000*
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	0.048	0.030	0.045	1.583	0.114
R = 0.996 R ² = 0.992 Adjusted R ² = 0.992 SE = 0.09476 F-test = 6889.807 Sig = 0.000*					

จากตารางที่ 3 จากการแสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P' ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7P' ทั้ง 4 ด้าน โดยรวมมีค่า Sig 0.000** ซึ่งน้อยกว่า 0.05 เป็นที่ยอมรับสมมติฐาน จึงสรุปได้ว่า มีปัจจัยอย่างน้อย 5 ด้าน ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ 0.000 * เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากค่า t-test พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านราคา (Price) Sig 0.000* มีผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่านัยสำคัญ 0.000 โดยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) Beta 0.504 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) Beta 0.209 ด้านบุคคล (People) Beta 0.354 และ ด้านกระบวนการ (Process) Beta -0.241 มีผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ตารางที่ 4 แสดงจริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำส่งผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

จริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำ	Unstandardized				
	Coefficients	Coefficients	Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	0.175	0.030		5.891	0.000*
จริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำ	0.971	0.008	0.988	125.890	0.000*

R = 0.988 R² = 0.976 Adjusted R² = 0.975 SE = 0.16394 F-test = 15848.262 Sig = 0.000*

จากตารางที่ 4 จากการแสดงข้อมูลจริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำส่งผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า จริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำ โดยรวมมีค่า Sig 0.000** ซึ่งน้อยกว่า 0.05 เป็นที่ยอมรับสมมติฐาน จึงสรุปได้ว่า จริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำส่งผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากค่า t-test พบว่าจริยธรรมของผู้ประกอบกิจการและภาวะผู้นำ มีค่านัยสำคัญ 0.000 มีผลต่อคุณภาพการบริการของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ข้อที่ 1 กระบวนการทำงานของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ที่ท่านคิดว่ามีปัญหาที่สุด พบว่า ผู้บริหารนั้นมีความกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าใช้จ่ายของการเดินทางจากประเทศไทยไปที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่มากพอสมควร เมื่อมีการเทียบกับอดีตที่ผ่านมา นั้น อาจจะเป็นเพราะว่าการขึ้นราคาของสินค้าที่มากขึ้นย่อมส่งผลให้ค่าเครื่องบินนั้น ขึ้นราคาตามไปด้วย

ข้อที่ 2 จุดปรับปรุงของการประกอบกิจการตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงส่งกลับ พบว่า การปรับปรุงของที่พักริมที่มีจำนวนไม่เพียงพอรองรับสำหรับผู้แสวงบุญ ทั้งนี้ทางภาครัฐเองได้มีการจัดที่พักให้แต่อาจจะมีจำนวนไม่เพียงพอให้กับผู้ที่แสวงบุญที่มีการเดินทางไปเป็นจำนวนมาก และผู้ประกอบการเองได้จัดหาที่พักให้ผู้แสวงบุญ แต่พบว่าห้องมีขนาดที่ไม่คุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายที่ผู้แสวงบุญได้ใช้จ่ายไปกับการประกอบพิธีฮัจย์

ข้อที่ 3 ผู้ประกอบกิจการที่เลือกใช้ที่พักหลายเกรด ทำให้ราคาต่างกัน ส่งผลอย่างไรต่อการประกอบกิจการที่กำลังดำเนินการ พบว่า มีผลกระทบได้โดยตรงเพราะว่าผู้แสวงบุญนั้นได้มีทางเลือกที่เพิ่มมากขึ้น และได้มีการเปรียบเทียบกับราคาระหว่างผู้ประกอบกิจการฮัจย์ จึงอาจจะทำให้ผู้แสวงบุญเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ตนเองและครอบครัว

ข้อที่ 4 วิธีการเลือกที่พัก พบว่า บริษัทใช้เกณฑ์ในการเลือกนั้นเป็นวิธีไปค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง สอบถามกับที่พักทั้งเรื่องของราคา สถานที่ที่อยู่ใกล้กับพิธีฮัจย์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้แสวงบุญอย่างไม่ให้มีข้อตกบกพร่อง

ข้อที่ 5 บริษัทมีจุดเด่นอะไร พบว่า ส่วนใหญ่บริษัทมีจุดเด่นโดยการดูแลของผู้แสวงบุญอย่างเสมือนคนในครอบครัว สอบถามอาการตลอดของการเดินทาง ตอนทำพิธีและตอนหลังทำพิธีเสร็จ นอกจากนี้ทางบริษัทยังตอบคำถามในส่วนที่ผู้แสวงบุญต้องการคำตอบได้อย่างทันท่วงที

ข้อที่ 6 คุณสมบัติของผู้ประกอบกิจการควรมีอะไรบ้าง พบว่า ผู้ประกอบกิจการฮัจย์นั้นได้ใช้โอกาสที่ทำให้ผิดพลาด เมื่อดำเนินธุรกิจจากครั้งก่อน นำมาปรับปรุงจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะทำให้ผู้แสวงบุญนั้นมีความเชื่อมั่นในการดำเนินการ นอกจากนี้ผู้ประกอบกิจการฮัจย์ยังดำเนินการด้วยความมีจรรยาบรรณและจริยธรรมอย่างซื่อสัตย์ สุจริต เพื่อความยาวนานของธุรกิจ และสามารถดำเนินธุรกิจต่อไป

อภิปรายผล

ผู้วิจัย อภิปรายผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า เจ้าหน้าที่ บุคลากรของบริษัทประกอบกิจการฮัจย์ หรือชะห์ที่ให้บริการ มีการแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการใช้บริการได้อย่างละเอียดชัดเจน เนื่องจากว่า บริษัทที่ได้ทำหน้าที่พาผู้แสวงบุญไปประกอบพิธีฮัจย์ มีความเห็นอกเห็นใจผู้แสวงบุญเป็นอย่างมาก จึงให้ความสำคัญกับการดูแลผู้แสวงบุญเป็นอย่างมาก มีความสอดคล้องกับทฤษฎีของ Juran (1998) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การดำเนินงานของหน้าที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเขาก็ยังได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นที่จะต้องตื่นตัวและเอาใจใส่ต่อลูกค้าในทุกหน้าที่ที่รับผิดชอบอยู่ตลอดเวลาเป้าหมาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการและพฤติกรรมในการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรม ขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ในภาพรวม อยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า รองลงมา ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้และด้านการตอบสนอง นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีฝน ยามา. (2565). ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการฮัจย์ของชาอุดีอาระเบีย: สำนวนปัญหาการดำเนินการฮัจย์ของไทย และรูปแบบการจัดการของอินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ผลการวิจัยพบว่า ชาอุดีอาระเบียได้นำเทคโนโลยีมาใช้ควบคุมระบบการบริหารจัดการฮัจย์ (E-TRACK) ส่งผลให้การบริหารจัดการ มีประสิทธิภาพมากกว่าอดีต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่พึงของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทย พบว่า การบริหารจัดการต้องมีประสิทธิภาพ เนื่องจากว่า การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรหรือกิจการใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในภาคธุรกิจบริการ เช่น การให้บริการที่พึงของผู้ประกอบกิจการฮัจย์ไทย ซึ่งต้องรองรับผู้แสวงบุญจำนวนมากภายในระยะเวลาจำกัดและต้องคำนึงถึงความสะอาดสบาย ความปลอดภัย และความพึงพอใจของผู้รับบริการ หากการบริหารจัดการไม่มีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา เช่น ความล่าช้าในการจัดหาที่พัก ความสับสนในการลงทะเบียน หรือแม้กระทั่งการขาดแคลนทรัพยากรพื้นฐานอย่างอาหาร น้ำดื่ม และบริการพื้นฐานอื่น ๆ ดังนั้น การบริหารจัดการที่ดีควรเริ่มต้นตั้งแต่การวางแผนที่ชัดเจน มีระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอน มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก และมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมี

อาซีฟ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุวัฒน์ มาหะมะ. (2564). ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการให้บริการผู้โดยสารชาวมุสลิม ณ ท่าอากาศยาน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการให้บริการผู้โดยสารชาวมุสลิม ณ ท่าอากาศยาน ประกอบด้วย 1) การพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกตามคุณลักษณะพื้นฐานสำหรับผู้โดยสารชาวมุสลิม ดังนี้ ห้องน้ำที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม พื้นที่อาบน้ำละหมาดแยกส่วนแห้งและเปียก ที่อาบน้ำละหมาดมีสัดส่วนที่เพียงพอ ห้องละหมาดตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกสบาย มีบริการเชตในการบินด้วย และสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าฮาลาลในท่าอากาศยาน 2) การให้บริการศูนย์ข้อมูลข่าวสารผู้โดยสารชาวมุสลิม ที่มีหลากหลายภาษารวมถึงภาษาท้องถิ่น 3) การให้บริการเที่ยวบินพิเศษช่วงเทศกาลฮัจญ์ผู้โดยสารชาวมุสลิม มีจุดรวมพลเฉพาะ เพิ่มเคาน์เตอร์การให้บริการ และจัดสรรอาคารที่แยกส่วนเฉพาะในการให้บริการ 4) การให้บริการด้านมาตรการความปลอดภัยสำหรับผู้โดยสารชาวมุสลิม การตรวจค้นร่างกายโดยพนักงานเพศเดียวกันกับผู้โดยสาร และมีห้องตรวจค้นเฉพาะสำหรับผู้โดยสารเพศหญิง

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบกิจการฮัจญ์หรือแซะห์ ควรร่วมมือกับนักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษาร่วมสร้างความร่วมมือในการพัฒนาองค์ความรู้ คุณภาพการให้บริการ เพื่อเป็นจุดแข็งของบริษัท ที่ยากจะเลียนแบบ เสริมสร้างและพัฒนาโอกาสขององค์กรและบุคลากรภายในองค์กรให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยหมั่นตรวจสอบประเมินผล ร่วมแก้ไข ปรับปรุงผลการดำเนินการที่เป็นจุดอ่อนขององค์กรให้พร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลง และปรับเปลี่ยนความเสี่ยงของบริษัทให้เป็นโอกาสด้วยศักยภาพ ความสามารถ และทักษะประสบการณ์อย่างผู้นำ
2. ผู้ประกอบกิจการฮัจญ์หรือแซะห์ ควรแสวงหาองค์ความรู้ด้วยการประชุมหรือดูงานทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม WORLD HAJ FAIR ในประเทศเพื่อนบ้านและกลุ่มประเทศตะวันออกกลางเพื่อรับทราบข้อมูลการดำเนินงานและการพัฒนาและสามารถพยากรณ์ เตรียมพร้อมดำเนินการได้ต่อไป
3. ผู้ประกอบกิจการฮัจญ์หรือแซะห์ ควรสร้างผู้นำรุ่นใหม่ขึ้นมาเรียนรู้ ปฏิบัติดำเนินการและบริหารร่วมกับผู้นำรุ่นปัจจุบัน เพื่อเป็นการสืบทอดองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะอันเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการฮัจญ์อันพึงประสงค์ต่อไป
4. ผู้ประกอบกิจการฮัจญ์หรือแซะห์ ควรร่วมมือกับนักวิชาการ พัฒนานวัตกรรมการให้บริการ องค์ความรู้ ทักษะ และศักยภาพเฉพาะและโดดเด่นขององค์กรเพื่อพัฒนาองค์ความรู้สู่ความเป็นเลิศต่อไป
5. ผู้ประกอบกิจการฮัจญ์หรือแซะห์ ต้องสอดส่องดูแลรายละเอียดและรับข้อเสนอแนะและข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาพัฒนาองค์กรและการบริการให้ดีขึ้น

6. ผู้ประกอบการกิจการฮัจย์หรือแซะห์ ควรมีการเลือกสรรและตรวจสอบบ้านพักให้ดี ให้เป็นไปตามกฎระเบียบว่าด้วยเรื่องมาตรฐานที่พักของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เพื่อผู้แสวงบุญจะไม่เผชิญถึงความยากลำบากและความผิดพลาดด้านการเตรียมความพร้อมของสถานที่
7. ผู้ประกอบการกิจการฮัจย์หรือแซะห์ ต้องเรียนรู้ถึงการตรวจสอบการดำเนินการจองที่พักและอาหารแก่ผู้แสวงบุญในทุกกระบวนการ รวมถึงการตรวจสอบถึงสัญญาข้อตกลงการจองที่พัก เพื่อไม่ให้เกิดกรณีมีการฉ้อโกงหรือปรับเปลี่ยนรายละเอียดที่พักและอาหารจากนายหน้า
8. ผู้ประกอบการกิจการฮัจย์หรือแซะห์ ต้องเรียนรู้ถึงการเตรียมด้านอาหารแก่ผู้แสวงบุญอย่างเหมาะสม และมีการแก้ไขปัญหาได้ดีหากมีปัญหาใด ๆ เกิดขึ้น
9. ผู้ประกอบการกิจการฮัจย์หรือแซะห์ ต้องเรียนรู้ เข้าใจและเข้าถึงระบบ E-Hajj ซึ่งเป็นระบบจากนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อการให้บริการและดำเนินการแก่ผู้แสวงบุญเป็นไปอย่างราบรื่น

บรรณานุกรม

- จิราพร เปี้ยสินธุ์. (2564). ตาบูฮัจย์กับความยั่งยืนในการประกอบพิธีฮัจย์ของประเทศมาเลเซีย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 47(2), 45–58.
- ดารณี อาจหาญ. (2562). การยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พักร่มชุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 19(2), 186–202.
- บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). *คุณภาพการบริการและพฤติกรรมกรเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. <http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/90227/2769>
- มานิช พรหมปัญญา. (2560). *ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการบริษัทนำเที่ยวเพื่อประกอบกิจการฮัจย์ในประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/1598>
- อารีฝัน ยามา. (2565). การบริหารจัดการฮัจย์ของชาอุดีอาระเบีย: สำนวญปัญหาการดำเนินกิจการฮัจย์ของไทย และรูปแบบการจัดการของอินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์. *วารสารชุมชนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 16(3), 82–96.
- อนุวัฒน์ มาหะมะ. (2564). *แนวทางการให้บริการผู้โดยสารชาวมุสลิม ณ ท่าอากาศยาน*. [วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี]. <http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/handle/123456789/8821>

- Juran, J. M., & Gryna, F. M. (1993). *Quality planning and analysis: From product development through use* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (2nd ed.). McGraw-Hill.