

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

ด.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131



การศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก : การพัฒนา  
ศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
และการประกอบธุรกิจด้านท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย

นางสาวเกศริน อิมเล็ก

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

BK 0106785

- 5 ส.ค. 2552

เริ่มบริการ

- 3 ส.ย. 2552

25 146 2

ทุนอุดหนุนการวิจัยโดย

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ISBN 978-974-384-356-3

พุทธศักราช 2550

## ประกาศคุณูปการ

การวิจัยเรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ของภาคตะวันออก : การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจ ด้านท่องเที่ยว สำเร็จได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และศาสตราจารย์ ดร.อานนท์ บุญยะรัตเวช เลขาธิการคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ที่ได้เปิดโอกาสและให้การสนับสนุนทุนในการทำวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณ ศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ อุปลัมภ์ อธิการบดี ศาสตราจารย์สมศักดิ์ พันธุ์วัฒนา รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส ฉกรรจ์แดง คณบดี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์ หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และขอขอบคุณหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้ความร่วมมือแก่คณะผู้วิจัยอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ทุกท่านที่ดูแลคณะผู้วิจัยในขณะรวบรวมข้อมูลทำวิจัยเป็นอย่างดี ตลอดจนนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของ บิดา มารดา รวมถึงครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของคณะผู้วิจัยทุกท่าน

คณะผู้วิจัย

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ของภาคตะวันออก : การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจ ด้านท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์หลักมุ่งเน้นศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ที่มีต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ของภาคตะวันออก โดยวิเคราะห์เรื่องปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการเดินทาง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ของภาคตะวันออก

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางผ่านที่พักพักรวมแบบ โฮมสเตย์จำนวน 308 คน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) และใช้ระยะเวลา เวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือน มกราคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2549 แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา คือ วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) เป็นเวลา 20 วัน และวันเสาร์ – อาทิตย์ เป็นเวลา 10 วัน และเลือกช่วงเวลาที่มียกนักท่องเที่ยวเข้าพัก สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการเดินทาง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ของภาคตะวันออก

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.6 มีอายุเฉลี่ย 34.81 ปี หรือ 34 ปี 10 เดือน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 55.2 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.2 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 35.8 ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในระดับ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 35.1

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา และอายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง การจัดการสภาพแวดล้อม และลักษณะของที่พักพักรวมแบบ โฮมสเตย์

ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา ช่องทางการให้บริการ และจำนวนวันที่เข้าพัก นอกจากนี้จำนวนผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจรวม ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด ราคาค่าบริการ จำนวนวันที่เข้าพัก

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับจำนวนวันที่เข้าพัก และจำนวนวันที่พักของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับลักษณะของที่พักพักรวมแบบ โฮมสเตย์

คุณภาพการบริการของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ 7 ด้านมีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการด้านกระบวนการต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

การศึกษาด้านคุณภาพการบริการของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ทำให้พบข้อเสนอแนะด้านการวิจัย คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทำให้การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (Cluster) ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของชุมชนไปสู่การปฏิบัติจริงเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้การประเมินและติดตามผลคุณภาพการบริการของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้มีคุณภาพมาตรฐานของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ และสามารถกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาพักรวมได้อย่างสม่ำเสมอ และนำไปสู่การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์อย่างยั่งยืนต่อไป

## Abstract

The Study of Service Quality of Homestay in the Eastern Region of Thailand: The Development for the Potentiality, Strengths and Sustainability for Eco-tourism investigates the effects of tourist's characteristics, travel behavior on service quality of Homestay in the eastern region of Thailand. This study develops a survey-based methodology for measuring a homestay's service quality in term of the 7's service mix:- service itself, service price and charge, channel of service distribution, process of servicing, service provider, promotion, and physical evidence through the structure questionnaire. The instrument evidenced adequate validity and high reliability. This service quality is the value endowed by the homestay service as perceived by a tourist. The study attempted to investigate the interrelationships among tourist's characteristics, travel behavior, and service quality of homestay through performing the descriptive and inferential statistics methods .

The sample consisted of 308 tourists, who have stayed at the homestay in the eastern region at least 1 night, is single, the average age of 34.81 years who holds bachelor's degree with working at the private company, and monthly income range from 10,001 to 20,000 bath.

Results indicated that overall service quality is high. It is also found a positive correlation between age of tourists and the number of accompanies who journeyed together within 6 months. In addition, it was little surprisingly found that older tourists, and number of accompanies for this trip were negative relationship to the number of stays in the homestay. The primary factors affect the homestay service quality were age of the tourists, the number of accompanies who journeyed together within 6 months. Marketing promotion, service price and charge, and service provider were also the factors influence service quality as perceived by tourists.

The focal recommended points therefore should stress on how to build the customer relationship and loyalty through a various types of marketing communication and sales promotion programs which based on its appropriated technology and quality of service providers or employees. For enhancing the sustainability development for homestay operation, the owners should watch and evaluate the service quality on regular basis. Cluster development would therefore recommend to achieve its goals that drawing on changes in environmental relationships

among market needs, community participation, and total revenue as the result of organization-environment interaction and sustainable competitive advantages for the eco-tourism development in the future.

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| ประกาศคุณูปการ.....  | ข    |
| บทคัดย่อภาษาไทย.....   | ค    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                                      | จ    |
| สารบัญ.....  | ช    |
| สารบัญตาราง.....   | ฉ    |
| สารบัญภาพ.....   | ท    |
| บทที่  |      |
| 1 บทนำ.....  | 1    |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....                          | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....                                 | 4    |
| สมมติฐานของการวิจัย.....                                     | 4    |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย.....                                    | 5    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....                    | 7    |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                                       | 7    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....   | 8    |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                        | 12   |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....  | 12   |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ.....                  | 18   |
| ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว.....            | 21   |
| คุณภาพการบริการของที่พักรีสอร์ทแบบโฮมสเตย์.....              | 33   |
| ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของที่พักรีสอร์ทแบบโฮมสเตย์..... | 36   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                                   | 39   |
| 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....                                    | 46   |
| รูปแบบการวิจัย.....  | 46   |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....                                 | 46   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                                     | 47   |
| เครื่องมือในการวิจัย.....                                    | 47   |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่  | หน้า |
|--|------|
| การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย.....                             | 49   |
| วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....  | 50   |
| 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....  | 51   |
| ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว.....                                   | 52   |
| ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....                                    | 56   |
| ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการพักผ่อน.....               | 62   |
| ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าพักที่พักรีสแบบโฮมสเตย์.....                   | 72   |
| ความต้องการใช้บริการและกิจกรรมที่สนใจในสถานที่พักรีสแบบโฮมสเตย์..... | 77   |
| ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแบบโฮมสเตย์.....                             | 83   |
| ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....                                      | 171  |
| 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....                                    | 183  |
| สรุปผลการวิจัย.....  | 183  |
| อภิปรายผล.....   | 187  |
| ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย.....                                   | 191  |
| บรรณานุกรม.....  | 194  |
| ภาคผนวก.....   | 198  |
| ประวัติย่อของผู้วิจัย.....   | 207  |



## สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า  |
|----------|---|
| 4-1      | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ..... 52  |
| 4-2      | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ..... 52   |
| 4-3      | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 53                                    |
| 4-4      | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา..... 53                                  |
| 4-5      | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ..... 54  |
| 4-6      | ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้..... 55                                    |
| 4-7      | ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว..... 56  |
| 4-8      | ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา..... 57  |
| 4-9      | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามเพศ..... 58                            |
| 4-10     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 58                    |
| 4-11     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามระดับการศึกษา..... 59                  |
| 4-12     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามอาชีพ..... 60                          |
| 4-13     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามระดับรายได้..... 61                    |
| 4-14     | พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี้..... 62               |
| 4-15     | พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน ด้านลักษณะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง..... 63             |
| 4-16     | พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง..... 63                             |
| 4-17     | พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน ด้านการวางแผนลักษณะสถานที่ท่องเที่ยว..... 64                |
| 4-18     | พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน ด้านวิธีการในการเดินทางท่องเที่ยว..... 65                   |
| 4-19     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามเพศ..... 66  |
| 4-20     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามสถานภาพสมรส..... 66                                |
| 4-21     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามระดับการศึกษา..... 67                              |
| 4-22     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามอาชีพ..... 68                                      |
| 4-23     | วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามระดับรายได้..... 69                                |
| 4-24     | พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน ด้านราคาค่าบริการท่องเที่ยวที่รวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์..... 70 |

## สารบัญญัตราง (ต่อ)

| ตารางที่  | หน้า |
|---|------|
| 4-25 ค่าใช้จ่ายในแต่ละรายการในแพ็คเกจทัวร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัททัวร์..... | 71   |
| 4-26 พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน ด้านช่องทางการจองทัวร์.....                      | 71   |
| 4-27 พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน ด้านสถานที่พักและจำนวนวันที่พัก.....             | 72   |
| 4-28 ประวัติการเข้าพักแรมแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้.....                     | 72   |
| 4-29 ลักษณะห้องพักที่เข้าพักในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....                                 | 73   |
| 4-30 ประเภทห้องพักที่เข้าพักในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....                                 | 74   |
| 4-31 สาเหตุที่เลือกที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....  | 75   |
| 4-32 ราคาที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่เข้าพัก.....  | 76   |
| 4-33 ลักษณะบริการที่ใช้และต้องการใช้ในสถานที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....                     | 77   |
| 4-34 ลักษณะกิจกรรมในสถานที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....                                       | 79   |
| 4-35 สื่อที่ทำให้รู้จักที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....  | 81   |
| 4-36 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม.....                               | 83   |
| 4-37 ความพึงพอใจด้านค่าบริการโดยรวม.....  | 84   |
| 4-38 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม.....                                      | 85   |
| 4-39 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม.....                                       | 86   |
| 4-40 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม.....                            | 87   |
| 4-41 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการโดยรวม.....   | 89   |
| 4-42 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม.....                                     | 90   |
| 4-43 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม จำแนกตามเพศ.....                   | 91   |
| 4-44 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ โดยรวม จำแนกตามเพศ.....                               | 92   |
| 4-45 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม จำแนกตามเพศ.....                         | 93   |
| 4-46 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม จำแนกตามเพศ.....                           | 94   |
| 4-47 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม จำแนกตามเพศ.....                | 95   |
| 4-48 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการโดยรวม จำแนกตามเพศ.....                                 | 96   |
| 4-49 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม จำแนกตามเพศ.....                         | 97   |
| 4-50 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....           | 98   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 4-51 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....                       | 100  |
| 4-52 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....          | 101  |
| 4-53 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....           | 102  |
| 4-54 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส..... | 103  |
| 4-55 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....                 | 105  |
| 4-56 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....         | 107  |
| 4-57 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา      | 109  |
| 4-58 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....              | 113  |
| 4-59 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....        | 115  |
| 4-60 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....         | 117  |
| 4-61 ความพึงพอใจด้านการจัดกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา       | 119  |
| 4-62 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....               | 123  |
| 4-63 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา.....       | 125  |
| 4-64 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....         | 128  |
| 4-65 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....                      | 132  |
| 4-66 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....                | 134  |
| 4-67 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....                 | 136  |
| 4-68 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....       | 139  |
| 4-69 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....                       | 143  |
| 4-70 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม โดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....               | 146  |
| 4-71 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้.....   | 150  |
| 4-72 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้.....                | 154  |
| 4-73 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้.....          | 156  |
| 4-74 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้.....           | 158  |
| 4-75 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้..... | 161  |

## สารบัญญัตราง (ต่อ)

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 4-76 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการโดยรวม จำแนกตามระดับรายได้.....  | 165  |
| 4-77 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม จำแนกตามระดับรายได้.....  | 168  |
| 4-78 แสดงความสัมพันธ์พฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรมแบบ<br>โฮมสเตย์กับอายุ.....   | 171  |
| 4.79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมเยือนของนักท่องเที่ยว<br>ใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 49)..... | 173  |
| 4-80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของ<br>นักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา.....            | 174  |
| 4-81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่<br>ผ่านมา (ไม่รวมผู้ตอบ).....                  | 175  |
| 4-82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง.....   | 176  |
| 4-83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้.....  | 177  |
| 4-84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับจำนวนวันที่พักโฮมสเตย์.....   | 177  |
| 4-85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับด้านลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....  | 178  |
| 4-86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับด้านราคาค่าบริการ.....  | 179  |
| 4-87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับด้านช่องทางการให้บริการ.....  | 180  |
| 4-88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับด้านการส่งเสริมการตลาด.....   | 180  |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่   | หน้า |
|--|------|
| 4-89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ..... | 181  |
| 4-90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ กับด้านผู้ให้บริการ.....                 | 181  |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่   | หน้า |
|--|------|
| 1-1 แผนภูมิแสดงจำนวนนักท่องเที่ยว.....   | 3    |
| 1-2 กรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของการจัดการการท่องเที่ยวที่พิกแรมแบบโฮมสเตย์..... | 6    |
| 2-1 องค์ประกอบการท่องเที่ยว.....   | 13   |
| 2-2 ความเกี่ยวพันเชื่อมโยงของพฤติกรรมผู้บริโภค การตลาด และจิตวิทยาการบริการ.....                       | 23   |
| 2-3 การเสริมสร้างคุณภาพการบริการ.....  | 29   |
| 4-1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....  | 52   |
| 4-2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....  | 53   |
| 4-3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....  | 54   |
| 4-4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....  | 55   |
| 4-5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้.....  | 56   |
| 4-6 วิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยว.....  | 57   |
| 4-7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางครั้ง.....  | 62   |
| 4-8 ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในครั้ง.....  | 63   |
| 4-9 การวางแผนลักษณะสถานที่ท่องเที่ยว.....  | 65   |
| 4-10 วิธีการในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในครั้ง.....   | 66   |
| 4-11 ช่องทางการจองทัวร์.....   | 71   |
| 4-12 ประวัติการเข้าพักแรมแบบโฮมสเตย์ในครั้ง.....   | 73   |
| 4-13 ลักษณะห้องพักที่เข้าพักในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในครั้ง.....   | 73   |
| 4-14 ประเภทห้องพักที่เข้าพักในครั้ง.....   | 74   |
| 4-15 เหตุผลในการเลือกที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในครั้ง.....  | 75   |
| 4-16 ราคาที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่เข้าพัก.....   | 76   |
| 4-17 บริการที่นักท่องเที่ยวต้องการในสถานที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....                                      | 78   |
| 4-18 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในสถานที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....                                     | 80   |
| 4-19 ประเภทสื่อที่ทำให้รู้จักที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่พักในครั้ง.....                                    | 82   |
| 4-20 ความพึงพอใจด้านลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์.....   | 84   |
| 4-21 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ.....   | 85   |

## สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่  | หน้า |
|---|------|
| 4-22 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ.....          | 86   |
| 4-23 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด.....           | 87   |
| 4-24 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ..... | 89   |
| 4-25 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ.....                 | 90   |
| 4-26 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม.....         | 91   |

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคตะวันออกของประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว ทรัพยากรที่มีอยู่ในภูมิภาคนี้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมถึงการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทั้งต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับชุมชน สังคม และประชาชนโดยรวม ยังส่งผลให้การท่องเที่ยวมีการพัฒนาในระบบการจัดการการท่องเที่ยวที่มุ่งสร้าง “มูลค่า” จาก “คุณค่า” ที่นักท่องเที่ยวได้รับเมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามมูลค่าเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจะมุ่งเน้นสู่การสร้างที่ยั่งยืนทางการท่องเที่ยวโดยอาศัยระบบการจัดการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการพำนักพักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการท่องเที่ยวแบบซึมซับความเป็นธรรมชาติและอาศัยทรัพยากรตามธรรมชาติเป็นปัจจัยในการดึงดูดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเรียกว่า “นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงอนุรักษ์”

ดังนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักแรมบนพื้นฐานของทรัพยากรทั้งที่เป็นทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมซึ่งมีอยู่อย่างมากมาย โดยเป็นการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ได้แก่ ชายทะเล หาดทราย ภูเขา น้ำตก สวนผลไม้ เป็นต้น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ ได้แก่ อนุสรณ์สถานบุคคลสำคัญ อนุสาวรีย์ วัด และศาสนา เป็นต้น โดยผู้เกี่ยวข้องจะได้เรียนรู้ร่วมกันภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544) นอกจากนี้ยังเน้นให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรในชุมชน ตลอดจนเกิดความพร้อมที่จะพัฒนาไปสู่ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งและเน้นความยั่งยืนให้แก่การท่องเที่ยวประเภทธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านที่พักแรม ในภูมิภาคนี้ให้เกิดความสำคัญและตอบสนองนโยบายและยุทธศาสตร์ของประเทศได้เป็นอย่างดี

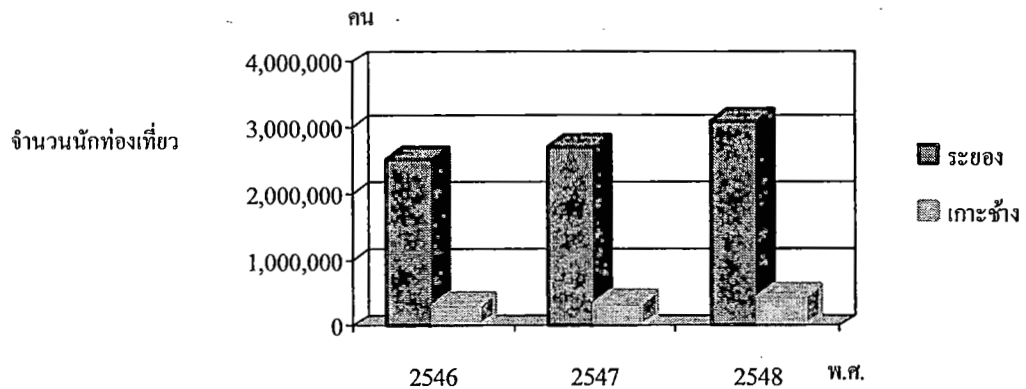
อนุสนธิจากแผนการพัฒนาแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2544-2553) แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2544-2549) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) มุ่งเน้นให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านการสร้างรากฐานของชุมชนและภูมิปัญญา ซึ่งเป็นการกระจายรายได้ที่เกิดจากธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการประกอบการด้าน



การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สามารถตอบสนองเป้าหมายดังกล่าวได้ประเภทหนึ่ง ได้แก่ การท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ซึ่งปัจจุบัน (พ.ศ. 2549) กระแสเรื่องที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ได้แพร่ขยายไปอย่างรวดเร็ว เหตุผลหนึ่งอาจเนื่องมาจากการเล็งผลในแง่การกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน โดยกระบวนการการทำงานควรทำให้ครบวงจร โดยอาศัยหลักแนวคิดและปรัชญาต้องมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนให้ชุมชนอยู่บนฐานเศรษฐกิจที่พึ่งพาตนเอง (สมศักดิ์ เทพสุทิน, 2544)

การท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์เป็นการจัดการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่ดำเนินการโดยจัดที่พักแรมที่กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความสนใจเข้าพัก เพราะประหยัดค่าใช้จ่ายและได้เรียนรู้ความเป็นอยู่ การดำเนินชีวิต ตลอดจนวิถีของวัฒนธรรมของชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยว การประกอบธุรกิจโฮมสเตย์กระทำได้ง่าย ๆ โดยใช้บ้านที่อยู่อาศัย หรือแบ่งห้องในบ้านให้นักท่องเที่ยว ซึ่งบ้านพักจะสร้างขึ้นอยู่ในชุมชนหรืออาจจะตั้งอยู่หลังเดียวโดด ๆ นอกชุมชนก็ได้ แต่มักจะตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรือใกล้ ๆ กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือทางวัฒนธรรม โดยปกติแล้วการจัดการด้านที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มีลักษณะเด่นคือ ต้องอาศัยความร่วมมือของคนในชุมชนและชักจูงให้ชุมชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (เกรียง ฐิติจำริณูพร, 2545)

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในเขตภาคตะวันออก ซึ่งประกอบด้วยจังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี และสระแก้ว โดยการสำรวจจากผู้ประกอบการและชุมชนที่เปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวพักรวมแบบโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย ชุมชนในจังหวัดระยอง และจังหวัดตราดเท่านั้น โดยที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่จัดการโดยเจ้าของบ้านและชุมชนเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักแล้วอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 1 ปี มีเป็นจำนวนมากจะตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง และเขตกิ่ง-อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งทั้ง 2 จังหวัดเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่เพิ่มขึ้นทุกปี ดังภาพที่ 1-1 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549)



ภาพที่ 1-1 แผนภูมิแสดงจำนวนนักท่องเที่ยว

ซึ่งพื้นที่จังหวัดระยองในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าล้านคน โดย พ.ศ. 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 3,097,511 คน พ.ศ. 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,715,377 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 14 และเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,532,831 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปีเช่นกัน โดย พ.ศ. 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 326,184 คน ส่วน พ.ศ. 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 361,465 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 11 และ พ.ศ. 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มถึง 435,522 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 21 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) ด้วยความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมและพักผ่อนในพื้นที่ดังกล่าวเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบจากภูมิประเทศที่ห่างจากศูนย์กลางของประเทศ คือ กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวจึงต้องค้างหรือพักผ่อนแทนที่จะเป็นจังหวัดเส้นทางผ่านเท่านั้น

ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่ให้บริการที่พักแรมของจังหวัดในเขตภาคตะวันออกโดยเฉพาะทั้ง 2 พื้นที่เพิ่มจำนวนขึ้นทุกปีตามจำนวนนักท่องเที่ยวเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างโอกาสของการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น และรักษาคุณภาพการบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐานตามที่หน่วยงานผู้รับผิดชอบกำหนดตามกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2549) เพื่อให้ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มีมาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศ โดยแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ 8 ด้าน คือ 1) ด้านที่พัก 2) ด้านอาหารและโภชนาการ 3) ด้านความปลอดภัย 4) ด้านการจัดการ 5) ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว 6) ด้านสภาพแวดล้อม

7) ด้านมูลค่าเพิ่ม 8) ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของการบริการที่มีคุณภาพ คือ รูปแบบบริการ ราคา ช่องทางการให้บริการ การสื่อสารทางการตลาด ผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อม (Kotler, 2000 ; Payne, 1993)

ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยสนใจหาคำตอบว่า คุณภาพการบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร โดยอาศัยกรอบวัดมาตรฐานคุณภาพที่พักแรมแบบโฮมสเตย์และองค์ประกอบการบริการที่มีคุณภาพมาใช้ในการศึกษาคุณภาพการบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการประกอบการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ยังมีโอกาสเติบโตได้อย่างยั่งยืน หากผู้ประกอบการเจ้าของบ้าน ตลอดจนชุมชนได้ทราบถึงความพึงพอใจในบริการด้านต่าง ๆ อันจะช่วยให้เกิดการพัฒนาคูณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กับ อายุ รายได้ต่อเดือน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

### สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษานี้ได้รวบรวมทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของการจัดการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์เพื่อตั้งเปรียบเทียบต่อการวิจัย ดังนี้

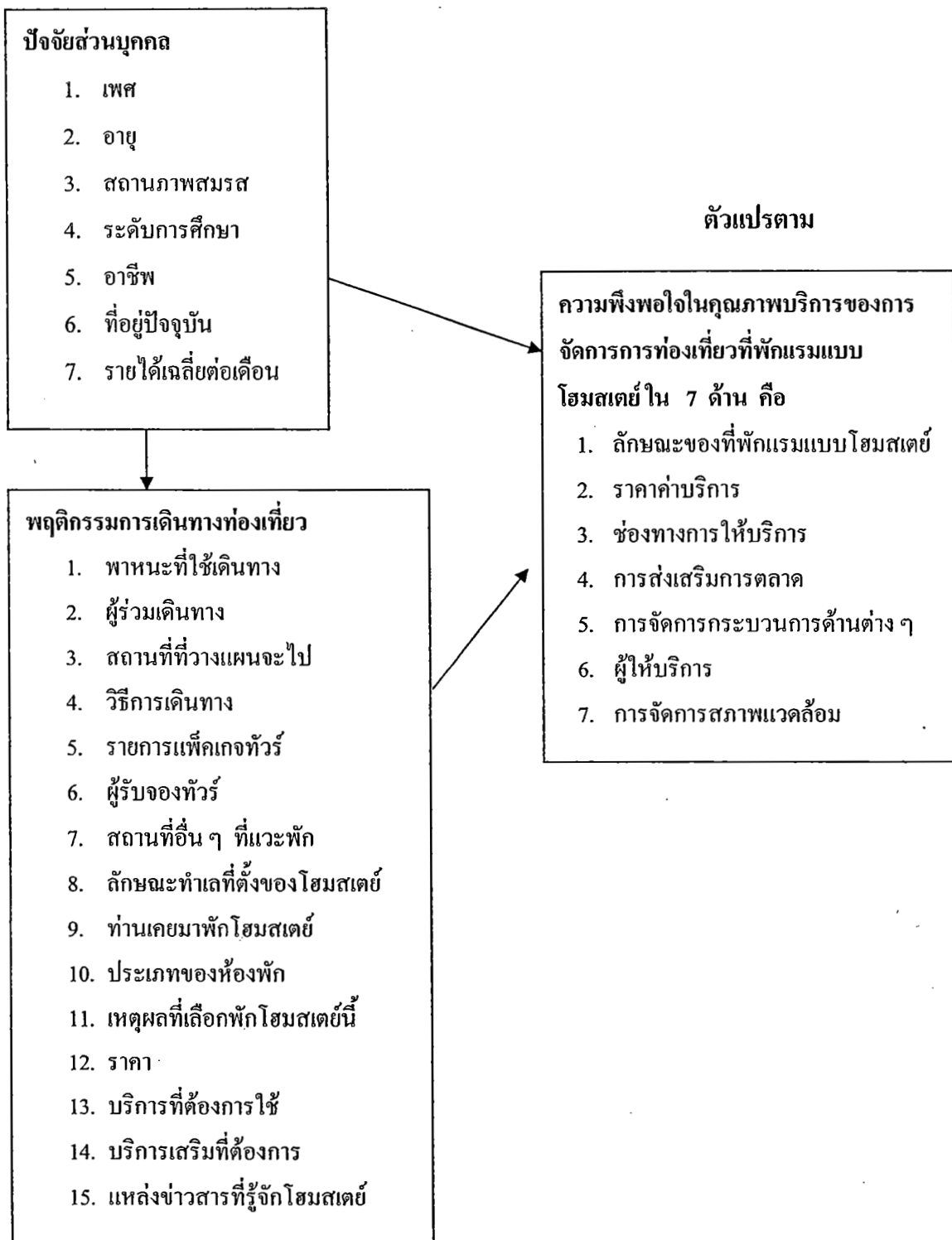
1. อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา
2. อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

3. อายุของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน
4. การท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว
5. การท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน
6. พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน
7. ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแต่ละด้านทั้ง 7 ด้านที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการโดยรวม

#### **กรอบแนวคิดในการวิจัย**

กรอบแนวความคิดในการวิจัยนี้ (ภาพที่ 1-2) สอดคล้องกับแนวคิดหลักในการจัดการด้านคุณภาพการบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ซึ่งเป็นตัวแปรตาม ซึ่งขึ้นอยู่กับพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรต้น

### ตัวแปรต้น



ภาพที่ 1-2 กรอบแนวความคิดในการศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของการจัดการการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ได้ทราบระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก
2. ได้นำผลการศึกษาวิจัยไปเผยแพร่ให้ชุมชนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก เพื่อวางแผนในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์
4. ได้นำผลการศึกษาวิจัยเผยแพร่และช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนารากฐานและคุณภาพการบริการของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ตามมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก : การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการประกอบธุรกิจด้านท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งขอบเขตการวิจัยประกอบด้วย

1. ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก โดยเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2549
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักรวมแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งมีจำนวนไม่แน่นอนตามฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ จึงเลือกขนาดตัวอย่าง โดยวิธีไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากขาดกรอบประชากรที่ชัดเจนในการเลือกตัวอย่างดังกล่าว จึงกำหนดขนาดตัวอย่างตามกับปัจจัยด้านเวลา และทรัพยากรในการทำวิจัยนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยระบุขนาดของตัวอย่างที่ครอบคลุมกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพำนักที่พักรวมแบบโฮมสเตย์จำนวน 308 คน
3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) เป็นเวลา 20 วัน และวันเสาร์ – อาทิตย์ เป็นเวลา 10 วัน ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2549 รวมระยะเวลา 8 เดือน และเลือกช่วงเวลาที่มียกนักท่องเที่ยวเข้าพัก

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**การท่องเที่ยว** หมายถึง กิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ด้วยการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งตามความสมัครใจ โดยมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการต่าง ๆ และประชาชนในท้องถิ่น

**การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** หมายถึง การดำเนินการด้านท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งการดำเนินการในลักษณะเส้นทางศึกษาธรรมชาติ การศึกษาเรียนรู้ วิถีชีวิตชุมชน ซึ่งพึงพิงทรัพยากรธรรมชาติ รวมไปถึงเทคโนโลยีชาวบ้านอันเกิดจากภูมิปัญญาอื่น ๆ ที่สมาชิกชุมชนร่วมกันพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจจนกลายเป็นเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว โดยผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีโอกาสเรียนรู้ร่วมกัน ด้วยการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำหรือการศึกษา โดยต้องพำนักที่พักรวมแบบโฮมสเตย์

**ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง ลักษณะของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่ปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ศักยภาพของการท่องเที่ยว** หมายถึง ความพร้อมในคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชม คุณลักษณะหรือคุณสมบัติดังกล่าวมีความแตกต่างกันตามประเภทของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว

**ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์** หมายถึง สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านที่เป็นผู้ให้บริการหรืออยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับเจ้าของบ้านเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมประจำวันกับเจ้าของบ้าน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

**การประกอบธุรกิจที่พักแรมแบบโฮมสเตย์** หมายถึง การดำเนินการจัดการธุรกิจที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่ได้ผลการตอบแทนจากการจัดหาสถานที่พักและอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว

**คุณภาพการบริการ** หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีต่อสถานที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ในลักษณะต่าง ๆ 7 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย

**ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์** หมายถึง ที่พักแรมที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว โดยสามารถกระตุ้นความต้องการให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจได้โดยนำเสนอคุณภาพการบริการที่ดี เป็นต้น

**ราคาค่าบริการ** หมายถึง ราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่กำหนดภายในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่นำเสนออย่างยุติธรรมให้นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการดึงดูดใจ เมื่อนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบความพึงพอใจกับบริการที่จะได้รับจากที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

**ช่องทางการให้บริการ** หมายถึง วิธีการของที่พัก สามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย สิ่งอำนวยความสะดวกในการจองที่พักทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

**การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การลดราคา สมนาคุณ หรือแจกของแถมก็ล้วนแต่เป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการใช้บริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

**การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ** หมายถึง กระบวนการให้บริการที่ดีสำหรับการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่ต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องของการจัดการด้านอาหาร ด้านที่พัก และด้านความปลอดภัย

**ผู้ให้บริการ** หมายถึง ผู้ประกอบการหรือเจ้าของต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ ต้องสร้างอุปนิสัยรักงานบริการ มีกิจกรรมยามที่อบอุ่น เป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อนำเสนอให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

**การจัดการสภาพแวดล้อม** หมายถึง การจัดการสภาพแวดล้อมของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ต้องสร้างบรรยากาศของการท่องเที่ยวให้เป็นเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ให้เป็นรูปธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้ เช่น การตกแต่งสถานที่พัก ให้มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนนั้น ๆ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็ควรมีเอกลักษณ์ มีการแสดงที่สื่อถึงประเพณีของท้องถิ่น หรือจัดกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

**พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว** หมายถึง ลักษณะรูปแบบ วิธีการ กระบวนการตลอดจนการเลือกบริการของนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย พาหนะที่ใช้เดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่วางแผนจะไป วิธีการเดินทาง รายการของแพ็คเกจทัวร์ ผู้รับจองทัวร์ สถานที่อื่น ๆ ที่แวะพัก ลักษณะทำเลที่ตั้งที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ เคยมาพำนักที่ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ประเภทของห้องพัก เหตุผลที่เลือกพักโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ บริการที่ต้องการใช้ บริการเสริมที่ต้องการ แหล่งข่าวสารที่รู้จักที่พักแรมแบบโฮมสเตย์



ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ หมายถึง ระดับความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ที่มีต่อการบริการ 7 ด้าน คือ ลักษณะของที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ ราคา ค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ การจัดการสภาพแวดล้อม

**ที่พักแรม** คือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างเดินทาง ซึ่งอาจจำแนกได้เป็นประเภทต่าง ๆ ตามลักษณะการใช้ คือ

- โรงแรม คือ ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทาง และเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง
- เกสต์เฮาส์ คือ บ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักรวม โดยเก็บค่าเช่า
- บังกะโล คือ ที่พักแรมที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยว โดยเก็บค่าเช่า
- รีสอร์ท คือ ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลัง ๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ
- บ้านรับรอง คือ ที่พักหน่วยราชการ บริษัท หรือเอกชนจัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือพักผ่อน โดยไม่เก็บค่าเช่า
- บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน คือ บ้านญาติมิตรของนักท่องเที่ยวที่จัดให้เป็นที่พักรวม โดยไม่เก็บค่าเช่า
- โมเต็ล คือ ที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ โดยเก็บค่าเช่า มีห้องพักแต่ละห้องหรือมีห้องพักส่วนหนึ่งที่มีลักษณะและการใช้สอยเช่นเดียวกับโรงแรม
  - ห้องธรรมดา คือ ห้องพักที่มีขนาดเพียงพอสำหรับ 2 คน เป็นห้องพักมาตรฐานอันดับต้นของที่พักนั้น อาจมีทั้งเตียงคู่และเตียงเดี่ยว
  - ห้องสวีด คือ ห้องพักที่มีขนาดใหญ่กว่าและมีเครื่องอำนวยความสะดวกมากกว่าห้องธรรมดา
  - ห้องคู่ (ประตูเปิดถึงกัน) คือ ห้องพักที่เป็นห้องมาตรฐาน 2 ห้องติดกัน ที่สามารถเปิดประตูทะลุถึงกันได้
  - ห้องครอบครัว คือ เป็นห้องขนาดใหญ่ สามารถพักกันได้ทั้งครอบครัว ประมาณ 4 - 5 ท่าน
  - บ้านสวน คือ บ้านที่มีบริเวณโดยรอบอยู่ในสวน บรรยากาศและทิวทัศน์ที่เป็นธรรมชาติ

- บ้านริมทะเล คือ บ้านที่มีบริเวณโดยรอบอยู่ในทะเล ริมทะเล เป็นภาคส่วนตัว สามารถมองเห็นบรรยากาศและทิวทัศน์ที่เป็นธรรมชาติ

- บ้านริมแม่น้ำ คือ บ้านที่มีบริเวณโดยรอบอยู่ริมแม่น้ำ

รถโดยสารประจำทาง คือ รถที่ใช้ขนส่งผู้โดยสารตามเส้นทาง ที่กำหนดราคาค่าบริการ เป็นรายบุคคลและมีที่นั่งเกินกว่า 7 คนขึ้นไป ทั้งที่มีเครื่องปรับอากาศ และไม่มีเครื่องปรับอากาศ ซึ่งประกอบด้วยรถโดยสารประจำทาง (บ.ข.ส.) รถโดยสารไม่ประจำทาง รถสองแถว รถโดยสาร พิเศษ เช่น รถท่องเที่ยววัฒนธรรมนำเที่ยวในบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์ – กรุงเทพฯ รถลีมูซีน รถกระเช้าไฟฟ้า บริการแท็กซี่ ตุ๊กตุ๊ก บริการขนส่งผู้โดยสารอื่น ๆ เช่น นั่งช้าง รถม้า เป็นต้น

รถบริการนำเที่ยว คือ รถที่ใช้บริการท่องเที่ยว ซึ่งจัดกำหนดไว้ล่วงหน้ามีการเก็บราคา ค่าบริการเป็นรายบุคคลในลักษณะเหมาจ่ายและมีที่นั่งเกินกว่า 7 คนขึ้นไป

รถยนต์ส่วนบุคคล คือ รถยนต์ส่วนตัวของนักเดินทาง หรือรถยนต์ของหน่วยงาน ราชการ หรือเอกชนที่นักเดินทางใช้โดยไม่มีอัตราราคาค่าบริการมีขนาดและลักษณะใดก็ได้ ประกอบด้วยบริการให้เช่ารถโดยสารพร้อมคนขับรถ เช่น รถตู้ บริการให้เช่ารถทัวร์ และรถโค้ช พร้อมคนขับ

พาหนะอื่น ๆ ที่ใช้ในการเดินทางทางน้ำและทางทะเล หมายถึง พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการข้ามฟาก ไปยังแหล่งท่องเที่ยวอีกแหล่งหนึ่งที่อยู่นอกพื้นดิน ได้แก่

- บริการเรื่อนำเที่ยวทัศนจร และค้างคืน เช่น เรื่อนำเที่ยว
- บริการเรือสำราญทางน้ำภายในประเทศ เช่น เรื่อนำเที่ยวของทางโรงแรม

เรือล่องแม่น้ำ

- บริการให้เช่าเรือโดยสารทางน้ำภายในประเทศ พร้อมลูกเรือ
- บริการเรือโดยสารตามชายฝั่งทะเลและข้ามเกาะแบบมีตารางและไม่มี

ตารางเวลา เช่น เรือเฟอร์รี่

- บริการเรือสำราญทางทะเล เช่น เรือท่องเที่ยวต่าง ๆ
- บริการให้เช่าเรือโดยสารชายฝั่งทะเลและข้ามมหาสมุทรพร้อมลูกเรือ เช่น เรือเช่า

เหมาลำ

ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย คือ ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่ง ๆ ใช้ท่องเที่ยว ณ สถานที่หนึ่งในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยนับเป็นวันที่ค้างคืน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรีสแอมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก : การพัฒนา  
ศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้าน  
ท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยเสนอทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและผลงานวิจัยตามลำดับดังนี้

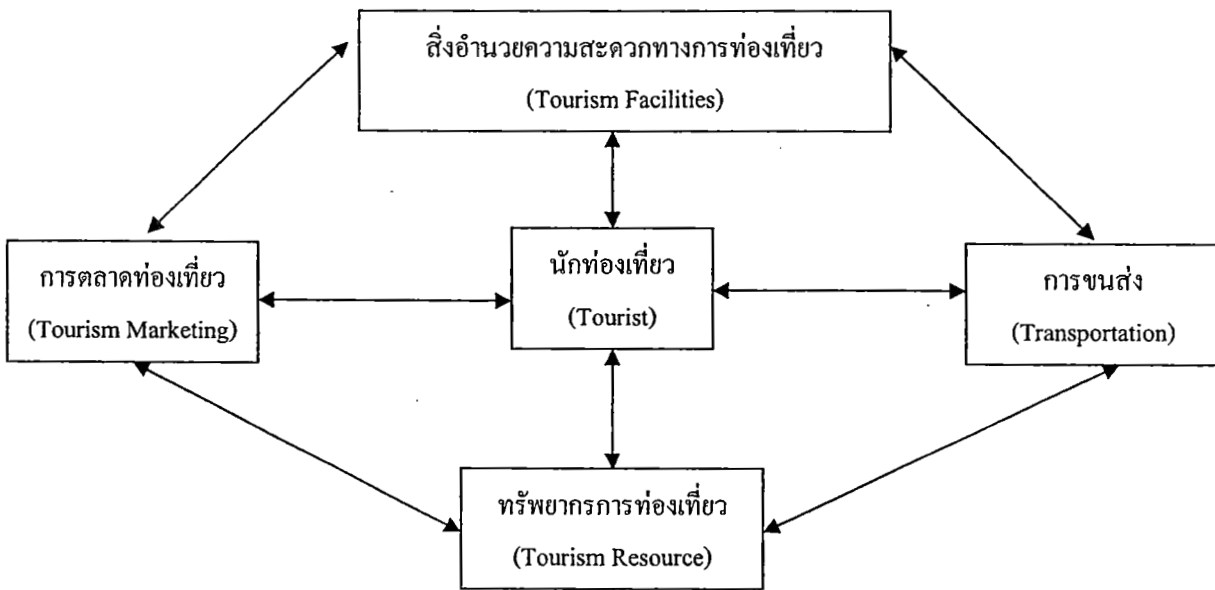
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว
4. คุณภาพการบริการของที่พักรีสแอมแบบโฮมสเตย์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยนับเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญเป็น  
อย่างมากและยังเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมหลักที่มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมและเติบโตอย่าง  
ต่อเนื่องทั้งระบบในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จำนวน โรงแรม สถาน  
ท่องเที่ยว และสถานบริการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและ  
สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ตามแผนการพัฒนาแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว  
แห่งชาติ (พ.ศ.2544 - 2553) แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2544 - 2549) และ  
แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 - 2554) ที่มุ่งเน้นการกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่าน  
การสร้างรากฐานของชุมชนที่เข้มแข็งและภูมิปัญญาไทย ซึ่งเป็นการกระจายรายได้โดย  
การท่องเที่ยวอย่างครบวงจร

ดังจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาประเทศไม่ใช่  
เพียงทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่สามารถสร้างความยั่งยืนทางสังคมได้ด้วย ทั้งนี้การท่องเที่ยวแห่ง  
ประเทศไทยได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย  
ความตึงเครียดจากกิจการงานประจำของมนุษย์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544) ซึ่งมี  
จุดประสงค์ของการท่องเที่ยวที่จำกัดอยู่ที่การพักผ่อนและเพิ่มเติมจากนิยามของวรรณา ศิลปอาชา  
(2544) ซึ่งกล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่งด้วย

ความสมัครใจเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน สถานที่เหล่านั้น หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นความหมายของการท่องเที่ยวที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ การท่องเที่ยว คือ กิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งตามความสมัครใจ โดยมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการต่าง ๆ และประชาชนในท้องถิ่น ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งของการท่องเที่ยว คือ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543)



ภาพที่ 2-1 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

จากภาพที่ 2-1 ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยนัยแล้วอธิบายถึง การท่องเที่ยวมีหลายประเภทตามจุดมุ่งหมายและขึ้นอยู่กับทรัพยากรเป็นสำคัญ การท่องเที่ยว ประเภทหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายนอกเหนือจากการพักผ่อนหย่อนใจและยังได้คุณค่าเพิ่มจากการเรียนรู้ และศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวของหลาย ๆ ฝ่าย รวมทั้งชุมชน เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มีความสำคัญที่จะช่วยธำรงรักษาทรัพยากร การท่องเที่ยว ตามที่องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐควีนสแลนด์ ประเทศออสเตรเลีย ได้ให้คำ จำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวอย่างมี ความรับผิดชอบ และเป็นการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่ง

วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศ โดยผู้เกี่ยวข้องได้เรียนรู้ร่วมกันภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544) นอกจากนี้การศึกษาด้านการพัฒนาศักยภาพ ความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวพักผ่อนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเกาะช้าง จังหวัดตราด (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ, 2548) ได้สรุปในประเด็นหลัก ๆ ในการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวพักผ่อนแบบโฮมสเตย์ที่จำเป็นต้องพิจารณา ได้แก่ เป้าหมายของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่พักผ่อน วิถี และกระบวนการ ตลอดจนการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงมูลค่าและคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น ดังนั้นการที่จะทำความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถ่องแท้ นั้น พบว่ายังมีมิติต่าง ๆ อีกหลายด้านในแต่ละองค์ประกอบที่ควรนำมาวิเคราะห์และพิจารณาเพิ่มเติม ได้แก่ ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**ศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง การดำเนินการให้เกิดความพร้อมในด้านคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือนคุณลักษณะหรือคุณสมบัติดังกล่าวมีความแตกต่างกับตามประเภทของแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งควรมีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. การจัดการด้านความน่าดึงดูดใจของสถานที่ (Attraction Management) หมายถึง การดำเนินการให้เกิดแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถเรียกร้องและกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตาชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัวทั้งที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นและเกิดจากธรรมชาติ อันมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่อไปนี้ ความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดทรายขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม น้ำตกที่มีความสวยงามทั้งที่สร้างขึ้นและเกิดตามธรรมชาติรวมทั้งเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของการประกวดผลิตผลทางการเกษตร

2. การจัดการด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility Management) หมายถึง วิธีการเข้าถึงหรือเดินทางถึงแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงและเที่ยวชม นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวจะเกิดอารมณ์ในการท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้นแม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบและแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้าง

สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน เส้นทางเดินเรือ ที่จอดรถ ตลอดจนเส้นทาง  
ยานพาหนะหรือทางเดิน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3. การจัดการด้านความประทับใจ (Amenity Management) หมายถึง การกระทำใด ๆ  
ที่ทำให้แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยว  
ชมแก่นักท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทราชวัง วัด  
โบราณสถานต่าง ๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต หรือแม้แต่ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่  
การพักผ่อน อาทิ อุทยานแห่งชาติทางบกและทางทะเลหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิด  
ความสนุกสนาน เช่น การร่วมงานเทศกาลและประเพณีต่าง ๆ เช่น งานคาร์นิวัลในประเทศ  
บราซิล งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงทรัพยากรบุคคล ได้แก่  
ความเป็นมิตร ความสามารถในการสื่อสาร ความเอื้ออาทร และคุณสมบัติที่ส่งเสริมบริการของ  
มนุษย์ เป็นต้น

4. การจัดการด้านองค์ประกอบของการบริการ (Ancillary Service Management)  
หมายถึง การที่สถานที่ท่องเที่ยวสามารถจัดสรร การบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว  
หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง  
มาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

4.1 การบริการด้านตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริม  
แหล่งท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว การกำหนดการบริการเหมาะสม  
การส่งเสริมความร่วมมือด้านการตลาดเป็นพันธมิตรในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2 การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น  
การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง  
การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดระบบการจัดการอย่างมี  
ประสิทธิภาพ เป็นต้น

การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว (Natural Resource Eco-tourism Management) เป็น  
สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวการจัดการเชิงนิเวศที่ต้องอาศัยธรรมชาติของระบบนิเวศและวัฒนธรรม  
ท้องถิ่น โดยกำหนดความหมายของทรัพยากรการจัดการท่องเที่ยวว่าหมายถึง จุดหมาย  
(Destination) ของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวนั่นเอง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวใดจะมีทรัพยากร  
ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอย่างไรนั้น ซึ่งความดึงดูดใจเหล่านั้นอาจดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่ง  
แต่อาจไม่สามารถดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นก็ได้ การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว  
สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (Nature Destination)

Management) เป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ และนับว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด โดยแบ่งเป็น 4 ประเภทการจัดการ คือ

1.1 ทิวทัศน์ (Scenery) การดำเนินการจัดการทิวทัศน์ต่าง ๆ ทางธรรมชาติทั้งที่สวยงามและแปลกตา ที่มีความแตกต่างและทำให้ประหลาดใจหรือสนเท่ห์ใจ (Surprise) จะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเยี่ยมชม

1.2 สัตว์ป่าและพรรณไม้ (Wildlife and Flora) สัตว์ป่าและพรรณไม้เป็นส่วนหนึ่งของความงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เพราะชีวิตความเป็นอยู่ของสัตว์ป่าเป็นสิ่งที่น่าศึกษาหาความรู้ รวมทั้งความหลากหลายของพรรณไม้ในป่าประเภทต่าง ๆ และสวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร ซึ่งแม้ว่านับวันจะหมดไป แต่ยังมีกรอนุรักษ์ไว้ให้ได้ชมและท่องเที่ยวได้ เช่น สวนสัตว์สวนสมุนไพร เป็นต้น

1.3 สภาพภูมิอากาศ (Climate) สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไป เช่น แสงแดด สายลม อากาศอบอุ่น หรือหิมะ ตลอดจนลักษณะอากาศที่แตกต่างไปจากถิ่นเดิมของนักท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งที่จูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นมาได้ เช่น ฤดูร้อนนักท่องเที่ยวมักนิยมเดินทางไปยังชายฝั่งทะเลหรือฤดูหนาวชาวยุโรปนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศแถบตะวันออกซึ่งมีอากาศที่อบอุ่นกว่า เป็นต้น

1.4 ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (Natural Phenomenon) เป็นลักษณะของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น พระอาทิตย์เที่ยงคืน การเกิดสุริยุปราคา การเกิดฝนดาวตก เป็นต้น

2. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา (Historical, Archaeological and Regions Destination Management) เป็นการจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่อไปนี้

2.1 โบราณสถาน หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น โบสถ์ วิหาร วัง สถาปัตยกรรม หรืออนุสาวรีย์ รวมถึงสิ่งปลูกสร้างและองค์ประกอบทางสิ่งปลูกสร้าง โดยมีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัตนาทึบ จังหวัดสุโขทัย ประสาทหินพิมาย ประสาทหินเขาพนมรุ้ง กำแพงเมืองจีน เป็นต้น

2.2 โบราณวัตถุ หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนย้ายได้ เช่น พระพุทธรูป เทวรูป ศิลาจารึก ทรัพย์สมบัติ มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น แก้ว แหวน เงินทอง รวมถึงภาชนะ และอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

2.3 ศาสนสถานหรือปูชนียสถาน หมายถึง สถานที่ควรแก่การนับถือ หรือควรแก่การบูชา เช่น พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงเทพมหานคร พระธาตุคอกยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ วังวาทิกัน เป็นต้น

2.4 ศาสนวัตถุหรือปูชนียวัตถุ หมายถึง วัตถุที่ควรแก่การบูชา เคารพนับถือ เช่น พระพุทธรูป เทพเจ้า เป็นต้น

3. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม (Cultural Destination Management) เป็นการดำเนินการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธีกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบต่อกันมา ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วยงานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่าต่าง ๆ ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของชนในชาติหรือกลุ่มชนต่าง ๆ เช่น ชุดแต่งกายประจำชาติ การแสดงรำกลองยาว เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ต้องอาศัยปัจจัยเกื้อหนุนจากสิ่งแวดล้อม ประเพณีวัฒนธรรม และกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น ซึ่งผลจากการดำเนินการของชุมชนได้ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยทางตรงคือ ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ในทางอ้อมก่อให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (พจนานุกรม, 2546) และการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Management) ซึ่งหมายถึง การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและในอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด โดยที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวร่วมกันในการรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ให้นานที่สุด ให้เกิดผลกระทบทางลบน้อยที่สุดและให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งคือการจัดการที่พัก (Accommodation) ปัจจุบันมีการกล่าวถึงการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ (Homestay) กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งการจัดการการท่องเที่ยวที่พักแบบโฮมสเตย์ หมายถึง การดำเนินการด้านที่พักของชาวบ้านในชุมชนให้แก่ผู้มาเยี่ยมชมด้วยความยินยอมและเต็มใจของเจ้าบ้าน ซึ่งบ้านพักที่ให้บริการต้องมีห้องพักหรือพื้นที่ที่สามารถรองรับและสามารถให้บริการแก่ผู้มาเยี่ยมชมได้ การพักร่วมกับชาวบ้านในชุมชนนี้จะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างความรู้ (Knowledge) และความเข้าใจ (Understanding) ในวิถีชีวิตชุมชนเพื่อให้เกิดทัศนคติ (Attitude) ที่ดีต่อชุมชน



อันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน รวมถึงการที่ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจและพึงพอใจ (Appreciation and Impression) จากวิถีชีวิตชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งสะท้อนถึงบริการที่มีคุณภาพจากความสามารถของคนในชุมชนเป็นหลักอีกด้วย (มธุรส ปรานไพรี, 2545)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์สามารถประเมินคุณภาพการบริการที่ได้จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับความคาดหวังหรือความต้องการ ถ้าผลลัพธ์ในการใช้บริการตรงกับที่คาดหวังไว้ ผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวก็จะได้รับความพึงพอใจ ทั้งนี้ความต้องการมีรากฐานมาจากจิตใจและความรู้สึกของแต่ละคน เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความต้องการจะพยายามหาหนทางที่จะตอบสนองความต้องการของตน ซึ่ง Maslow (1968) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

1. ความต้องการด้านร่างกาย
2. ความต้องการความปลอดภัย
3. ความต้องการความรักและการยอมรับ
4. ความต้องการการยกย่องนับถือ
5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต

ซึ่งมนุษย์มีความต้องการ 5 ระดับนี้เป็นลำดับขั้นไปจากขั้นแรกขึ้นไปตามลำดับ สำหรับเรื่องความคาดหวังหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์จะมี ความความคาดหวังหรือความต้องการต่อบริการแต่ละประเภทแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์จึงจำเป็นต้องเข้าใจในความคาดหวังหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

### ความสำคัญของความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ

การให้บริการที่ดีมีคุณภาพหรือไม่ในความรู้สึกของนักท่องเที่ยวนั้นจะสามารถประเมินได้จากการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับจริง (Perceived Service) กับการบริการที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังไว้ (Expected Service) ซึ่งความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกิดจากองค์ประกอบหลายประการ อันได้แก่ ประสบการณ์ในอดีต คำบอกเล่าของเพื่อนฝูงและญาติมิตร แหล่งข้อมูลอื่น ๆ หรือแม้แต่พันธะสัญญาขององค์กร (กฤษชาติ รื่นรัมย์ และคณะ, 2547) ซึ่งความคาดหวังอาจเกิดจากการเคยไปใช้บริการจากสถานที่พักแรมการท่องเที่ยวหนึ่งมาก่อนแล้ว

หรืออาจเคยไปใช้บริการของคู่แข่งกัน หรือไม่เคยใช้บริการแบบอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน แต่ถ้านักท่องเที่ยวไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อนเลย นักท่องเที่ยวก็จะคาดหวังจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น การโฆษณาของผู้ให้บริการ อาทิ สายการบินแห่งหนึ่งโฆษณาว่า “รักคุณเท่าฟ้า” นักท่องเที่ยวก็จะจดจำโฆษณาและสร้างเป็นความคาดหวังขึ้นมาในจิตใจ หรือไม่ความคาดหวังอาจเกิดจากการอ่านจากข่าวหรือบทความในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือแม้กระทั่งคำบอกกล่าวแบบปากต่อปาก

การท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์จะเกิดความยั่งยืนและประสบความสำเร็จได้ต้องให้ข้อมูลและสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะเกิดขึ้นจากผู้ให้บริการในแต่ละภาคธุรกิจบริการ การท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ โรงแรมระดับห้าดาว อาจมีแตกต่างจากความคาดหวังจากการใช้บริการในโรงแรมระดับหนึ่งหรือสองดาว ซึ่งความคาดหวังหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจบริการจะมีความแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของแต่ละธุรกิจและประสบการณ์ในอดีตของนักท่องเที่ยว เช่น ในประเทศไทยโดยปกติ นักท่องเที่ยวจะมีความคาดหวังต่อบริการของภาครัฐน้อยกว่าบริการของภาคเอกชน ไม่เพียงเท่านั้น ความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา เป็นต้น ที่ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มประชากรมีความคาดหวังแตกต่างกัน ซึ่งเรียกว่าปัจจัยที่มีผลต่อการคาดหวังของนักท่องเที่ยว

### ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการสร้างความประทับใจในการบริการ ซึ่งอิทธิพลที่มีผลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการหรือการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อบริการมี 5 ปัจจัย ซึ่งประกอบด้วย

1. ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละราย (Personal Needs) แต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัว มีพฤติกรรม และอยู่ในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวแต่ละรายอาจมีความต้องการพื้นฐานที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งความต้องการพื้นฐานอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำหน้าที่กำหนดระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจบริการ

2. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) ได้แก่

- 2.1 ประสบการณ์ในอดีตของนักท่องเที่ยวที่เคยมาใช้บริการ คือ เป็นความคาดหวังที่เกิดจากประสบการณ์เดิมที่เคยใช้บริการมาแล้ว ถ้ายังมาอีกปัจจุบันและอนาคต กล่าวคือ ก่อนนักท่องเที่ยวเคยได้รับบริการอย่างไร ปัจจุบันและในอนาคตก็คาดหวังว่าจะต้องได้รับบริการอย่างนั้น

2.2 ประสบการณ์จากการใช้บริการของกลุ่มแข่งขัน คือ ลูกค้าบางรายอาจเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นในตลาดมาก่อน นักท่องเที่ยวก็จะนำระดับการให้บริการนั้นมาตั้งเป็นความคาดหวังต่อผู้ให้บริการรายใหม่ที่กำลังจะไปใช้บริการ ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวกำลังจะไปใช้บริการที่พักรีสอร์ทแบบโฮมสเตย์ ก แต่ก่อนหน้านี้เคยไปใช้บริการที่พักรีสอร์ทแบบโฮมสเตย์ ข มาก่อน นักท่องเที่ยวจะนำประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการจากที่พักรีสอร์ทแบบโฮมสเตย์ ข มาสร้างเป็นความคาดหวังต่อการให้บริการของที่พักรีสอร์ทแบบโฮมสเตย์ ก

### 3. การสื่อสารถึงนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ (Communication) ได้แก่

3.1 การสื่อสารทางการตลาดสู่นักท่องเที่ยว การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขาย โดยพนักงานขาย รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบอื่น ๆ ที่ไปถึงตัวนักท่องเที่ยวได้แสดงบทบาทสำคัญในการสร้างความคาดหวังขึ้นในใจของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ใบปลิวและแผ่นพับของสถานที่พักรีสอร์ท ที่ได้ประชาสัมพันธ์ว่าเป็นสถานที่พักรีสอร์ทระดับห้าดาวที่ให้บริการอย่างสุภาพและเป็นมิตร โดยนักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลเหล่านี้เป็นตัวกำหนดความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจบริการ

### 3.2 การสื่อสารจากองค์ประกอบภายในองค์กร แบ่งออกเป็น

3.2.1 อัตราค่าบริการ ปัจจัยนี้มีอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวในการกำหนดระดับความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจบริการ ซึ่งนักท่องเที่ยวย่อมต้องมีความคาดหวังสูงสำหรับบริการที่มีอัตราค่าบริการที่สูง และมีความคาดหวังต่ำต่อบริการที่มีอัตราค่าบริการที่ต่ำ

3.2.2 การตกแต่งสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ในการให้บริการ ปัจจัยเหล่านี้ก็มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

4. ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) กล่าวคือ สถานการณ์หรือจังหวะ โอกาสที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ร้านอาหารในช่วงเวลาเที่ยงวันจะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งลูกค้านั้นส่วนใหญ่จะนึกคิดว่าเป็นเรื่องธรรมดาถ้าหากมาใช้บริการในช่วงเวลานี้ที่คนใช้บริการจะแน่น อาจไม่มีที่นั่ง พนักงานอาจเก็บโต๊ะไม่ทัน อาหารที่สั่งจะออกช้า แต่ลูกค้าจะไม่ค่อยถือสาเพราะลูกค้าส่วนใหญ่จะเข้าใจใน “สถานการณ์” ซึ่งจะเห็นได้ว่า สถานการณ์ตามตัวอย่างได้ส่งผลให้ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อบริการไม่เหมือนเช่นปกติแต่ลดต่ำลง

5. การบอกแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) การที่นักท่องเที่ยวมีการสื่อสารถึงกันเองเกี่ยวกับบริการทั้งในทางที่ดีและในทางที่ไม่ดี ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความคาดหวัง แม้ว่าผู้ที่ได้รับการบอกต่อจะไม่เคยใช้บริการมาก่อนก็ตาม ซึ่งคำแนะนำของเพื่อน

ร่วมงานและเพื่อนบ้าน มีผลอย่างยิ่งต่อความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อบริการ เช่น สถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร เป็นต้น

### ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกิดจากธุรกิจบริการสามารถให้บริการได้ตรงตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง ดังที่ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2545) ได้กล่าวถึงคุณภาพของการบริการว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในคุณภาพของการบริการที่ดีขององค์ประกอบการบริการ 3 ส่วน ได้แก่ พนักงาน (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสิ่งต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว (Physical Evidence) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบระหว่าง “บริการที่ได้รับจริง” หรือ “บริการที่รับรู้” กับ “บริการที่คาดหวัง” ถ้า “บริการที่รับรู้” เท่ากับหรือสูงกว่า “บริการที่คาดหวัง” นักท่องเที่ยวก็จะได้รับความพึงพอใจแต่ในทางกลับกัน ถ้า “บริการที่รับรู้” ต่ำกว่า “บริการที่คาดหวัง” นักท่องเที่ยวจะไม่พึงพอใจ

จากที่กล่าวไปข้างต้นจะเห็นได้ว่า การรับรู้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การรับรู้หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความสิ่งเร้าออกเป็นความหมาย บุคคลหลายคนแม้จะอยู่ในเหตุการณ์เดียวกันและในเวลาเดียวกัน แต่อาจตีความออกเป็นความหมายที่ไม่เหมือนกันได้ แม้นักท่องเที่ยวจะเข้ามาใช้บริการในสถานที่และเวลาเดียวกัน แต่นักท่องเที่ยวก็สามารถตีความการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการออกมาแตกต่างกันได้

โดยทั่วไปความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้สามารถแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. คุณภาพของการบริการ (Technical Quality of The Outcome) จะเกี่ยวข้องกับผลของการบริการที่ได้รับ เช่น นักท่องเที่ยวใช้บริการห้องพักและได้พำนักนอนหลับในห้องพักอย่างปลอดภัย เป็นต้น
2. คุณภาพของกระบวนการบริการ (Functional Quality of The Process) จะเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในแต่ละช่วงเวลา และพฤติกรรมบริการของผู้ปฏิบัติงานบริการ เช่น การรับคำสั่งและนำอาหารมาให้บริการอย่างถูกต้องของบุคลากรของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ การพูดจาโต้ตอบอย่างสุภาพนุ่มนวลและมีอัธยาศัยเป็นมิตร มีไมตรีจิต

นอกจากนี้โดยปกติการรับรู้ในคุณภาพการบริการมีความยากลำบากในการวัดค่ามากกว่าการรับรู้ในคุณภาพสินค้า เพราะสินค้าและบริการมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะประเมินคุณภาพการบริการโดยพิจารณาจากปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ในการประเมิน

คุณภาพการบริการของสถานที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของสถานที่พักแรม เช่น ดูจากการวัดระดับดาวของสถานที่พักแรม การตกแต่งภายนอกและภายในของสถานที่ มารยาทและความสุภาพของพนักงานต้อนรับ ความเอาใจใส่และความเอื้ออาทรของพนักงานต่าง ๆ ฯลฯ

อย่างไรก็ตามการบริการมีลักษณะพิเศษทำให้เกิดปัญหาการควบคุมคุณภาพ (Quality Control Problem) ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของธุรกิจบริการได้ส่งผลให้มาตรฐานการให้บริการมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาขึ้นอยู่กับว่าพนักงานคนใดเป็นผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวมารับบริการในเวลาใด จากสาขาไหน ฯลฯ นอกจากนี้การให้บริการในขณะที่มีรับบริการทันทีจะส่งผลให้ผู้ให้บริการแทบจะไม่มีโอกาสได้แก้ไขข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้เลย ทั้งหมดนี้จะส่งผลให้การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการต้องพยายามกำหนดและควบคุมมาตรฐานการให้บริการเพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอในคุณภาพการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับเป็นหลัก

### การประเมินคุณภาพการบริการ

การประเมินคุณภาพการบริการสำหรับธุรกิจบริการเป็นเรื่องยาก ถ้าเปรียบเทียบกับการซื้อขายสินค้า ถ้าลูกค้าซื้อสินค้าไปแล้วไม่เป็นที่พึงพอใจลูกค้าสามารถนำไปเปลี่ยนหรือนำไปคืนได้ แต่ในทางกลับกันบริการประเภทการบริการต่อร่างกายลูกค้า ถ้าบริการในครั้งแรกไม่ดีแล้วก็ยากในการจะกลับไปให้ผู้ให้บริการแก้ไขให้ใหม่

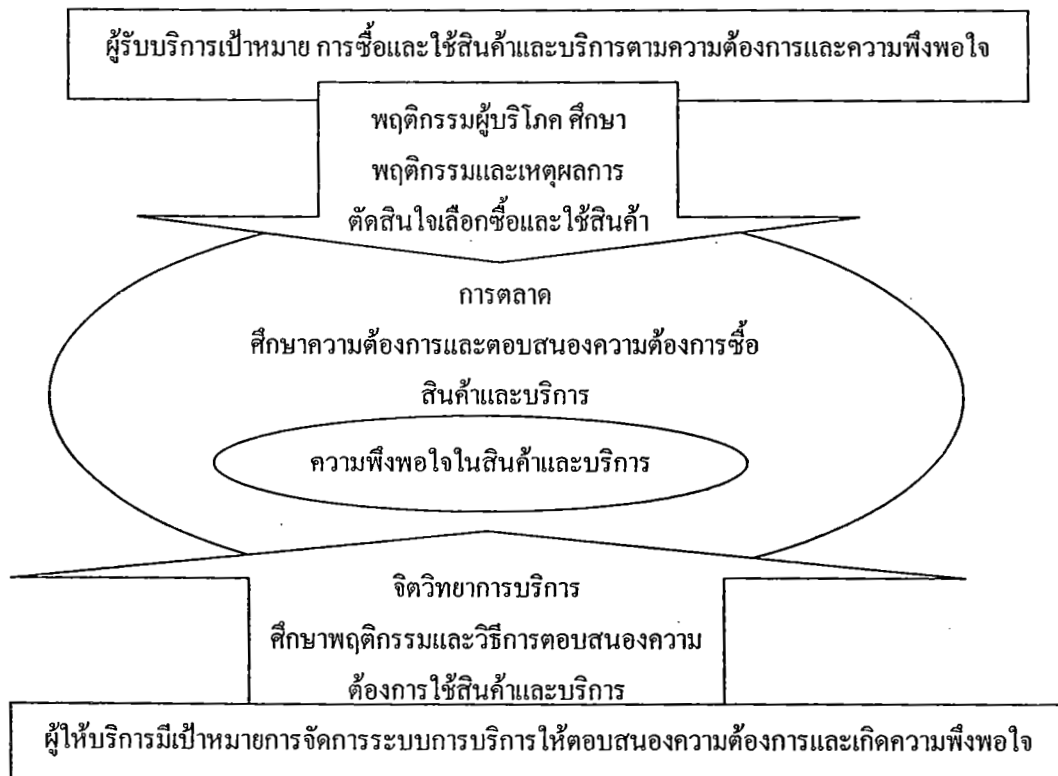
สำหรับการบริการต่อจิตใจไม่ตรงกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความไม่พึงพอใจก็คงยากที่จะแก้ไขให้นักท่องเที่ยวกลับมาพึงพอใจได้ ตัวอย่างเช่น สถานที่พักแรมที่วางแผนจองล่วงหน้า หลังจากมาใช้บริการให้การต้อนรับไม่ดีตามที่คาดหวังไว้ นักท่องเที่ยวคงไม่เรียกเงินคืน แต่คงจะไม่กลับมาใช้บริการซ้ำอีก

การบริการต่อจิตใจนั้นคุณภาพจะประเมินได้จากประสบการณ์ (Experience Qualities) ทั้งนี้คุณภาพที่ประเมินได้จากประสบการณ์ หมายถึง คุณลักษณะที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นความแตกต่างก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวได้ซื้อบริการนั้นไปแล้วหรืออยู่ระหว่างการรับบริการนั้น (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547, )

ธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวนับว่าเอื้อประโยชน์ต่อสังคมอย่างมาก ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวและการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการจำเป็นต้องพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เพื่อระบบการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จในที่สุด

ดังนั้นการนำแนวคิดและหลักการสำคัญทางจิตวิทยามาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์และทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ในระบบการบริการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริการรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เมื่อมุ่งเน้นการบริการเชิงพาณิชย์ยังมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับแนวคิดวิชาการทางพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) และการตลาด (Marketing) กล่าวคือ พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมของบุคคล (ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว) ในกระบวนการตัดสินใจให้ได้มาและใช้สินค้าหรือบริการจากองค์การธุรกิจ โดยมุ่งพยายามให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น และสนองให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว จนกระทั่งมีการซื้อที่ต่อเนื่องเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ

ในการดำเนินธุรกิจบริการการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องให้ความสนใจศึกษาและทำความเข้าใจแนวคิดทั้ง 3 ด้าน คือ พฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดและจิตวิทยาการบริการ เนื่องจากมีความเชื่อมโยงไปสู่เป้าหมายของธุรกิจการท่องเที่ยวให้การดึงนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจเป็นประการสำคัญ



ภาพที่ 2-2 ความเกี่ยวพันเชื่อมโยงของพฤติกรรมผู้บริโภค การตลาด และจิตวิทยาการบริการ

๘๘.4๗1  
๖๘๖๖  
ณ. ๖

25 146 2

การจัดการระบบการบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ

## 7 ประการดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น หากผู้ให้บริการสามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกัน ผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว ดังนั้นคุณภาพของการบริการและผู้ให้บริการ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับการวางแผนการบริการที่ต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ และการพัฒนาคุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดี ได้แก่ การมีจิตสำนึกของการให้บริการ รวมทั้งการมีความรู้ ความสามารถ เจตคติ ตลอดจนบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงานบริการ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดี ก็เป็นอีกปัจจัยที่มีควรละเลย การจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการให้สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย สะดวกสบาย สวยงาม และมีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัยสำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการจะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของการบริการที่สร้างความรู้สึกที่ดีและความพึงพอใจของการบริการทุกระดับ

2. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับสถานที่พักผ่อน ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อเสนอบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพและแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ถูกค่าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ การวิจัยตลาดเกี่ยวกับความต้องการ การรับรู้ การจูงใจ และเจตคติ รวมทั้งพฤติกรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการจะช่วยค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังจากงานบริการหรือความต้องการการบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการให้สามารถดำเนินไปอย่างราบรื่น

3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่เป็นที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของ

แต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติ ทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริการหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากร รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการ ได้อย่างฉับพลันและทันใจ ก็จะทำให้ ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจ เช่นเมื่อลูกค้าเข้าไปในร้านเสริมสวยเพื่อทำผม หากเจ้าของร้านปล่อยให้ลูกค้าต้องรอนานเกินเหตุ เพราะมีช่างและอุปกรณ์น้อยต้องทำผมให้ทีละคนจนเสร็จ จึงจะลงมือทำให้คนต่อไปได้ ย่อมทำให้ลูกค้าเบื่อและไม่อยากมารับบริการอีกต่อไป ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมั่นใจว่าได้เตรียมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการบริการไว้พร้อมสรรพที่จะ ให้บริการได้ทันทีที่มีผู้มารับบริการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Value) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวด้วยความพยายามที่จะทำให้ผู้รับบริการชอบและถูกใจกับ บริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ อาชีพบริการมีลักษณะ ต่าง ๆ กัน และมีวิธีการบริการที่ไม่เหมือนกัน คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการ ได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ

5. ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวทุกระดับอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการ ที่สำคัญที่สุดไม่ว่าผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับ บริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวที่ เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน การเอาอกเอาใจเฉพาะผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวที่มีฐานะดีโดยไม่ เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวอื่น ย่อมทำให้การรับรู้ถึงการปฏิบัติที่แตกต่างกัน และอาจ ไม่พึงพอใจ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องให้บริการที่เหมาะสมและเรียนรู้พฤติกรรมของผู้รับบริการ หรือนักท่องเที่ยวในการให้ความสนใจได้อย่างเหมาะสมด้วย

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว ด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอหิชาสัยของ ความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเองจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิด ความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรม การบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมี บุคลิกสง่างาม มีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน รู้จักค้นหาความต้องการของ ผู้รับบริการมีทักษะและจิตสำนึกของการให้บริการ นอกจากนี้การพิถีพิถันจัดการสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้กับผู้รับบริการ เช่น การเรียกชื่อแขกที่มาพักในโรงแรมได้ถูกต้อง การจัดวางดอกไม้หรือการ์ด อวยพรเล็ก ๆ เขียนคำขวัญวางไว้บนหมอน การยื่นของให้แขกด้วยกิริยานอบน้อมสุภาพ และการ



เสิร์ฟน้ำเย็น ๆ หรือบริการผ้าเย็นสำหรับต้อนรับแขกที่เข้ามาใช้บริการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้แสดงถึงความเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิดและด้วยน้ำใจของการบริการ

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” (Service Theme) หรือแผนในการให้บริการและการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิบัติกริยาตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการ นำมากำหนดเป้าหมายของการบริการรวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานบริการทุกฝ่าย ซึ่งมีบทบาทรับผิดชอบงานบริการที่ตนเองถนัด และมีอำนาจในการตัดสินใจขณะปฏิบัติงาน การตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการ ตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้มาตรฐานคุณภาพของงานบริการอย่างสม่ำเสมอ

ในกระบวนการเสนอบริการ โดยทั่วไป องค์ประกอบของระบบการบริการจะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ คือลูกค้าหรือผู้รับบริการ ผู้ปฏิบัติงานบริการ องค์การบริการ ผลิตภัณฑ์บริการและสภาพแวดล้อมของการบริการ ซึ่งแต่ละส่วนต่างมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการให้บริการและความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจบริการ

ธุรกิจบริการมีลักษณะต่าง ๆ กันและมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการด้วย วิธีการให้บริการหรือการปฏิบัติต่อผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามนโยบายการให้บริการหรือวัตถุประสงค์ของบริการแต่ละประเภท เช่น ภัตตาคารและโรงแรมชั้นหนึ่งมักเน้นบรรยากาศของสถานที่ และบริการด้านความสะดวกสบาย ความหรูหรา คุณภาพและรสชาติของอาหารที่จัดได้ว่าเลิศรสความพิถีพิถันให้แก่ผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว ธุรกิจสายการบินจะบริการอำนวยความสะดวกในการเดินทางสู่จุดหมายปลายทางของผู้โดยสารด้วยความเอาใจใส่ อ่อนหวาน สุภาพ และมีน้ำใจ ธุรกิจการขายสินค้าที่ระลึกต่าง ๆ พร้อมทั้งบริการลูกค้าด้วยการอำนวยความสะดวกและให้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

คุณภาพของการบริการจึงเป็นเรื่องความสำคัญที่มีการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและผลของความคาดหวังของผู้รับบริการหลังจากการใช้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ผลงานวิจัยดังกล่าวพบว่า คุณภาพของการบริการเป็นเรื่องซับซ้อนขึ้นอยู่กับการมองหรือทรรศนะ

ของผู้บริโภคหรือลูกค้า “Service Quality is What Customers Perceived” กล่าวคือ อะไรก็ตามที่ลูกค้าเห็นว่าดีเป็นที่ถูกใจพอใจจะหมายถึงคุณภาพไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการใด ๆ

เกณฑ์การพิจารณาคูณภาพของการบริการ แบ่งเป็น 7 ลักษณะคือ

1. คุณภาพของการบริการจะถูกกำหนดโดยผู้รับบริการจะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินใจว่าอะไรที่เรียกว่า คุณภาพจากสิ่งที่ผู้รับบริการคิดว่าสำคัญและไม่สำคัญในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น คุณภาพของการบริการจะมีลักษณะอย่างไร และตรงจุดใดจึงจะเรียกว่าคุณภาพนั้นอยู่ที่ผู้รับบริการจะเป็นผู้กำหนดขึ้น ซึ่งแต่ละคนอาจจะมองคุณภาพของการบริการในแต่ละเหตุการณ์ของการให้บริการที่แตกต่างกันได้ เช่น คนไข้ที่ต้องรอคอยเข้าพบแพทย์เป็นเวลานานเกินไป จะเกิดความรู้สึกไม่ดีต่อคุณภาพบริการที่ได้รับเพราะลูกค้าถือว่าความรวดเร็วของการให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญ ในขณะที่นักท่องเที่ยวรอคิวเพื่อเล่นเครื่องเล่นในสวนสนุกเป็นเวลานานกลับรู้สึกธรรมดาเป็นต้น

2. คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่ต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดจบ เนื่องจากไม่สามารถกำหนดคุณภาพของการบริการให้เฉพาะเจาะจงหรือเป็นสูตรตายตัวลงไปได้ การให้บริการที่มีคุณภาพที่ดีจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปด้วยดีและไม่ดี เช่น นักท่องเที่ยวเข้าพำนักที่พักรวมแบบโฮมสเตย์แห่งหนึ่ง เจ้าของที่พักจะต้องจัดการดูแลนักท่องเที่ยวด้วยความประณีตเอาใจใส่อย่างเสมอดิ้นเสมอปลาย ไม่ว่าจะมีความแออัดหรือแน่นก็ตาม และคอยสังเกตความต้องการของนักท่องเที่ยวขณะรับบริการ ซึ่งแม้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาประจำก็อาจมีความต้องการที่แปรเปลี่ยนไปได้

3. คุณภาพของการบริการจะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้อง ความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานบริการส่วนหน้าหรือผู้ปฏิบัติงานที่อยู่เบื้องหลัง และการควบคุมคุณภาพของการให้บริการของผู้ร่วมงานแต่ละคน ล้วนส่งผลต่อความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพสำหรับผู้รับบริการทั้งสิ้น ผู้ปฏิบัติงานบริการทุกคนจะต้องสำนึกถึงความรับผิดชอบต่อการให้บริการและนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ

4. คุณภาพของการบริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสาร เป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกจากกันได้ ในการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพดี ผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องได้รับรู้คำติชมผลงานการให้การสนับสนุนและกำลังใจจากผู้บริหารกิจการบริการ ในการนี้ผู้บริหารการบริการต้องเอาใจใส่บริการจัดการหรือสั่งการ และปฏิสัมพันธ์กับผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์เพื่อมุ่งหวังให้งานบริการที่ออกมามีคุณภาพที่ดี

5. คุณภาพของการบริการจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม การบริการจะมีคุณภาพดีเพียงใดขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมการบริการ (Corporate Culture) ภายในองค์กรที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าของความเป็นคน องค์กรการบริการที่ปฏิบัติต่อลูกค้าและบุคลากรขององค์กรอย่างเท่าเทียมกัน จะสะท้อนให้เห็นคุณภาพของการบริการที่แท้จริงได้

6. คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมในการบริการ แม้ว่าคุณภาพของการบริการจะไม่สามารถกำหนดตายตัวลงไปได้ แต่การวางแผนเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า ในสิ่งที่เรียนรู้จากพฤติกรรมของลูกค้าว่ามีความต้องการหรือความคาดหวังอะไรบ้าง ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดีได้ ดังนั้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ การเลือกผู้ปฏิบัติงานบริการที่เหมาะสมกับลักษณะงาน รวมทั้งการให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริการตนเองจะช่วยส่งเสริมคุณภาพของการบริการได้

7. คุณภาพของการบริการ จะเน้นการรักษาความมั่นใจสัญญาของหน่วยงานผู้ให้บริการ ผู้รับบริการมักจะคาดหวังว่าผู้ปฏิบัติงานบริการจะให้บริการในสิ่งที่องค์กรได้แสดงเจตจำนงหรือความมั่นใจสัญญาไว้ หากองค์กรบริการหรือผู้ปฏิบัติงานบริการไม่รักษาสัญญาหรือไม่เห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญ คุณภาพของการบริการก็ไม่ว่าจะเกิดขึ้นได้เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ คุณภาพของการบริการมุ่งเน้นการปฏิบัติงานบริการของผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ การแสดงพฤติกรรมบริการที่มีคุณภาพและการนำเสนอบริการที่ได้มาตรฐานของผู้ให้บริการซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้คุณภาพของการบริการ ความเต็มใจและความสามารถในการให้บริการตรงกับคุณลักษณะที่กำหนด ทั้งนี้ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรู้จักสังเกตและวิเคราะห์ความต้องการรวมทั้งความปรารถนาของผู้บริการหรือนักท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กับการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพ ผู้ปฏิบัติงานบริการจึงต้องมีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับลักษณะงานและมีจิตสำนึกของการให้บริการที่แท้จริง รวมทั้งมีการพัฒนาทักษะการบริการและการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

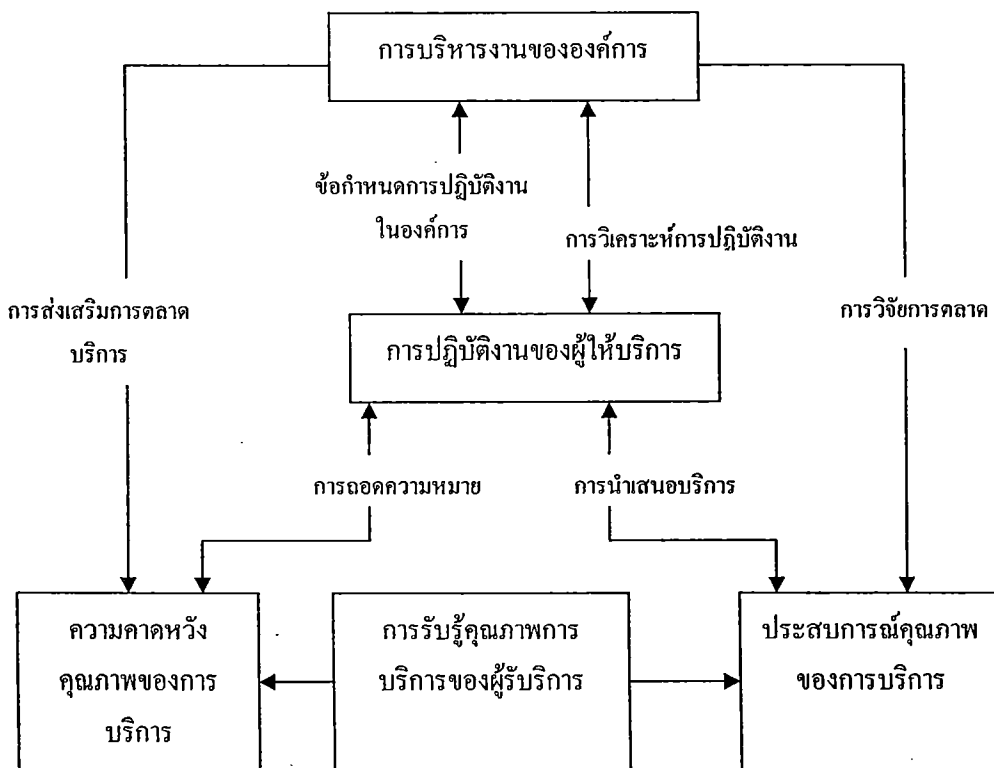
การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความรู้คุณภาพของบริการและความต้องการส่วนบุคคล โดยทั่วไปมักใช้เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการตามที่ผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ

ดังที่ Fitzsimmons and Fitzsimmons (2004) ได้จำแนกเกณฑ์ที่ผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวเห็นว่าสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ 9 ลักษณะดังนี้

1. การเข้าถึงบริการ ได้ทันทีตามความต้องการของผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว
2. ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ
3. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ

4. การให้ความสำคัญต่อผู้บริการหรือนักท่องเที่ยวแต่ละคน
5. ราคาบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของการบริการ
6. คุณภาพของการให้บริการทั้งในระหว่างรับบริการและภายหลังรับบริการ
7. ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับการยกย่องชมเชย
8. ความปลอดภัยของการให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญ
9. ความรวดเร็วในการให้บริการ

**แนวทางการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการ** องค์การที่เล็งเห็นในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จระยะยาวจะตระหนักถึงความสำคัญของการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ด้วยความพยายามเพิ่มพูนคุณภาพของการแสดงออกในทุกส่วนของกระบวนการจัดการระบบการบริการ นับตั้งแต่การบริหารการบริการจนถึงการปฏิบัติงานอย่างจริงจัง แนวทางการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการจึงมีส่วนสัมพันธ์กับองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ การบริหารการบริการขององค์การ การปฏิบัติงานบริการของผู้ให้บริการ และการรับรู้การบริการของผู้รับบริการ ดังภาพที่ 2-3 (Gronroos, 1990)



ภาพที่ 2-3 การเสริมสร้างคุณภาพการบริการ

จากภาพที่ 2-3 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการ จะส่งผลต่อคุณภาพของการบริการที่ดีได้ ดังนี้

การบริหารการบริการของธุรกิจบริการให้มีคุณภาพจะต้องดำเนินการโดยการวิเคราะห์ความต้องการและคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง รวมทั้งการวิเคราะห์การรับรู้คุณลักษณะและการแสดงออกในการบริการที่ผู้ให้บริการเห็นว่ามีคุณภาพ นำมากำหนดเป็นเกณฑ์หรือมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพเพื่อความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการ ซึ่ง Millet (1954) ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ หรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยศึกษาจาก

- การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) คือ การบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาคและเสมอหน้าไม่ว่าจะเป็นใคร
- การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
- การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ ความต้องการเพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ
- การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) จนกว่าจะบรรลุผล
- การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

นอกจากนี้ Fitzgerald & Durant (1980) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการบริการสาธารณะ (Public Service Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยงานปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ (Perceptions) ถึงการส่งมอบบริการที่แท้จริงและการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย (Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพการบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย (Objective) ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพการบริการ

Reid & Gundlach (1984) มีความเห็นว่าความพึงพอใจของประชาชนหลังจากการพบปะกับพฤติกรรมการให้บริการเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่าหลังจากได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหา รวมทั้งลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจได้มากน้อยเพียงใด

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่ นั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึของผู้มา

รับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการอาจจะกระทำ  
ได้หลายวิธีดังนี้ (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534)

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดย  
การขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่  
กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจ  
ในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะการให้บริการสถานที่ให้บริการ  
ระยะเวลาในการให้บริการ พนักงานให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่ได้รับทราบถึงระดับความพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่ง  
เป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะตั้งใจให้ถูกสัมภาษณ์ตอบ  
คำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัด  
และมีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดระดับความพอใจของผู้มาใช้บริการโดยวิธีการสังเกตจาก  
พฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกต  
กิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดย  
วิธีนี้ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอนจึงจะสามารถประเมินถึงระดับ  
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

จะเห็นได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลาย  
วิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัด  
ด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยต่อไปนี้จะส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของผู้รับบริการหรือ  
นักท่องเที่ยว

#### 1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ มีดังนี้

1.1 มีความรู้และรอบรู้ในเรื่องของสินค้า บริการ ผู้บริหาร โครงสร้างขององค์กร  
นโยบายขององค์กร ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในองค์กร โดย  
เฉพาะงานในหน้าที่ที่ต้องการศึกษาหาความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ก้าวหน้าต่อไปต้องรู้จักนำความรู้  
หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.2 มีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจตนเอง และมีความคล่องตัว แสดงถึงความกระตือรือร้น สุขภาพ จริ่งใจ คุณเป็นธรรมชาติ การแต่งการเรียบร้อย สะอาด สวยงาม เหมาะสมกับกาลเทศะเหล่านี้ล้วนทำให้บุคลิกของผู้ให้บริการนำชมมอง น่านิยมนับถือ นำเข้าใกล้และน่าประทับใจต่อนักท่องเที่ยว

1.3 ร่างกายแข็งแรง ทำทางคล่องแคล่ว สุขภาพอนามัยเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอ มีโรคภัยมาเบียดเบียนอยู่เสมอ ย่อมเป็นอุปสรรคในการทำงานและการพัฒนาตนเอง ฉะนั้นการระวังรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอ จะมีผลทำให้จิตใจ สมอง ปัญญา สุขภาพจิตดีเป็นปกติ การทำงานติดต่อกับผู้อื่นย่อมเป็นไปอย่างราบรื่น

1.4 มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดี ชอบให้บริการผู้อื่น ยึดถือว่าบุคคลอื่นหรือผู้มาติดต่อถูกเสมอ ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและอย่างตั้งใจ

1.5 ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีไมตรีจิต มีใจเมตตากรุณา เห็นอกเห็นใจผู้อื่น ให้ความช่วยเหลือเมื่อเห็นผู้อื่นมีปัญหาทุกข์ร้อน สามารถรับฟังปัญหาด้วยความเห็นอกเห็นใจอย่างจริงจัง

1.6 เป็นคนช่างสังเกต มีปฏิภาณดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ การพบปะผู้ให้บริการกับผู้มาติดต่อ ย่อมมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะปะทะคารมกันได้ควมมีปฏิภาณไหวพริบดีสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จะช่วยหลีกเลี่ยงมิให้อโอกาสแบบนั้นเกิดขึ้นได้ประการสำคัญควมมีปฏิภาณไหวพริบจะเสริมบุคลิกภาพ ความอะลุ่มอล่วย และความเข้าใจซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี

## 2. ด้านสถานที่ประกอบการ ลักษณะของสถานที่ให้บริการที่ดี (สุวัฒนา ไบเจริญ, 2540)

2.1 ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ไม่แออัดในการเดินทาง

2.2 สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่

2.3 การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ

2.4 สถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป

## 3. ด้านความสะดวกที่ได้รับ ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเมื่อ

3.1 มีพนักงานที่คอยให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ

3.2 มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้บริการกับลูกค้า

3.3 การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ

3.4 การให้ความช่วยเหลือเมื่อรับบริการไม่เข้าใจในบริการ

#### 4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

4.1 ความทันสมัยต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและประโยชน์ของข้อมูลที่รับบริการจะได้รับ

4.2 การให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน

4.3 การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวรวมถึงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ไม่คลุมเครือเข้าใจต่อการฟัง

#### 5. ด้านระยะเวลาดำเนินการ การบริการที่มีการดำเนินการที่ดี ได้แก่

5.1 ความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะมีความรู้สึกที่ง่ายไม่เสียเวลามาก

5.2 การดำเนินการในด้านบริการต่าง ๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ผ่านมาทั้งหมด ทางผู้วิจัยได้นำผลการศึกษามาใช้ในการกำหนดสมมติฐานแนวคิดที่ใช้ในการวัดค่าความพึงพอใจของคุณภาพการบริการและออกแบบสอบถามในด้านความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ โดยอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังข้างต้นและที่จะกล่าวดังต่อไปนี้

### คุณภาพการบริการของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์

ประเทศไทยมียุทธศาสตร์การสนับสนุนการท่องเที่ยวในเชิงรุกของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขยายตลาดการท่องเที่ยวพักรวมแบบโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นแนวทางหลักที่กำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของแต่ละภูมิภาคให้เด่นชัด ทั้งอาศัยแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ของแต่ละท้องถิ่นมาเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์

การดำเนินการ การจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนการส่งเสริมคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ มีขอบเขตวงจำกัดภายในพื้นที่และภูมิภาคที่มีจุดเด่นทางการท่องเที่ยว ดังนั้นสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2546) ได้ประกาศใช้กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พัก เพื่อให้ที่พักรวมแบบโฮมสเตย์มีมาตรฐาน โดยแบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### 1. ตัวชี้วัดด้านที่พัก

1.1 โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคง แข็งแรง

1.2 บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และแสงสว่างส่องเข้าถึง ไม่มีกลิ่นอับ และมีหลังคาที่สามารถกันน้ำฝนได้



- 1.3 มีที่นอนที่สบายตามสภาพชุมชน และเครื่องนอนที่สะอาด
- 1.4 มีห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด
- 1.5 มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและอุปกรณ์สำหรับการนอนทุกครั้งเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาและออกจากที่พัก
- 1.6 มีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ โดยอาศัยวิธีแห่งภูมิปัญญาชาวบ้าน
- 1.7 มีการดูแลสุขภาพแวดล้อมบริเวณบ้านให้สวยงาม
2. ตัวชี้วัดด้านอาหารและโภชนาการ
  - 2.1 มีอาหารปรุงมาอย่างดี
  - 2.2 ภาชนะที่ใช้สะอาดและปลอดภัย
  - 2.3 ครั้วที่ใช้ปรุงอาหารอยู่ในสภาพที่สะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็น
  - 2.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวสะอาดถูกสุขลักษณะ
  - 2.5 มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด ปลอดภัย
  - 2.6 มีร้านอาหารที่ปลอดภัย สะอาด ถูกสุขอนามัยในชุมชน
3. ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย
  - 3.1 มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัยโดยคนในชุมชน
  - 3.2 มีเครื่องมือและวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ เมื่อเกิดเหตุร้ายหรือกรณีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย
  - 3.3 มีการเตรียมความพร้อม เกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
  - 3.4 มีการเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สิน และเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับยาในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีโรคประจำตัว
  - 3.5 มีการดูแลและซ่อมแซมสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ในที่พักหรือห้องพักและบริเวณรอบ ๆ ห้องพักเพื่อความปลอดภัยอยู่เสมอ
4. ตัวชี้วัดด้านการจัดการ
  - 4.1 มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านจัดการในรูปแบบของชมรมหรือสหกรณ์
  - 4.2 มีคณะกรรมการบริหารโครงการ
  - 4.3 มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อมิให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรม จารีตประเพณี และความเชื่อของชุมชน
  - 4.4 มีระบบการจองห้องพักล่วงหน้า และลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

4.5 มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ แจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบชัดเจน

4.6 มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างละเอียดให้นักท่องเที่ยวได้เลือก

4.7 ชุมชนไม่หวังจะสร้างรายได้จากโฮมสเตย์อย่างเดียว และต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน

4.8 มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่เป็นคนท้องถิ่น และมีความพร้อมในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้

#### 5. ตัวชี้วัดด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

5.1 มีกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น เดินป่า ตกปลา ชิม้ำ ปีนเขา ขี่จักรยาน ฯลฯ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน

5.2 มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ทอผ้า จักสาน ฯลฯ

5.3 มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ ฯลฯ

5.4 มีกิจกรรมบันเทิง เช่น คอนเสิร์ตเต้นรำ การแสดงพื้นบ้าน ฯลฯ

5.5 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น เดินชมสวนผลไม้แทนการใช้รถยนต์ขับชมสวน ฯลฯ

5.6 มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชน และเล่าขานตำนานหรือประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

#### 6. ตัวชี้วัดด้านสภาพแวดล้อม

6.1 มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือหลายประเภท เช่น แหล่งโบราณคดี โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เป็นต้น

6.2 มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนอยู่เสมอ

6.3 พื้นที่หลักในชุมชนยังคงสภาพเดิมของชุมชน และยังรักษาวัฒนธรรม ประเพณีของคน

#### 7. ตัวชี้วัดด้านมูลค่าเพิ่ม

7.1 มีร้านขายของที่ระลึกในชุมชน

7.2 มีผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้านและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่ผลิต

7.3 มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมประจำท้องถิ่นของชุมชน

7.4 มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนในด้านการให้บริการที่ประทับใจ

## 8. ตัวชี้วัดด้านการส่งเสริมการตลาด

- 8.1 มีคู่มือหรือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวเป็นของตนเอง และเป็นข้อมูลจริง โดยคู่มือหรือเอกสารดังกล่าว มีรายละเอียดต่าง ๆ ครบถ้วน เช่น รายการกิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว แผนที่เดินทาง เป็นต้น
- 8.2 มีการเผยแพร่ข้อมูลและประชาสัมพันธ์
- 8.3 มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

## ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์

กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ที่กล่าวไว้ข้างต้น สอดคล้องกับกรอบแนวความคิดของการวิจัยเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของการบริการประกอบด้วย 7 Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการ กระบวนการจัดการด้านต่าง ๆ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดของตัวแปรตามในการศึกษานี้ ดังนี้ (Kotler, 2000 ; Payne, 1993)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product; P1) บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น ซึ่งการบริการจะต้องมีคุณภาพ แต่คุณภาพของบริการจะต้องประกอบจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของผู้ให้บริการ ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงธรรมาจริยธรรมของพนักงาน ซึ่งคุณภาพในการบริการของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ที่เป็นด้านผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ได้แก่ ที่พักรวมมีอากาศถ่ายเทสะดวก แสงสว่างส่องถึง ไม่มีกลิ่นอับที่นอนและอุปกรณ์เครื่องนอนต้องสะอาด เปลี่ยนผ้าปูที่นอน ตลอดจนอุปกรณ์เครื่องนอนทุกครั้งเมื่อแขก

กลับ มีห้องน้ำและส้วมที่สะอาด เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับด้านผลิตภัณฑ์

2. ราคาค่าบริการ (Price; P2) เป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ การตั้งราคาสูงก็ทำให้ธุรกิจมีรายได้สูงขึ้น การตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจจะนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตามที่พักรวมแบบโฮมสเตย์จะต้องอยู่ในสถานะของการมีคู่แข่งหากตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งมาก แต่บริการไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากนักย่อมทำให้นักท่องเที่ยวไม่มาใช้บริการกับธุรกิจนั้นต่อไป หากที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ตั้งราคาต่ำก็จะนำมาสู่สงครามราคา ดังนั้นราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่กำหนดภายในที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ได้แก่ ค่าห้องพัก ค่าบริการนำเที่ยว

ค่าบริการอาหาร ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ควรนำเสนออย่างยุติธรรมให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการดึงดูดใจ เมื่อนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับความพึงพอใจกับบริการที่จะได้รับจากที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้

3. ช่องทางการให้บริการ (Place; P3) ในการให้บริการนั้น สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 วิธี ดังนี้

3.1 การให้บริการผ่านร้าน ซึ่งการให้บริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ เช่น บริษัททัวร์ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์การท่องเที่ยวตามจังหวัดต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อเป็นช่องทางการให้บริการนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด โดยช่องทางการให้บริการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้บริการและผู้ใช้บริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่ง

3.2 การให้บริการผ่านหน่วยงานของรัฐ ซึ่งการให้บริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการอาศัยช่องทางการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายการท่องเที่ยว เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด/ส่วนตำบล กลุ่มแม่บ้านร้านอาหารสถานียขนส่งต่าง ๆ เป็นต้น

3.3 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการให้บริการแบบนี้เป็นการที่ค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยเพื่อทำให้การบริการเป็นไปได้สะดวกและทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เว็บไซต์ประเภทการให้บริการข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion; P4) ของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ สามารถทำได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางโบวชัวร์ แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ การติดป้ายประกาศ การติดป้ายบอกทาง ซึ่งการส่งเสริมการตลาดด้านบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ จากฐานลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการมาแล้ว เช่น การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม เพื่อการส่งเสริมการตลาดแบบการบอกเล่าปากต่อปาก เป็นต้น

5. การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ (Process; P6) เป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปกระบวนการให้บริการที่ดีสำหรับการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์จะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ เรื่องการจัดการด้านอาหาร การจัดการด้านที่พัก และการจัดการด้านความปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

6. ผู้ให้บริการ (People; P5) ของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์จะประกอบด้วยเจ้าของบ้านหรือคนในครอบครัว ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการที่ดีนั้น ต้องได้รับการฝึกฝนอบรมในเรื่องการให้บริการที่ดีและต้องมีการประเมินผล โดยมีลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี ดังต่อไปนี้

6.1 ต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ รวมทั้งต้องเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า

6.2 ต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ มีจิตใจของการบริการเป็นพื้นฐาน

6.3 ต้องมีทักษะในการให้บริการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ตามมาตรฐานการให้บริการที่กำหนดไว้

6.4 ต้องสร้างอุปนิสัย “รักงานบริการ” ให้เกิดขึ้นในตัวผู้ให้บริการ เพื่อให้บริการได้อย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ฝืนความรู้สึก

6.5 ต้องมีบุคลิกภาพ และกิริยามรรยาท ที่นอบน้อม เป็นมิตร และยิ้มแย้มแจ่มใส

6.6 ต้องเป็นบุคคลที่หมั่นคิดสร้างสรรค์รูปแบบงานบริการใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอให้กับลูกค้าเกิดความประทับใจ

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence; P7) ได้แก่ การจัดการด้านบรรยากาศของการท่องเที่ยวให้เป็นเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์สำคัญของการท่องเที่ยวแบบนี้ ดังนั้นบรรยากาศที่ควรสร้างให้เป็นรูปธรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถจับต้องได้ เช่น การตกแต่งสถานที่พักให้มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนนั้น ๆ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็ควรมีเอกลักษณ์ มีการแสดงที่สื่อถึงประเพณีของท้องถิ่น หรือจัดกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ดังนั้นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความสวยงามและน่าประทับใจเพียงใดทำให้ส่งผลต่อการบริการมีคุณภาพตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

อาจกล่าวได้ว่า ผู้รับบริการที่เป็นนักท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์จะเป็นผู้ที่กำหนดความคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความต้องการของตนเอง การได้ยินผู้อื่นกล่าวถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และประสบการณ์ที่เคยรับบริการในอดีต การประเมินคุณภาพการบริการที่คาดหวัง อย่างไรก็ตามคุณภาพการบริการที่ดีของธุรกิจที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ หมายถึง ทั้งการได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังหรือเกินความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยผู้ให้บริการจำเป็นต้องเข้าใจความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และคำนึงถึงการรักษาคุณค่าของการบริการที่มีคุณภาพดีเป็นวัตถุประสงค์หรือนโยบายหลักของบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่มีได้มุ่งเน้นเชิงธุรกิจเพียง

อย่างเดี๋ย แต่หากยังมุ่งการดำเนินการที่พักของชาวบ้านในชุมชนให้แก่ผู้มาเยี่ยมเยือนด้วยความยินยอมและเต็มใจของเจ้าบ้านซึ่งบ้านพักที่ให้บริการต้องมีห้องพักหรือพื้นที่ที่สามารถรองรับและสามารถให้บริการแก่ผู้มาเยี่ยมเยือนได้ตามขีดความสามารถ การพักร่วมกับชาวบ้านในชุมชนจะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ในวิถีชีวิตชุมชนเกิดทัศนคติ (Attitude) ที่ดีต่อชุมชน อันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน รวมถึงการที่ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจและพึงพอใจจากวิถีชีวิตชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอีกด้วย โดยการสร้างภาพลักษณ์ที่เน้นคุณภาพการบริการที่ประทับใจเป็นหลัก

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์ของภาคตะวันออก : การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านท่องเที่ยว ได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีความสอดคล้องกับเรื่องที่ศึกษาเน้นการวิจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการจัดการการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์ ตลอดจนงานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นแนวทางการศึกษาตามประเด็น ดังนี้

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตเอเชียส่วนใหญ่เน้นการฝึกฝนประชาชนท้องถิ่นที่เป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวได้ผลิตและจำหน่ายงานฝีมือประจำท้องถิ่นที่มีคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของธุรกิจที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์โดยระบบการจัดการอีกรูปแบบชุมชนเป็นฐาน ดังที่กล่าวมาเป็นยุทธศาสตร์เพื่อลดความยากจนและลดจำนวนประชากรในเมืองไปสู่ชนบท เพราะการฝึกคนในชุมชนท้องถิ่นเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในการผลิต การจำหน่าย และการจัดการ โฮมสเตย์ และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่น ๆ นำไปสู่การมีงานทำ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นองค์ประกอบของการกำหนดประโยชน์ในชุมชนเป็นฐานภายใต้การส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีและมรดกทางสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ นำมาซึ่งผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกระจายไปทั่วท้องถิ่น

ดังที่ Henderson, Chan, Loke and Teo (2004) ที่ศึกษาเรื่องทางเลือกการอำนวยความสะดวกที่พัก : ศักยภาพของโฮมสเตย์ในสิงคโปร์ (Widening Accommodation Choice: The Potential in Singapore) ซึ่งศึกษาเกี่ยวข้องกับแบบแนวคิดหลักในลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์ที่นักท่องเที่ยวเข้าพักอาศัยในบ้านส่วนตัว และการสำรวจความเป็นไปได้ในสิงคโปร์ โฮมสเตย์กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงเพราะได้ผลประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย คือ เจ้าของบ้านและคนที่เข้ามาพัก รวมทั้งการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ด้วยลักษณะพิเศษของสิงคโปร์ที่เป็นเมืองใหญ่และสิ่งแวดล้อม

อุตสาหกรรมซึ่งไม่น่าเป็นไปได้สำหรับการจัดหาประสบการณ์ด้านโฮมสเตย์ แต่ผลจากการสำรวจและกระแสมุมมองชี้ชัดว่าศักยภาพสำหรับการพัฒนาอยู่ที่นโยบายของรัฐบาล โฮมสเตย์นั้นสามารถเพิ่มเติมความแตกต่างอันหลากหลายแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสิงคโปร์ให้ได้พบกับความท้าทายในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งแตกต่างกับโฮมสเตย์ของประเทศจีนที่ Ming and Wong (2005) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาการของโฮมสเตย์และการมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองดาซังชาน ดาเว ทิศทางตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศจีน (Home stay Development and Community Participation on Dachangshan Dao, Northeast China) ทำให้ทราบว่าชุมชนดาซังชาน ดาเว แทบจะไม่มีส่วนในการวางแผนการท่องเที่ยว การตัดสินใจ การตลาด การจัดการทรัพยากรชายฝั่งทะเล เพราะไม่มีพลังอำนาจพอ ชุมชนมีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรงกับนักลงทุนที่ไม่ใช่คนในท้องถิ่นซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่นในเรื่องการจัดการทรัพยากร ความขัดแย้งนี้มีสาเหตุมาจากการแบ่งผลประโยชน์ที่ไม่เท่าเทียมกัน

การศึกษานี้ได้ผลสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ibrahim (2004) ที่ได้ศึกษาเรื่องโปรแกรมโฮมสเตย์ในมาเลเซีย : การพัฒนาการสำรวจ (Homestay Programme in Malaysia: Development and Prospect) พบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในมาเลเซีย เป็นการรวมกันระหว่างการท่องเที่ยวและการพักผ่อน โปรแกรมนี้บรรลุผลในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ในชนบท นอกจากนี้ยังมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน การนำโฮมสเตย์มาใช้เป็นการท่องเที่ยวสถานที่ที่เหมาะสม อยู่ในแผนการพัฒนาประเทศของมาเลเซียลำดับที่ 7 โปรแกรมนี้ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสัมผัสชีวิตประจำวันของชาวบ้านและชาวบ้านกลุ่มเล็ก ๆ คอยตรวจสอบและช่วยเหลือรัฐบาลกลางมาเลเซีย ร่วมกับกระทรวงศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวกับปฏิบัติงานอยู่ภายใต้กองทุนบริหารงานเฉพาะกลุ่มเล็ก ๆ

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยการจัดการท่องเที่ยวที่พักแบบโฮมสเตย์ของ Sumka (n.d.) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการทัศนศึกษาเป็นรูปแบบสำหรับการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Educational Travel as a Model for Responsible Tourism) โดยศึกษาผลที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งพบว่าได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงผลเสียที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจและวัฒนธรรม แต่การทัศนศึกษาในรูปแบบของการศึกษาในต่างประเทศนั้นทำให้เกิดตัวอย่างการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อประกอบด้วยนักศึกษาผู้พักแรมและครอบครัวอุปถัมภ์ที่มีวัฒนธรรมที่ต่างกัน ทำให้เห็นแนวทางที่จะสามารถหลีกเลี่ยงปัญหาการท่องเที่ยวเชิงประเพณีหรือเชิงมวลชน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่เกิดการแลกเปลี่ยนและความเข้าใจในเรื่องวัฒนธรรมที่แตกต่างระหว่างนักศึกษากับครอบครัวอุปถัมภ์ และการจัดการโฮมสเตย์จะทำให้เกิดประสบการณ์ในเชิงบวกเป็นการให้ประโยชน์แท้จริงแก่เจ้าของบ้านตลอดจนผู้ที่มีส่วนร่วม ได้แก่ นักศึกษาในโครงการนั้น ๆ

ในการศึกษางานวิจัยของ Tucker & Keen (n.d.) ที่ได้ศึกษาเรื่องกับการต้อนรับนักท่องเที่ยวในประเทศนิวซีแลนด์ : การวิเคราะห์ทางสังคมด้านที่พัก อาหารเช้าของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ (Hosting Guests Rural New Zealand : A Social Analysis of the Bed and Breakfast and Homestay Sector) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของเจ้าบ้านกับแขกและความเกี่ยวเนื่องทางสังคมของความสัมพันธ์ที่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกับความยั่งยืนของสังคมและธุรกิจสิ่งแวดล้อม โดยการใช้การเก็บข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณผสมผสานกัน การสังเกตจากกลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งเจ้าของบ้านและแขก ได้มีการนำไปใช้เป็นตัวอย่างการศึกษาเชิงลึกในเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์กับประสบการณ์ที่แขกกับเจ้าบ้านจะได้รับและการศึกษาในรูปแบบของการเข้าพักในที่พักรวมแบบโรงแรมขนาดเล็กที่เรียกว่าโมเตลได้ถูกนำมาเปรียบเทียบกับ ซึ่งพบว่า การให้บริการบ้านพักรวมแบบโฮมสเตย์เป็นทางเลือกแนววิถีชีวิตรูปแบบหนึ่งและยังเป็นการเพิ่มความสำคัญในแนวทางการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างเจ้าของบ้านและแขกที่จะนำไปสู่การบริการที่ดีที่สุดสำหรับสองฝ่ายด้วย ไม่เพียงแต่เป็นที่พักรวมโฮมสเตย์เท่านั้นที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับหน่วยบริการในภาคส่วนการท่องเที่ยวอื่น ๆ และยังคงก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินการและลูกค้าเช่นเดียวกันกับความสัมพันธ์ของเจ้าบ้านกับแขกเช่นกัน

สำหรับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยนั้น สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ (2544) ได้ศึกษาการจัดการธุรกิจบ้านพักรวมมีส่วนร่วม กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหมู่บ้านแม่กำปองมีศักยภาพและความพร้อมอยู่ในระดับดี ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามรถในการเข้าถึง แต่มีข้อจำกัดในด้านศักยภาพที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก ส่วนศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจบ้านพักรวมชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการความปลอดภัย และการตลาด อยู่ในระดับที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พบว่า ยังมีปัญหาและอุปสรรคอีก 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ด้านกายภาพของพื้นที่ 2) การจัดการธุรกิจบ้านพักรวมมีส่วนร่วม 3) รูปแบบการดำเนินการแบบมีส่วนร่วม 4) การตลาด

ทั้งนี้ รัชดาภรณ์ เรืองช่อ (2545) ได้ศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวถิ่นผู้ไทย กรณีศึกษาหมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้าน โลก โกง ตำบลลูกหว้า อำเภอภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน โลก โกงมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำ โดยแต่งตั้งคณะกรรมการเป็นผู้ประสานงานกับชาวบ้าน มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามลักษณะงานที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการในการแนะนำและให้คำปรึกษาประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่ชาวบ้านยังขาดแคลนงบประมาณในการปรับปรุงแหล่ง



ท่องเที่ยวและสถานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว การจัดการบริการการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน โดโกโงมี 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณีของชาวไทย ซึ่งได้พบปัญหาประชาสัมพันธ์หมู่บ้านไม่ทั่วถึง การเดินทางไม่สะดวก ป้ายบอกทางไม่ชัดเจนและความสภาพความเป็นอยู่ของชาวไทยเปลี่ยนแปลงเพราะได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีสมัยใหม่และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งกรมป่าไม้ได้จัดสรรงบประมาณในการจ้างชาวบ้านเป็นเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประมาททำให้เกิดอุบัติเหตุ และคืบคลานสร้างเสียงดังเป็นการทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยวของผู้อื่น อีกทั้งปริมาณขยะเพิ่มมากขึ้น ในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวมีการจัดทำแผนการปรับปรุงสถานที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวโดยขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากทางราชการ และหักรายได้จากการท่องเที่ยวมาจัดตั้งเป็นกองทุนการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้มีความสมบูรณ์ ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการลดค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน ปลูกจิตสำนึกของชาวบ้านให้ร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีชาวไทยที่แท้จริง จัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำแผนที่บอกเส้นทางท่องเที่ยวให้ชัดเจนและมีป้ายเตือนภัยตามจุดที่มีอันตราย

นอกจากการศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ในการดำเนินการต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการจัดการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์จะส่งผลสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจได้ จึงจำเป็นต้องศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้รับบริการซึ่งสามารถแบ่งคุณภาพการบริการที่ใช้ประเมินความพึงพอใจได้เป็น 7 ด้าน ได้แก่ ที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการกระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อให้ทราบถึงจุดมุ่งหมายและความต้องการที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ดังที่จิราพร กองทอง (2540) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด้านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 36-45 ปี ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย การศึกษาอยู่ในระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นและประกอบอาชีพทางการค้า มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 4,000 – 6,000 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางประมาณ 1,000 – 2,000 บาทต่อครั้ง ซึ่งด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้ เนื่องจากใช้ระยะเวลาเดินทางทั้งไปและกลับภายใน 1 วัน เป็นหมู่คณะไม่เกิน 6 คน โดยรถยนต์ส่วนตัว สิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางไปมากที่สุด คือ สินค้าราคาถูก ส่วนใหญ่เป็นสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ เครื่องหยาชนิดต่าง ๆ

อาหารประเภทปลากรอบ กุ้งแห้ง สุนัขเคี้ยวเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ ที่ใช้ในครัวเรือน นอกจากนี้ในด้านการประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการยังพบว่านักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่ด่านช่องจอมครั้งแรกมีความพึงพอใจในควมมีมิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น และพึงพอใจด้านจอร์ดเพียงพอ ห้องน้ำสะอาดเพียงพอ ความยุติธรรมในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่ม และมีความปลอดภัยเมื่อท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอมแต่ก็ไม่มีความสะดวกที่จะเดินทางต่อไปที่ประเทศกัมพูชา

ทั้งนี้ผลการศึกษาดังกล่าวมีบางส่วนที่สอดคล้องกับ นิคม ประเมโท (2543) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุรธานี โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ที่เดินกระจายอยู่ทั่วไปตามจุดท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดอุรธานี ประเภทจุดเดินทางและจุดพักแรม ผลการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัวและนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวมากที่สุด ซึ่งเลือกมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุรธานี คือ ความมีชื่อเสียงในแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาเป็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์โบราณคดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก รถนำเที่ยว ร้านอาหาร มีสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยวที่เหมาะสมกับราคา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจและมีบริษัทนำเที่ยวให้เลือกใช้หลากหลาย

เช่นเดียวกับการศึกษาของ อัญมณี ชำกรม (2543) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการ โรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วน ประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้ ด้านการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ได้แก่ ห้องพัก สะอาด ที่จอดรถสะดวก กิริยามารยาทของพนักงาน มีบริการด้านอื่น ๆ ครบครันและความหรูหรา ทันสมัย ตามลำดับ ด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการในระดับมากและค่าบริการมีหลายระดับราคา ซึ่งส่งผลต่อการเลือกใช้บริการระดับมากเช่นกัน ด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกใช้ใน ระดับมาก ได้แก่ โรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมือง โรงแรมที่ติดถนนสายหลักเข้าออกได้หลายทาง และโรงแรมที่ตั้งอยู่ ย่านธุรกิจการค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษวีไอพี การลดราคา การจัดนิทรรศการ การแถมอาหารมื้อใดมื้อหนึ่ง

การให้ส่วนลดพิเศษในการบริการด้านอื่น ๆ และการสะสมโบนัส ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ ผลการวิจัยของ ปัญญา ชิมส์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องการพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการ ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า - หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่าระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า - หมู่เกาะเสม็ด จังหวัด ระยอง ศึกษาเฉพาะกรณี เกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและ ผลการ เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลม หญ้า - หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะกรณี เกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 จำแนกตามอายุ ระดับ รายได้ ภูมิลำเนาที่มา และจุดประสงค์การเดินทางมาของนักท่องเที่ยวไทย ในภาพรวม ด้าน กฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านกิจกรรมและ นันทนาการ ด้านการสื่อความหมาย ป้ายสัญลักษณ์ ข้อความ และการประชาสัมพันธ์ ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ แตกต่างกันอย่างมีระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และ .05

อย่างไรก็ตาม การศึกษาด้านที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ในแง่ของการบริหารจัดการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ผู้ศึกษาวิจัยได้ผลสรุปตามลำดับ ดังนี้

ผลการศึกษาของ สาทิส สุขอ่วมศรี (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง ตำบลกำ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าพื้นที่ชุมชนคีรีวง มีศักยภาพสูงในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปัจจุบันและแนว โนม์ในอนาคตซึ่ง ประชาชน องค์กรชุมชน และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ ชุมชนคีรีวงในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากสภาพทาง กายภาพมากกว่าปัญหาในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และคุณภาพชีวิต ทั้งนี้แนวทางใน การพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนด้วยการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีระบบได้รับการร่วมมือด้วยดี ทั้งในชุมชนและนอกชุมชนในแบบพหุภาคีและสามารถนำไปขยายผลแลกเปลี่ยนความรู้กับชุมชน อื่น ๆ ที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่คล้ายกันได้ ซึ่งผล การศึกษาและแนวทางที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยพระมหาสุทิตย์ อบอุ่น (2540) เรื่อง การศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะ กรณี : เส้นทางสายน้ำลำน้ำกอก ที่ปรากฏว่าควรส่งเสริมให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน โดยจะต้องมุ่งเพิ่ม ศักยภาพในการรับรู้ข่าวสารและการฝึกอบรมในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรส่งเสริม ให้มีเส้นทางท่องเที่ยว และการพัฒนาบุคลากรท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วม ขององค์กรท้องถิ่นและการจัดตั้งกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวหรือการจัดตั้งธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับ

การท่องเที่ยว ควรมีองค์กรที่รับผิดชอบในด้านความปลอดภัยและควรเพิ่มความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น

การศึกษาข้างต้นระบุถึงความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดการ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และด้านการเรียนรู้ร่วมกัน ส่งผลต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับ วุฒิสภา สุนทรสมัช และคณะ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพ ความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว หนึ่งในผลิตภัณฑ์แบบ โฮมสเตย์ กรณีศึกษาตำบลตะพง จังหวัดระยอง และกรณีศึกษาเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของทั้งสองพื้นที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวจะได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนานและความรู้ ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแล้ว ยังต้องสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนด้วย แต่สิ่งที่ได้รับเพิ่มเติมมากกว่านั้น คือ คนในชุมชนได้มีโอกาสร่วมคิดและเรียนรู้กระบวนการจัดการด้วยการปฏิบัติงานอาชีพจริง

จากการศึกษางานวิจัยของต่างประเทศและในประเทศไทยทำให้เข้าใจปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดคุณภาพของการบริการที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ในภาคตะวันออก ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรต้นในการวิจัยนี้ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ที่ถูกประเมินเป็น 7 ด้าน โดยกรอบแนวคิดในการศึกษานี้จะช่วยให้สามารถหาข้อสรุปมาใช้เป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรีสแอมป์โฮมสเตย์ของภาคตะวันออก : การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจ ด้านท่องเที่ยว ที่มีต่อสถานที่พักรีสแอมป์โฮมสเตย์ในลักษณะต่าง ๆ 7 ด้านด้วยกัน คือ ด้าน ลักษณะของที่พักรีส ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการ กระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อม นอกจากนี้ยังพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่ปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ดังนี้ จำนวนครั้งในการใช้ บริการ และช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการที่พักรีสแอมป์โฮมสเตย์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว

#### รูปแบบการวิจัย

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-shot-case Study) และการศึกษา ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study)

#### ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาพักรีสแอมป์โฮมสเตย์ของภาคตะวันออก โดยเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2549

##### ตัวอย่าง

การศึกษานี้จะกำหนดตัวอย่าง (Sampling Unit) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งที่เดินทางมาพักรีสแอมป์โฮมสเตย์ในพื้นที่ดังกล่าว

##### ขนาดตัวอย่าง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักรีสแอมป์โฮมสเตย์ในพื้นที่ดังกล่าว มีจำนวนไม่แน่นอนขึ้นกับฤดูกาลของแต่ละพื้นที่ ทำให้คณะผู้วิจัยไม่สามารถหากรอบตัวอย่างที่แน่ชัดได้ จึง

กำหนดขนาดตัวอย่าง พิจารณาโดยวิธีไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากขาดกรอบประชากรที่ชัดเจนในการเลือกตัวอย่างดังกล่าวจึงกำหนดตามกับปัจจัยด้านเวลา ทรัพยากรในการทำวิจัยนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยระบุขนาดของตัวอย่างที่ครอบคลุมกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักที่พักรีสอร์ทแบบโฮมสเตย์จำนวน 308 คน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจศึกษาจากตัวอย่างนั้น โดยดำเนินการ 2 วิธี ได้แก่ วิธีที่ 1 โดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักรีสอร์ทคนเดียว หรือเป็นกลุ่ม ๆ ละไม่เกิน 10 คน และวิธีที่ 2 คือการให้แบบสอบถามแก่ผู้ตอบเอง สำหรับตัวอย่างที่เดินทางมาพักเป็นจำนวนมากกว่า 10 คน ทั้งนี้โดยให้การแนะนำการกรอกแบบสอบถามจากคณะผู้วิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยตัวอย่างที่เต็มใจและตั้งใจในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยพร้อมผู้ช่วยวิจัยจำนวน 3 คน เดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูล ณ ที่พักแบบโฮมสเตย์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกพัก และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากเข้าพักที่พักรีสอร์ทแล้วอย่างน้อย 1 วัน และการเก็บตัวอย่างดำเนินการทั้งวันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) เป็นเวลา 20 วัน และวันเสาร์ - อาทิตย์ รวม 10 วัน ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2549 รวมระยะเวลา 8 เดือน และเลือกช่วงเวลาที่มีย่านนักท่องเที่ยวเข้าพัก

### เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจศึกษา คือ แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure Questionnaire)

สำหรับการสร้างแบบสอบถามนี้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

1. แหล่งปฐมภูมิ (Primary Source) โดยการสำรวจสถานที่ และการให้บริการของที่พักแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก ได้แก่ บ้านสวนป่าหนาน ตำบลตะพง และชุมชนแหลมรุ่งเรือง จังหวัดระยอง และชุมชนบ้านโรงถ่านและสลักเพชร ตำบลเกาะช้างใต้ จังหวัดตราด และการพูดคุยกับเจ้าของบ้านเกี่ยวกับการเข้าพัก และการให้บริการของเจ้าของบ้าน และรูปแบบการจัดการที่พักรีสอร์ทแบบโฮมสเตย์

2. แหล่งทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารหนังสือ

ผลงานวิจัยจากห้องสมุด ตลอดจนปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้ มาสร้างแบบสอบถาม ซึ่ง โครงสร้างของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแบ่งคำถามเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักแรมแบบโฮมสเตย์โดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ซึ่งมีจำนวน 11 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนาเดิมถิ่นที่อยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ฯลฯ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่วนั้นจะถามเรื่องต่อไป นี้ จำนวนครั้งที่มาเที่ยว จำนวนการพักแรม จำนวนผู้ร่วมเดินทาง วิธีการเดินทางในรอบปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2548)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเดินทางและการพักแรมประกอบด้วยคำถามจำนวน 11 ข้อ เช่น พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไป ลักษณะการเดินทางมาเป็นแบบใด เช่น มาเอง มากับกรุ๊ปทัวร์ เป็นต้น สถานที่พัก และระยะเวลาที่พำนักทำเลที่พัก ราคาที่พัก ประเภทห้องพัก กิจกรรมสันทนาการที่ต้องการ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมแบบโฮมสเตย์ที่ประกอบด้วยคำถามที่ให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจต่อบริการที่พักแรมโฮมสเตย์ใน 7 ด้าน ได้แก่ ลักษณะที่พักแบบโฮมสเตย์ประกอบด้วยคำถาม 9 ข้อ ค่าบริการ ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ ช่องทางการให้บริการประกอบด้วยคำถาม 3 ข้อ การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ การจัดการด้านกระบวนต่าง ๆ ประกอบด้วยคำถาม 13 ข้อ ผู้ให้บริการประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อ และการจัดการสภาพแวดล้อม ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ โดยให้ประเมินความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้คือ

- 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง พึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง พึงพอใจ
- 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง ไม่พึงพอใจ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามด้านข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด

เป็นการกำหนดคำถามที่ให้นักท่องเที่ยวเสนอแนะใน 4 ด้านคือ ด้านที่พักแรม ด้านบริการ นำเที่ยว ด้านราคาค่าบริการ ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์

## การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ให้ผู้ตอบกรอกถูกนำมาทดสอบก่อน (Pre-test) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และความชัดเจนของคำถามทุกข้อ โดยทำการทดสอบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์บ้านสวนมังคุด ตำบลบ้านค่าย จังหวัดระยอง โดยการใช้แบบสอบถาม 20 ชุด เมื่อได้ผลมาแล้ว จึงนำมาตรวจสอบด้านการใช้ภาษา การสื่อสาร ตลอดจนกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล หากเป็นปัญหา จึงแก้ไขปรับปรุงเพื่อสามารถนำไปใช้งานสนามจริง

## ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถามที่ปรับปรุงใหม่นี้จะถูกนำไปใช้จริงในภาคสนามเพื่อวัดระดับความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งจากการคำนวณหาความเชื่อมั่น โดยการหาค่าที่เรียกว่าแบบครอนบาช (Cronbach) พบว่า ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

แบบสอบถามส่วนความพึงพอใจทุกด้าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นภายในแบบครอนบาช (Cronbach Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.84 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

- ด้านลักษณะของที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ได้ต่อความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์ครอนบาชอัลฟาเท่ากับคาดหวัง = 0.85 หรือ 85%
- ด้านราคาค่าบริการ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาชเท่ากับ 0.72
- ด้านช่องทางการให้บริการ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาชอัลฟาเท่ากับ 0.80
- ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาชอัลฟาเท่ากับ 0.75
- ด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาชอัลฟาเท่ากับ 0.82
- ด้านผู้ให้บริการ ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาชอัลฟาเท่ากับ 0.88
- ด้านสภาพแวดล้อมต้อง ได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาชอัลฟาเท่ากับ 0.87

จึงสรุปได้ว่าเครื่องมือแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นมีค่ามากกว่า 0.70 (Nuwally ,1972) ซึ่งมีระดับค่าความเชื่อมั่นสูงพอที่จะยอมรับได้ สามารถนำไปใช้ได้ต่อไป

## ค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย

การวัดความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามนี้ทำได้ด้วยการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ท่านผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและตัดสินใจ ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้ได้รับความกรุณาจากผู้เชี่ยวชาญด้านที่พักรวมแบบ โฮมสเตย์ช่วยตรวจทานและพิจารณาให้ จึงนับได้ว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Face and Content Validity) ที่ยอมรับได้



## วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนวิธีวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดนั้น มีขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล คือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว จะมีการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือลงรหัสที่ได้ทำไว้ก่อนแล้ว จากนั้นจึงนำไปบันทึก แล้วใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลต่อไป

การประมวลผลนั้นดำเนินการตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการแสดงข้อมูลเป็นค่าจำนวนและร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ได้แก่ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ได้แก่ แสดงข้อมูลเป็น ความถี่ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

โดยให้ระดับการประเมินค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ โดยรวม และแต่ละด้าน 5 ระดับ ดังนี้

| ค่าเฉลี่ย   | ระดับการประเมิน |
|-------------|-----------------|
| 4.21 – 5.00 | มากที่สุด       |
| 3.41 – 4.20 | มาก             |
| 2.61 – 3.40 | ปานกลาง         |
| 1.81 – 2.60 | น้อย            |
| 1 – 1.80    | น้อยที่สุด      |

2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inference Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐานและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยระดับนัยสำคัญ .05 ภายใต้การทดสอบเงื่อนไข (Assumption) โดยพิจารณาจากแผนภาพการกระจายพบว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่นำมาทดสอบมีแนวโน้มความสัมพันธ์แบบเส้นตรงและเป็นอิสระต่อกัน แล้วดังนี้

การทดสอบสมมติฐานของการวิจัยโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson-Product Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยว จำนวนครั้งของการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนวันที่เข้าพัก จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว กับความพึงพอใจในบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวมในแต่ละด้าน

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก : การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านท่องเที่ยวในด้านคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก แสดงการวิจัย ตามลำดับ ต่อไปนี้

1. ผลการแสดงผลข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว
2. ผลการแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ผลการแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการพักรวม
4. ผลการแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าพักที่พักรวมโฮมสเตย์
5. ผลการแสดงความต้องการใช้บริการ และกิจกรรมที่สนใจในสถานที่พักรวมโฮมสเตย์
6. ผลการแสดงความพึงพอใจของผู้เข้าพักรวมแบบโฮมสเตย์
7. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
8. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจที่พักรวมแบบโฮมสเตย์

โดยใช้สัญลักษณ์แทนความหมายต่อไปนี้

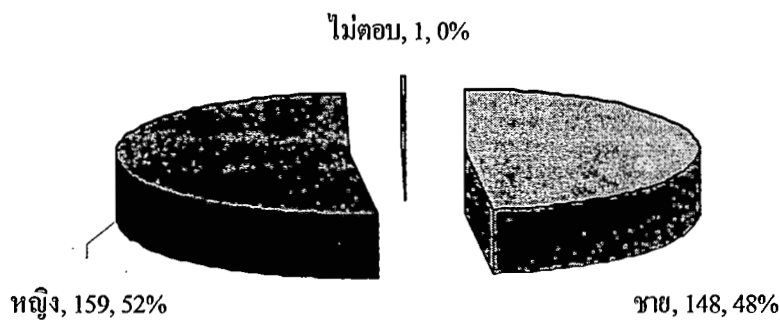
|           |     |                        |
|-----------|-----|------------------------|
| n         | แทน | ขนาดตัวอย่าง           |
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าเฉลี่ย              |
| SD        | แทน | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน   |
| Max       | แทน | ค่าสูงที่สุด           |
| Min       | แทน | ค่าต่ำที่สุด           |
| r         | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ |

### 1. ข้อมูลส่วนตัวของนักท่งเที่ยว

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ    | จำนวน | ร้อยละ |
|--------|-------|--------|
| ชาย    | 148   | 48.1   |
| หญิง   | 159   | 51.6   |
| ไม่ตอบ | 1     | 0.3    |
| รวม    | 308   | 100.0  |

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 148 คน ร้อยละ 48.1 เพศหญิง จำนวน 159 คน ร้อยละ 51.6 และไม่ตอบ จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.3



ภาพที่ 4-1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4-2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

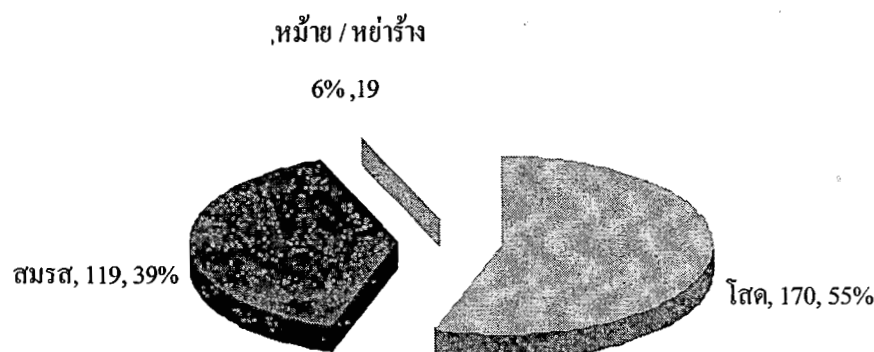
|      | จำนวน | Min. | Max. | $\bar{X}$ | S.D.  |
|------|-------|------|------|-----------|-------|
| อายุ | 300   | 15   | 68   | 34.81     | 10.95 |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน มีอายุเฉลี่ย 34.81 ปี อายุมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม 68 ปี และน้อยที่สุดที่ตอบแบบสอบถามคืออายุ 15 ปี

ตารางที่ 4-3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพสมรส      | จำนวน      | ร้อยละ       |
|------------------|------------|--------------|
| โสด              | 170        | 55.2         |
| สมรส             | 119        | 38.6         |
| หม้าย / หย่าร้าง | 19         | 6.2          |
| <b>รวม</b>       | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน แบ่งเป็นสถานภาพโสด จำนวน 170 คน ร้อยละ 55.2 สถานภาพสมรส 119 คน ร้อยละ 38.6 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 19 คน ร้อยละ 6.2

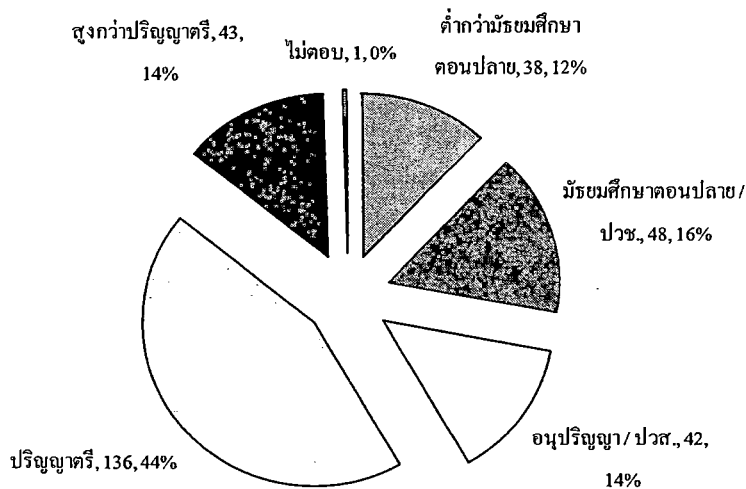


ภาพที่ 4-2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

ตารางที่ 4-4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| การศึกษา                 | จำนวน      | ร้อยละ       |
|--------------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | 38         | 12.3         |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | 48         | 15.6         |
| อนุปริญญา / ปวส.         | 42         | 13.6         |
| ปริญญาตรี                | 136        | 44.2         |
| สูงกว่าปริญญาตรี         | 43         | 14.0         |
| ไม่ตอบ                   | 1          | 0.3          |
| <b>รวม</b>               | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน มีระดับการศึกษาแบ่งเป็น ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลายจำนวน 38 คน ร้อยละ 12.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 48 คน ร้อยละ 15.6 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 42 คน ร้อยละ 13.6 ระดับปริญญาตรี จำนวน 136 คน ร้อยละ 44.2 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน ร้อยละ 14.0 และไม่ตอบ จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.3



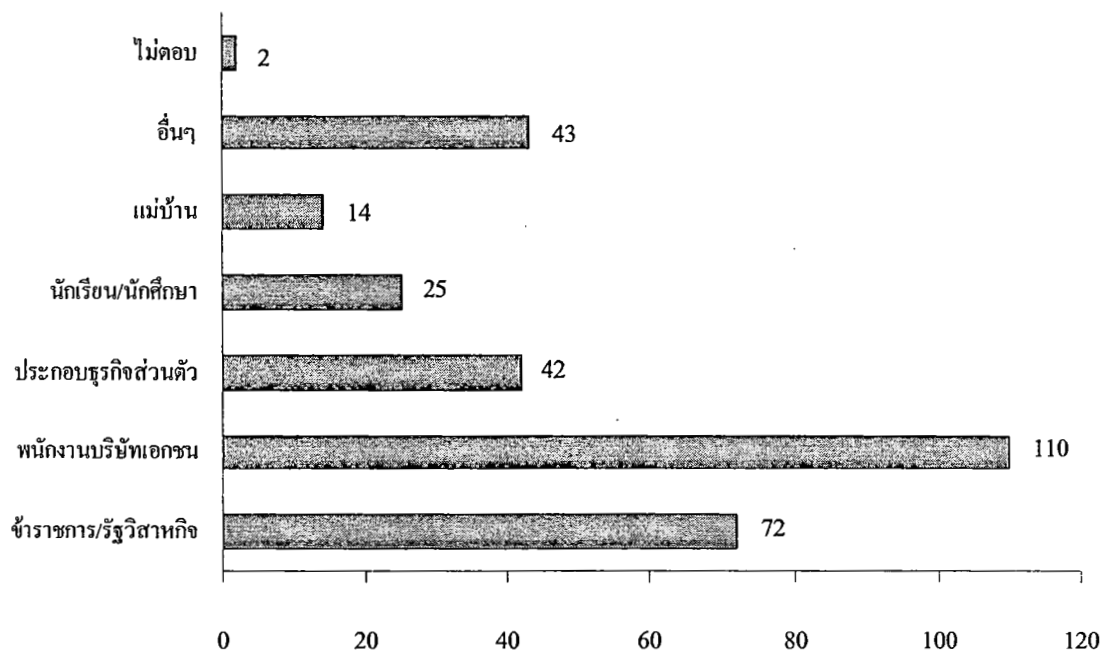
ภาพที่ 4-3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4-5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                   | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-------------------------|------------|--------------|
| ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ | 72         | 23.4         |
| พนักงานบริษัทเอกชน      | 110        | 35.8         |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว     | 42         | 13.6         |
| นักเรียน / นักศึกษา     | 25         | 8.1          |
| แม่บ้าน                 | 14         | 4.5          |
| อื่น ๆ                  | 43         | 14.0         |
| ไม่ตอบ                  | 2          | 0.6          |
| <b>รวม</b>              | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 110 คน ร้อยละ 35.8 รองลงมาเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 72 คน ร้อยละ 23.4

ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน ร้อยละ 13.6 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 25 คน ร้อยละ 8.1  
แม่บ้าน จำนวน 14 คน ร้อยละ 4.5 อื่นๆ จำนวน 43 คน ร้อยละ 14.0 และไม่ตอบ จำนวน 2 คน  
ร้อยละ 0.6



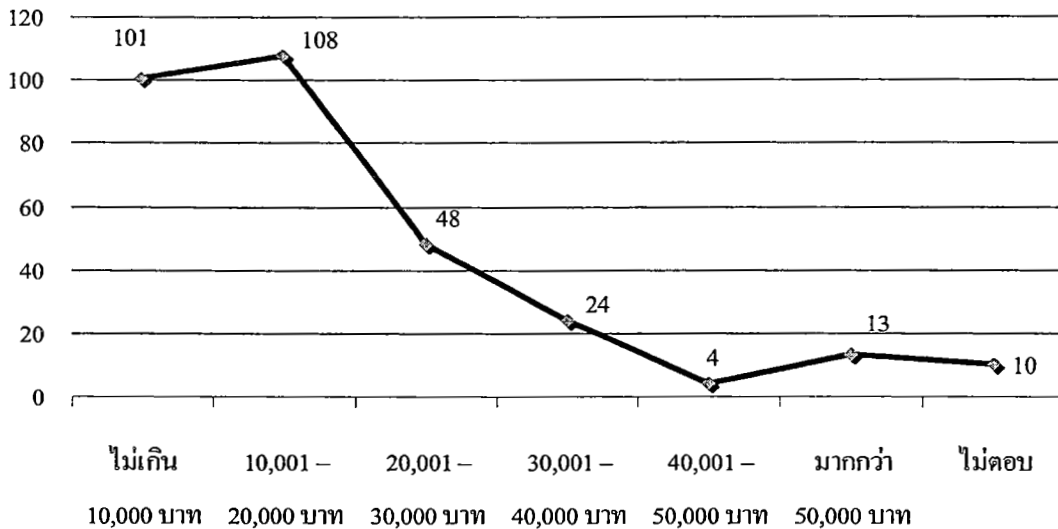
ภาพที่ 4-4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 4-6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้

| รายได้              | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 10,000 บาท  | 101        | 32.8         |
| 10,001 – 20,000 บาท | 108        | 35.1         |
| 20,001 – 30,000 บาท | 48         | 15.6         |
| 30,001 – 40,000 บาท | 24         | 7.8          |
| 40,001 – 50,000 บาท | 4          | 1.3          |
| มากกว่า 50,000 บาท  | 13         | 4.2          |
| ไม่ตอบ              | 10         | 3.2          |
| <b>รวม</b>          | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 101 คน  
ร้อยละ 32.8 ระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 108 คน ร้อยละ 35.1 ระดับรายได้

20,001 – 30,000 บาท จำนวน 48 คน ร้อยละ 15.6 ระดับรายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 24 คน ร้อยละ 7.8 ระดับรายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 4 คน ร้อยละ 1.3 ระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 13 คน ร้อยละ 4.2 และไม่ตอบ จำนวน 10 คน ร้อยละ 3.2



ภาพที่ 4-5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้

## 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

| ข้อคำถาม  | จำนวน | Min. | Max. | $\bar{X}$ | S.D.  |
|---|-------|------|------|-----------|-------|
| จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมเยียนของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) (ครั้ง) | 256   | 1    | 10   | 2.22      | 1.55  |
| ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (วัน)                   | 238   | 1    | 14   | 2.72      | 1.46  |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ไม่รวมผู้ตอบ) (คน)                          | 230   | 1    | 600  | 32.52     | 90.43 |

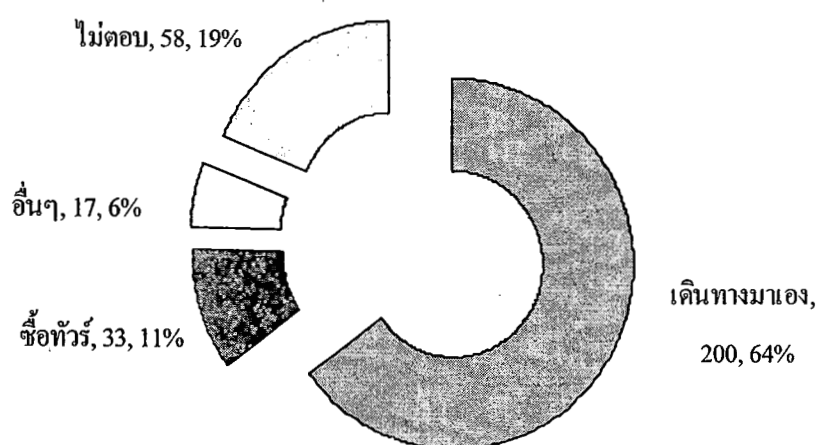
ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมเยียนของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) มีค่าเฉลี่ย 2.22 ครั้ง ความถี่ในการเดินทางมาเยี่ยมเยียนมากที่สุด 10 ครั้ง น้อยที่สุด 1 ครั้ง

ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ย 2.72 วัน ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวยาวนานที่สุด 14 วัน และใช้เวลาสั้นที่สุด 1 วัน  
จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ไม่รวมผู้ตอบ) เฉลี่ยมีจำนวน 32.52 คน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมากที่สุด 600 คน และน้อยที่สุด 1 คน

ตารางที่ 4-8 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้านวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา

| วิธีการในการเดินทาง | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------------|------------|--------------|
| เดินทางมาเอง        | 200        | 64.9         |
| ซื้อทัวร์           | 33         | 10.8         |
| อื่น ๆ              | 17         | 5.5          |
| ไม่ตอบ              | 58         | 18.8         |
| <b>รวม</b>          | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 200 คน ร้อยละ 64.9 ซื้อทัวร์ จำนวน 33 คน ร้อยละ 10.8 วิธีการอื่น ๆ จำนวน 17 คน ร้อยละ 5.5 และไม่ตอบ จำนวน 58 คน ร้อยละ 18.8



ภาพที่ 4-6 วิธีการในการเดินทางของนักท่องเที่ยว



ตารางที่ 4-9 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามเพศ

| วิธีการเดินทาง | เพศ        |              |            |              | รวม        |
|----------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
|                | ชาย        |              | หญิง       |              |            |
|                | จำนวน      | ร้อยละ       | จำนวน      | ร้อยละ       |            |
| เดินทางมาเอง   | 95         | 77.9         | 104        | 81.9         | 199        |
| ซื้อทัวร์      | 18         | 14.8         | 15         | 11.8         | 33         |
| อื่น ๆ         | 9          | 7.3          | 8          | 6.3          | 17         |
| <b>รวม</b>     | <b>122</b> | <b>100.0</b> | <b>127</b> | <b>100.0</b> | <b>249</b> |

ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเดินทางมาเอง จำนวน 95 คน ร้อยละ 77.9 ซื้อทัวร์ จำนวน 18 คน ร้อยละ 14.8 และอื่น ๆ จำนวน 9 คน ร้อยละ 7.3 และเพศหญิงได้เดินทางมาเอง จำนวน 104 คน ร้อยละ 81.9 ซื้อทัวร์ จำนวน 15 คน ร้อยละ 11.8 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4-10 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามสถานภาพสมรส

| วิธีการเดินทาง | สถานภาพสมรส |              |           |              |                  |              | รวม        |
|----------------|-------------|--------------|-----------|--------------|------------------|--------------|------------|
|                | โสด         |              | สมรส      |              | หม้าย / หย่าร้าง |              |            |
|                | จำนวน       | ร้อยละ       | จำนวน     | ร้อยละ       | จำนวน            | ร้อยละ       |            |
| เดินทางมาเอง   | 113         | 79.5         | 72        | 78.2         | 15               | 93.8         | 200        |
| ซื้อทัวร์      | 22          | 15.6         | 10        | 10.9         | 1                | 6.2          | 33         |
| อื่น ๆ         | 7           | 4.9          | 10        | 10.9         | -                | 0.0          | 17         |
| <b>รวม</b>     | <b>142</b>  | <b>100.0</b> | <b>92</b> | <b>100.0</b> | <b>16</b>        | <b>100.0</b> | <b>250</b> |

ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพโสดใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 113 คน ร้อยละ 79.5 ซื้อทัวร์ จำนวน 22 คน ร้อยละ 15.6 และอื่น ๆ จำนวน 7 คน ร้อยละ 4.9 และนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้ว ส่วนใหญ่เดินทางมาเอง จำนวน 72 คน ร้อยละ 78.2 ซื้อทัวร์ จำนวน 10 คน ร้อยละ 10.9 และอื่น ๆ จำนวน 10 คน ร้อยละ 10.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 15 คน ร้อยละ 93.8 และซื้อทัวร์ จำนวน 1 คน ร้อยละ 6.2

ตารางที่ 4-11 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา     | วิธีการเดินทาง |        |           |        |           |        | รวม        | ร้อยละ |
|-------------------|----------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|------------|--------|
|                   | เดินทางมาเอง   |        | ซื้อทัวร์ |        | อื่นๆ     |        |            |        |
|                   | จำนวน          | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ |            |        |
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 16             | 55.2   | 5         | 17.2   | 8         | 27.6   | 29         | 100.0  |
| ตอนปลาย           |                |        |           |        |           |        |            |        |
| มัธยมศึกษาตอน     | 28             | 71.8   | 7         | 18.0   | 4         | 10.2   | 39         | 100.0  |
| ปลาย / ปวช.       |                |        |           |        |           |        |            |        |
| อนุปริญญา / ปวส.  | 26             | 76.5   | 8         | 23.5   | -         | 0.0    | 34         | 100.0  |
| ปริญญาตรี         | 103            | 92.0   | 9         | 8.0    | -         | 0.0    | 112        | 100.0  |
| สูงกว่าปริญญาตรี  | 27             | 75.0   | 4         | 11.1   | 5         | 13.9   | 36         | 100.0  |
| <b>รวม</b>        | <b>200</b>     |        | <b>33</b> |        | <b>17</b> |        | <b>250</b> |        |

ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี นิยมใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 103 คน ร้อยละ 92.0 และซื้อทัวร์ จำนวน 9 คน ร้อยละ 8.0 รองลงมาตามลำดับ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 28 คน ร้อยละ 71.8 ซื้อทัวร์ จำนวน 7 คน ร้อยละ 18 และอื่นๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 10.2 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 27 คน ร้อยละ 75.0 ซื้อทัวร์ จำนวน 4 คน ร้อยละ 11.1 และอื่นๆ จำนวน 5 คน ร้อยละ 13.9 ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 26 คน ร้อยละ 76.5 และซื้อทัวร์ จำนวน 8 คน ร้อยละ 23.5 และน้อยที่สุดคือกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 16 คน ร้อยละ 55.2 ซื้อทัวร์ จำนวน 5 คน ร้อยละ 17.2 และอื่นๆ จำนวน 8 คน ร้อยละ 27.6

ตารางที่ 4-12 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                 | วิธีการเดินทาง |        |           |        |           |        | รวม        | ร้อยละ |
|-----------------------|----------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|------------|--------|
|                       | เดินทางมาเอง   |        | ซื้อทัวร์ |        | อื่น ๆ    |        |            |        |
|                       | จำนวน          | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ |            |        |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 46             | 80.7   | 8         | 14.0   | 3         | 5.3    | 57         | 100.0  |
| พนักงานบริษัทเอกชน    | 73             | 82.0   | 13        | 14.6   | 3         | 3.4    | 89         | 100.0  |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว   | 28             | 77.8   | 7         | 19.4   | 1         | 2.8    | 36         | 100.0  |
| นักเรียน/นักศึกษา     | 20             | 95.2   | -         | 0.0    | 1         | 4.8    | 21         | 100.0  |
| แม่บ้าน               | 8              | 72.7   | -         | 0.0    | 3         | 27.3   | 11         | 100.0  |
| อื่น ๆ                | 25             | 69.4   | 5         | 13.9   | 6         | 16.7   | 36         | 100.0  |
| <b>รวม</b>            | <b>200</b>     |        | <b>33</b> |        | <b>17</b> |        | <b>250</b> |        |

ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท-เอกชนที่ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 73 คน ร้อยละ 82.0 ซื้อทัวร์ จำนวน 13 คน ร้อยละ 14.6 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน ร้อยละ 3.4 รองลงมาตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 46 คน ร้อยละ 80.7 ซื้อทัวร์ จำนวน 8 คน ร้อยละ 14.0 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน ร้อยละ 5.3 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 28 คน ร้อยละ 77.8 ซื้อทัวร์ จำนวน 7 คน ร้อยละ 19.4 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน ร้อยละ 2.8

นักเรียน/นักศึกษาใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 20 คน ร้อยละ 95.2 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน ร้อยละ 4.8 ประกอบอาชีพอื่น ๆ เดินทางมาเอง จำนวน 25 คน ร้อยละ 69.4 ซื้อทัวร์ จำนวน 5 คน ร้อยละ 13.9 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน ร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้าน ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 8 คน ร้อยละ 72.7 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน ร้อยละ 27.7

ตารางที่ 4-13 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำแนกตามระดับรายได้

| ระดับรายได้         | วิธีการเดินทาง |        |           |        |           |        | รวม        | ร้อยละ |
|---------------------|----------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|------------|--------|
|                     | เดินทางมาเอง   |        | ซื้อทัวร์ |        | อื่น ๆ    |        |            |        |
|                     | จำนวน          | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ |            |        |
| ไม่เกิน 10,000 บาท  | 70             | 82.4   | 10        | 11.8   | 5         | 5.8    | 85         | 100.0  |
| 10,001 – 20,000 บาท | 69             | 76.7   | 12        | 13.3   | 9         | 10.0   | 90         | 100.0  |
| 20,001 – 30,000 บาท | 31             | 86.1   | 4         | 11.1   | 1         | 2.8    | 36         | 100.0  |
| 30,001 – 40,000 บาท | 16             | 80.0   | 3         | 15.0   | 1         | 5.0    | 20         | 100.0  |
| 40,001 – 50,000 บาท | 3              | 75.0   | 1         | 25.0   | -         | 0.0    | 4          | 100.0  |
| มากกว่า 50,000 บาท  | 9              | 81.8   | 2         | 18.2   | -         | 0.0    | 11         | 100.0  |
| <b>รวม</b>          | <b>198</b>     |        | <b>32</b> |        | <b>16</b> |        | <b>246</b> |        |

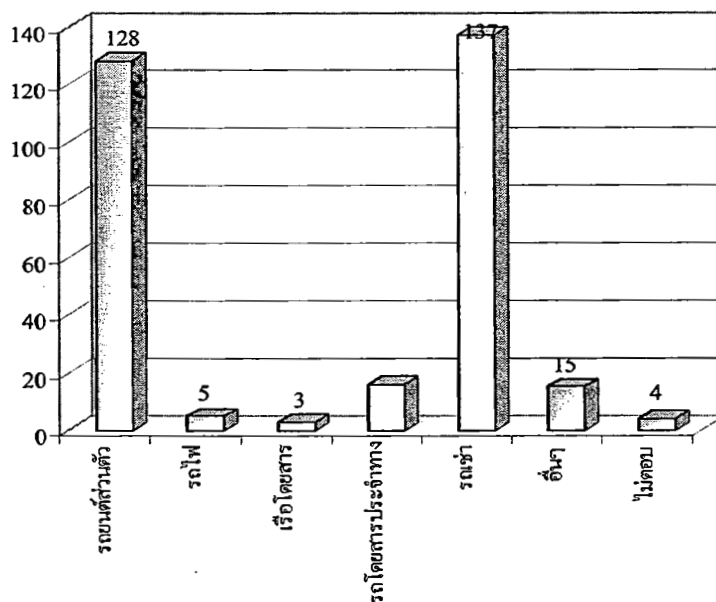
ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน นิยมวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 70 คน ร้อยละ 82.4 ซื้อทัวร์ จำนวน 10 คน ร้อยละ 11.8 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน ร้อยละ 5.8 รองลงมาตามลำดับ ผู้มีระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 69 คน ร้อยละ 76.7 ซื้อทัวร์ จำนวน 12 คน ร้อยละ 13.3 และอื่น ๆ จำนวน 9 คน ร้อยละ 10 ผู้มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน เดินทางมาเอง จำนวน 31 คน ร้อยละ 86.1 ซื้อทัวร์ จำนวน 4 คน ร้อยละ 11.1 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน ร้อยละ 2.8 ผู้มีระดับรายได้ 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน ใช้วิธีการเดินทางท่องเที่ยวเดินทางมาเอง จำนวน 16 คน ร้อยละ 80.0 ซื้อทัวร์ จำนวน 3 คน ร้อยละ 15.0 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน ร้อยละ 5 ผู้ที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 9 คน ร้อยละ 81.8 และซื้อทัวร์ จำนวน 2 คน ร้อยละ 18.2 และน้อยที่สุด คือ ผู้มีระดับรายได้ 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 3 คน ร้อยละ 75 และซื้อทัวร์ จำนวน 1 คน ร้อยละ 25

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน

ตารางที่ 4-14 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน ด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทางใน  
ครั้งนี้

| พาหนะ            | จำนวน      | ร้อยละ       |
|------------------|------------|--------------|
| รถยนต์ส่วนตัว    | 128        | 41.6         |
| รถไฟ             | 5          | 1.6          |
| เรือโดยสาร       | 3          | 1.0          |
| รถโดยสารประจำทาง | 16         | 5.2          |
| รถเช่า           | 137        | 44.5         |
| อื่นๆ            | 15         | 4.9          |
| ไม่ตอบ           | 4          | 1.2          |
| <b>รวม</b>       | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน เลือกการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 128 คน ร้อยละ 41.6 รถไฟ จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.6 เรือโดยสาร จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.0 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 16 คน ร้อยละ 5.2 รถเช่า จำนวน 137 คน ร้อยละ 44.5 อื่น ๆ จำนวน 15 คน ร้อยละ 4.9 และไม่ตอบ จำนวน 4 คน ร้อยละ 1.2

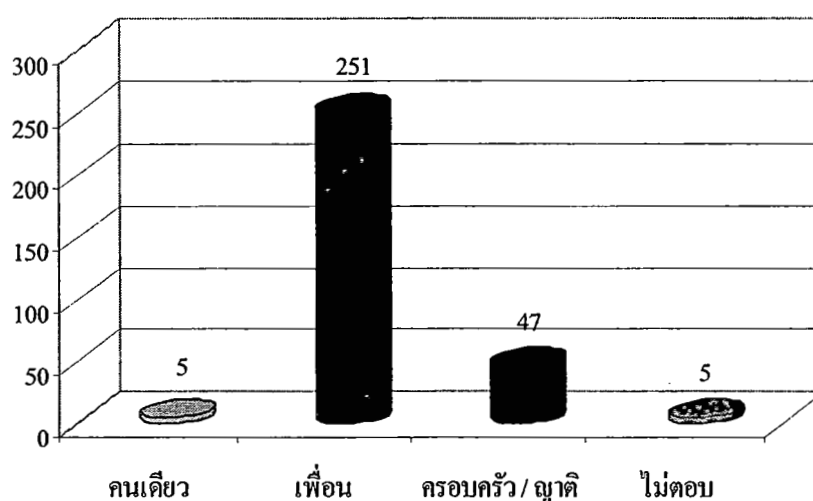


ภาพที่ 4-7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางในครั้งนี่

ตารางที่ 4-15 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน ด้านลักษณะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง

| ความสัมพันธ์   | จำนวน      | ร้อยละ       |
|----------------|------------|--------------|
| คนเดียว        | 5          | 1.6          |
| เพื่อน         | 251        | 81.5         |
| ครอบครัว /ญาติ | 47         | 15.3         |
| ไม่ตอบ         | 5          | 1.6          |
| <b>รวม</b>     | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน มีการเดินทางคนเดียว จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.6 เดินทางร่วมกับเพื่อน จำนวน 251 คน ร้อยละ 81.5 เดินทางร่วมกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 47 คน ร้อยละ 15.3 และ ไม่ตอบ จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.6



ภาพที่ 4-8 ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้

ตารางที่ 4-16 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

|                       | จำนวน | Min. | Max. | $\bar{X}$ | SD   |
|-----------------------|-------|------|------|-----------|------|
| จำนวนคนที่เดินทางด้วย | 298   | 1    | 100  | 22.56     | 22.1 |

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้มีจำนวนเฉลี่ย 22.56 คน มีผู้ร่วมเดินทางมากที่สุด จำนวน 100 คน และร่วมเดินทางน้อยที่สุด จำนวน 1 คน

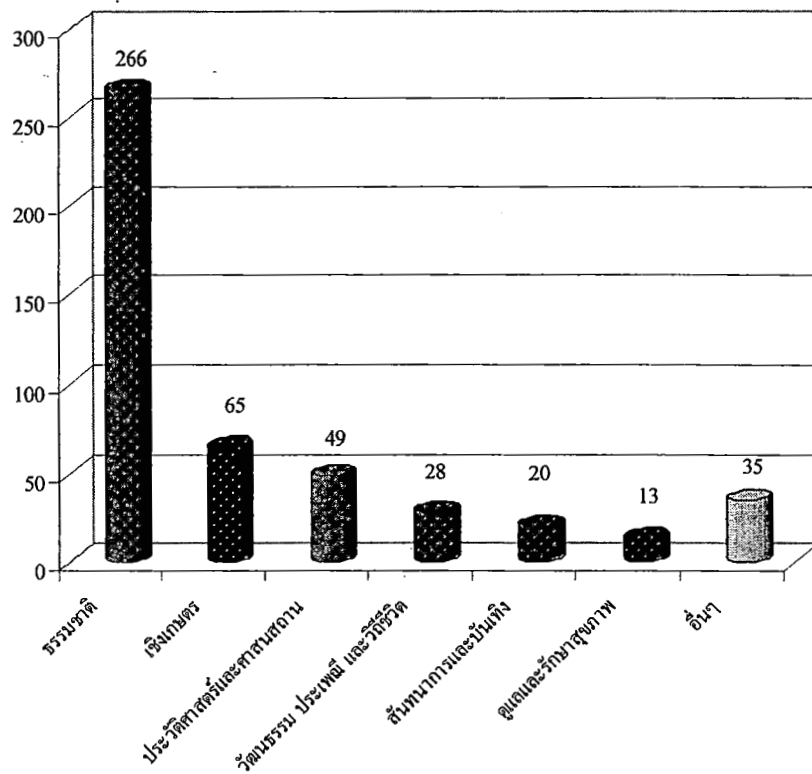
ตารางที่ 4-17 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน ด้านการวางแผนลักษณะสถานที่ท่องเที่ยว

n = 308

| แหล่งท่องเที่ยว                  | วางแผน |        | ไม่วางแผน |        |
|----------------------------------|--------|--------|-----------|--------|
|                                  | จำนวน  | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ |
| ทางธรรมชาติ                      | 266    | 86.4   | 42        | 13.6   |
| เชิงเกษตร                        | 65     | 21.1   | 243       | 78.9   |
| ประวัติศาสตร์และศาสนสถาน         | 49     | 15.9   | 259       | 84.1   |
| ทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต | 28     | 9.1    | 280       | 90.9   |
| เพื่อสันตนาการและบันเทิง         | 20     | 6.5    | 288       | 93.5   |
| เพื่อดูแลและรักษาสุขภาพ          | 13     | 4.2    | 295       | 95.8   |
| อื่น ๆ                           | 35     | 11.4   | 273       | 88.6   |

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การวางแผนท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นิยมวางแผนล่วงหน้า จำนวน 266 คน ร้อยละ 86.4 และไม่ได้วางแผน จำนวน 42 คน ร้อยละ 13.6 ซึ่งแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นจะมีการวางแผนล่วงหน้าน้อย การวางแผนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 65 คน ร้อยละ 21.1 และไม่ได้วางแผน จำนวน 243 คน ร้อยละ 78.9 การวางแผนท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และศาสนสถาน จำนวน 49 คน ร้อยละ 15.9 และไม่ได้วางแผน จำนวน 259 คน ร้อยละ 84.1 การวางแผนท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต จำนวน 28 คน ร้อยละ 9.1 และไม่ได้วางแผน จำนวน 280 คน ร้อยละ 90.9 วางแผนท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันตนาการและบันเทิง จำนวน 20 คน ร้อยละ 6.5 และไม่ได้วางแผน จำนวน 288 คน ร้อยละ 93.5 วางแผนท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดูแลและรักษาสุขภาพ จำนวน 13 คน ร้อยละ 4.2 และไม่ได้วางแผน จำนวน 295 คน ร้อยละ 95.8 และวางแผนท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวลักษณะอื่น ๆ จำนวน 35 คน ร้อยละ 11.4 และไม่ได้วางแผน จำนวน 273 คน ร้อยละ 88.6



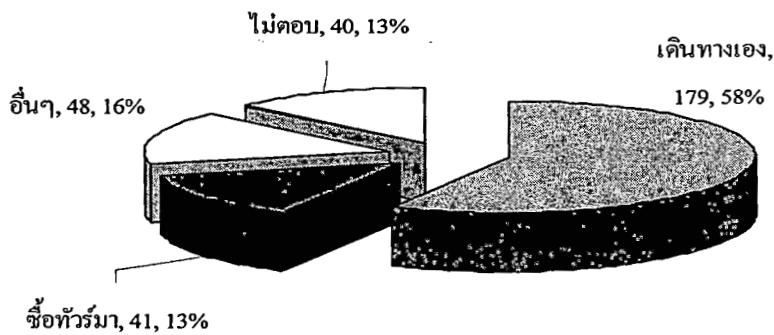
ภาพที่ 4-9 การวางแผนท่องเที่ยวตามลักษณะสถานที่ท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-18 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน ด้านวิธีการในการเดินทางท่องเที่ยว

| วิธีการในการเดินทาง | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------------|------------|--------------|
| เดินทางเอง          | 179        | 58.1         |
| ซื้อทัวร์มา         | 41         | 13.3         |
| อื่น ๆ              | 48         | 15.6         |
| ไม่ตอบ              | 40         | 13.0         |
| <b>รวม</b>          | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน มีการเดินทางมาเอง จำนวน 179 คน ร้อยละ 58.1 ซื้อทัวร์มา จำนวน 41 คน ร้อยละ 13.3 วิธีการอื่น ๆ จำนวน 48 คน ร้อยละ 15.6 และไม่ตอบ จำนวน 40 คน ร้อยละ 13.0





ภาพที่ 4-10 วิธีการในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้

ตารางที่ 4-19 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามเพศ

| วิธีการเดินทาง | เพศ   |        |       |        | รวม |
|----------------|-------|--------|-------|--------|-----|
|                | ชาย   |        | หญิง  |        |     |
|                | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |     |
| เดินทางมาเอง   | 90    | 68.7   | 89    | 65.0   | 179 |
| ซื้อทัวร์      | 19    | 14.5   | 22    | 16.1   | 41  |
| อื่นๆ          | 22    | 16.8   | 26    | 19.0   | 48  |
| รวม            | 131   | 100.0  | 137   | 100.0  | 268 |

นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยวิธีต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน ดังนี้  
วิธีเดินทางมาเอง ชาย จำนวน 90 คน ร้อยละ 68.7 หญิง จำนวน 89 คน ร้อยละ 65.0 และการซื้อ  
ทัวร์ ชาย จำนวน 19 คน ร้อยละ 14.5 หญิง จำนวน 22 คน ร้อยละ 16.1

ตารางที่ 4-20 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามสถานภาพสมรส

| วิธีการเดินทาง | สถานภาพสมรส |        |       |        |                |        | รวม |
|----------------|-------------|--------|-------|--------|----------------|--------|-----|
|                | โสด         |        | สมรส  |        | หม้าย/หย่าร้าง |        |     |
|                | จำนวน       | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน          | ร้อยละ |     |
| เดินทางมาเอง   | 98          | 68.1   | 68    | 62.4   | 13             | 86.7   | 179 |
| ซื้อทัวร์      | 26          | 18.1   | 13    | 11.9   | 2              | 13.3   | 41  |
| อื่นๆ          | 20          | 13.9   | 28    | 25.7   | -              | 0.0    | 48  |
| รวม            | 144         | 100.0  | 109   | 100.0  | 15             | 100.0  | 268 |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทาง-  
มาเอง จำนวน 98 คน ร้อยละ 68.1 ซื่อทัวร์ จำนวน 26 คน ร้อยละ 18.1 และอื่น ๆ จำนวน 20 คน  
ร้อยละ 13.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธี  
เดินทางมาเอง จำนวน 68 คน ร้อยละ 62.4 ซื่อทัวร์ จำนวน 13 คน ร้อยละ 11.9 และอื่น ๆ จำนวน  
28 คน ร้อยละ 25.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วย  
วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 13 คน ร้อยละ 86.7 และซื่อทัวร์ จำนวน 2 คน ร้อยละ 13.3

ตารางที่ 4-21 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา     | วิธีการเดินทาง |        |           |        |           |        | รวม        | ร้อยละ |
|-------------------|----------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|------------|--------|
|                   | เดินทางมาเอง   |        | ซื่อทัวร์ |        | อื่น ๆ    |        |            |        |
|                   | จำนวน          | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ |            |        |
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 18             | 56.3   | 6         | 18.8   | 8         | 25.0   | 32         | 100.0  |
| ตอนปลาย           |                |        |           |        |           |        |            |        |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย | 20             | 44.4   | 14        | 31.1   | 11        | 24.4   | 45         | 100.0  |
| /ปวช.             |                |        |           |        |           |        |            |        |
| อนุปริญญา/ปวส.    | 23             | 59.0   | 7         | 17.9   | 9         | 23.1   | 39         | 100.0  |
| ปริญญาตรี         | 87             | 77.0   | 11        | 9.7    | 15        | 13.3   | 113        | 100.0  |
| สูงกว่าปริญญาตรี  | 31             | 79.5   | 3         | 7.7    | 5         | 12.8   | 39         | 100.0  |
| <b>รวม</b>        | <b>179</b>     |        | <b>41</b> |        | <b>48</b> |        | <b>268</b> |        |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีวิธีการเดินทาง  
ท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 18 คน ร้อยละ 56.3 ซื่อทัวร์ จำนวน 6 คน ร้อยละ  
18.8 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน ร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีวิธีการเดินทาง  
ท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 20 คน ร้อยละ 44.4 ซื่อทัวร์ จำนวน 14 คน ร้อยละ  
31.1 และอื่น ๆ จำนวน 11 คน ร้อยละ 24.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานอนุปริญญา/ปวส. มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวใน  
ครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 23 คน ร้อยละ 59.0 ซื่อทัวร์ จำนวน 7 คน ร้อยละ 17.9 และ  
อื่น ๆ จำนวน 9 ร้อยละ 23.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 87 คน ร้อยละ 77.0 ซื้อทัวร์ จำนวน 11 คน ร้อยละ 9.7 และอื่นๆ จำนวน 15 คน ร้อยละ 13.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 31 คน ร้อยละ 79.5 ซื้อทัวร์ จำนวน 3 คน ร้อยละ 7.7 และอื่นๆ จำนวน 5 คน ร้อยละ 12.8

ตารางที่ 4-22 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                     | วิธีการเดินทาง |        |           |        |           |        | รวม        | ร้อยละ |
|---------------------------|----------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|------------|--------|
|                           | เดินทางมาเอง   |        | ซื้อทัวร์ |        | อื่นๆ     |        |            |        |
|                           | จำนวน          | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ |            |        |
| ข้าราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | 40             | 61.6   | 6         | 9.2    | 19        | 29.2   | 65         | 100.0  |
| พนักงานบริษัทเอกชน        | 68             | 72.4   | 19        | 20.2   | 7         | 7.4    | 94         | 100.0  |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว       | 22             | 61.1   | 6         | 16.7   | 8         | 22.2   | 36         | 100.0  |
| นักเรียน/นักศึกษา         | 14             | 66.7   | 3         | 14.3   | 4         | 19.0   | 21         | 100.0  |
| แม่บ้าน                   | 5              | 45.5   | 2         | 18.1   | 4         | 36.4   | 11         | 100.0  |
| อื่นๆ                     | 28             | 71.8   | 5         | 12.8   | 6         | 15.4   | 39         | 100.0  |
| <b>รวม</b>                | <b>177</b>     |        | <b>41</b> |        | <b>48</b> |        | <b>266</b> |        |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 40 คน ร้อยละ 61.6 ซื้อทัวร์ จำนวน 6 คน ร้อยละ 9.2 และอื่นๆ จำนวน 19 คน ร้อยละ 29.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 68 คน ร้อยละ 72.4 ซื้อทัวร์ จำนวน 19 คน ร้อยละ 20.2 และอื่นๆ จำนวน 7 คน ร้อยละ 7.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ใช้วิธีเดินทางมาเอง จำนวน 22 คน ร้อยละ 61.1 ซื้อทัวร์ จำนวน 6 คน ร้อยละ 16.7 และอื่นๆ จำนวน 8 คน ร้อยละ 22.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างน้อยด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 14 คน ร้อยละ 66.7 เดินทางพร้อมกับเพื่อน จำนวน 3 คน ร้อยละ 14.3 และอื่นๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 19.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างน้อยด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 5 คน ร้อยละ 45.5 เดินทางพร้อมกับเพื่อน จำนวน 2 คน ร้อยละ 18.1 และอื่นๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 36.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างน้อยด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 28 คน ร้อยละ 71.8 ซื้อทัวร์ จำนวน 5 คน ร้อยละ 12.8 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน ร้อยละ 15.4

ตารางที่ 4-23 วิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างน้อยจำแนกตามระดับรายได้

| ระดับรายได้         | วิธีการเดินทาง |        |           |        |           |        | รวม        | ร้อยละ |
|---------------------|----------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|------------|--------|
|                     | เดินทางมาเอง   |        | ซื้อทัวร์ |        | อื่นๆ     |        |            |        |
|                     | จำนวน          | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ |            |        |
| ไม่เกิน 10,000 บาท  | 58             | 63.0   | 13        | 14.1   | 21        | 22.9   | 92         | 100.0  |
| 10,001 – 20,000 บาท | 61             | 65.6   | 17        | 18.3   | 15        | 16.1   | 93         | 100.0  |
| 20,001 – 30,000 บาท | 31             | 79.5   | 5         | 12.8   | 3         | 7.7    | 39         | 100.0  |
| 30,001 – 40,000 บาท | 14             | 66.7   | 2         | 9.5    | 5         | 23.8   | 21         | 100.0  |
| 40,001 – 50,000 บาท | 2              | 66.7   | 1         | 33.3   | -         | 0.0    | 3          | 100.0  |
| มากกว่า 50,000 บาท  | 10             | 83.4   | 1         | 8.3    | 1         | 8.3    | 12         | 100.0  |
| <b>รวม</b>          | <b>176</b>     |        | <b>39</b> |        | <b>45</b> |        | <b>260</b> |        |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างน้อยด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 58 คน ร้อยละ 63.0 ซื้อทัวร์ จำนวน 13 คน ร้อยละ 14.1 และอื่นๆ จำนวน 21 คน ร้อยละ 22.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างน้อยด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 61 คน ร้อยละ 65.6 ซื้อทัวร์ จำนวน 17 คน ร้อยละ 18.3 และอื่นๆ จำนวน 15 คน ร้อยละ 16.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างน้อยด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 31 คน ร้อยละ 79.5 ซื้อทัวร์ จำนวน 5 คน ร้อยละ 12.8 และอื่นๆ จำนวน 3 คน ร้อยละ 7.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 14 คน ร้อยละ 66.7 ซื้้อทัวร์ จำนวน 2 คน ร้อยละ 9.5 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน ร้อยละ 23.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 2 คน ร้อยละ 66.7 และซื้้อทัวร์ จำนวน 1 คน ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ด้วยวิธีเดินทางมาเอง จำนวน 10 คน ร้อยละ 83.4 ซื้้อทัวร์ จำนวน 1 คน ร้อยละ 8.3 และอื่น ๆ จำนวน 1 คน ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 4-24 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน ด้านราคาค่าบริการท่องเที่ยวที่รวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์

n = 41

| ราคาค่าบริการ                | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------|-------|--------|
| ค่าพาหนะเดินทางทั้งหมด       | 41    | 100.0  |
| ค่าพาหนะบางส่วน              | 12    | 29.3   |
| ค่าที่พัก                    | 41    | 100.0  |
| ค่าอาหาร                     | 22    | 53.7   |
| ค่าบริการท่องเที่ยวในพื้นที่ | 10    | 24.4   |
| ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ             | 4     | 9.8    |

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา โดยบริษัททัวร์มีราคาค่าบริการท่องเที่ยวที่รวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์ เป็นค่าพาหนะเดินทางทั้งหมด จำนวน 41 คน ร้อยละ 100 ค่าพาหนะบางส่วน จำนวน 12 คน ร้อยละ 29.3 ค่าที่พัก จำนวน 41 คน ร้อยละ 100 ค่าอาหาร จำนวน 22 คน ร้อยละ 53.7 ราคาค่าบริการท่องเที่ยวในพื้นที่ 10 คน ร้อยละ 24.4 และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 9.8

ตารางที่ 4-25 ค่าใช้จ่ายในแต่ละรายการในแฟ้มคเจทัวร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัททัวร์

n = 41

|                              | จำนวน | Min. | Max. | $\bar{X}$ | SD   |
|------------------------------|-------|------|------|-----------|------|
| จำนวนคืนที่พัก (หน่วย : คืน) | 40    | 1    | 3    | 1.45      | 0.64 |
| จำนวนมื้อ (หน่วย : มื้อ)     | 21    | 1    | 7    | 3.81      | 2.04 |

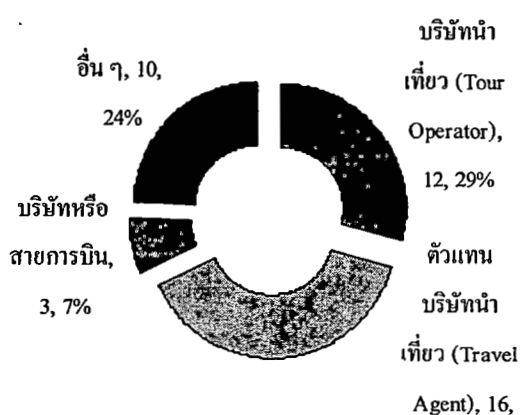
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัททัวร์ มีจำนวนคืนที่พักเฉลี่ย 1.45 คืน มีการพักแรมมากที่สุด จำนวน 3 คืน น้อยที่สุด จำนวน 1 คืน และมีจำนวนมื้ออาหาร จำนวน 3.81 มื้อ มากที่สุด จำนวน 7 มื้อ น้อยที่สุดจำนวน 1 มื้อ

ตารางที่ 4-26 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวและการพักแรม ด้านช่องทางการจองทัวร์

n = 41

| ช่องทางการจองทัวร์                  | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------|--------|
| บริษัทนำเที่ยว (Tour Operator)      | 12    | 29.3   |
| ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agent) | 16    | 39.0   |
| บริษัทหรือสายการบิน                 | 3     | 7.3    |
| อื่น ๆ                              | 10    | 24.4   |

นักท่องเที่ยวมีการจองทัวร์ผ่านบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) จำนวน 12 คน ร้อยละ 29.3 ผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agent) จำนวน 16 คน ร้อยละ 39.0 ผ่านบริษัทหรือสายการบิน จำนวน 3 คน ร้อยละ 7.3 และช่องทางอื่น ๆ จำนวน 10 คน ร้อยละ 24.4



ภาพที่ 4-11 แสดงช่องทางการจองทัวร์

ตารางที่ 4-27 พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและการพักผ่อน ด้านสถานที่พักและจำนวนวันที่พัก\*

| สถานที่พัก             | จำนวน | จำนวนคืนที่พัก |        |     |        |    |        |   |        |   |        |
|------------------------|-------|----------------|--------|-----|--------|----|--------|---|--------|---|--------|
|                        |       | 1              | ร้อยละ | 2   | ร้อยละ | 3  | ร้อยละ | 4 | ร้อยละ | 5 | ร้อยละ |
| โรงแรม                 | 4     | 2              | 50.0   | 2   | 50.0   | -  | 0.0    | - | 0.0    | - | 0.0    |
| โฮมสเตย์               | 308   | 167            | 54.2   | 119 | 38.6   | 18 | 5.8    | 2 | 0.7    | 2 | 0.7    |
| บังกะโล/รีสอร์ท        | 4     | 2              | 50.0   | 2   | 50.0   | -  | 0.0    | - | 0.0    | - | 0.0    |
| เกสต์เฮ้าส์            | 1     | -              | 0.0    | 1   | 100.0  | -  | 0.0    | - | 0.0    | - | 0.0    |
| บ้านญาติ/บ้านเพื่อน    | 1     | -              | 0.0    | -   | 0.0    | 1  | 100.0  | - | 0.0    | - | 0.0    |
| ที่พักรับรอง           | 0     | -              | 0.0    | -   | 0.0    | -  | 0.0    | - | 0.0    | - | 0.0    |
| ที่พักในอุทยานแห่งชาติ | 0     | -              | 0.0    | -   | 0.0    | -  | 0.0    | - | 0.0    | - | 0.0    |
| อื่น ๆ                 | 0     | -              | 0.0    | -   | 0.0    | -  | 0.0    | - | 0.0    | - | 0.0    |

\* ผู้ตอบตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามพักโรงแรม จำนวน 4 คน เข้าพัก 1 คืน จำนวน 2 คน ร้อยละ 50 เข้าพัก 2 คืน จำนวน 2 คน ร้อยละ 50 พักโฮมสเตย์ จำนวน 308 คน เข้าพัก 1 คืน จำนวน 167 คน ร้อยละ 54.2 เข้าพัก 2 คืน จำนวน 119 คน ร้อยละ 38.6 เข้าพัก 3 คืน จำนวน 18 คน ร้อยละ 5.8 เข้าพัก 4 คืน จำนวน 2 คน ร้อยละ 0.7 และเข้าพัก 5 คืน จำนวน 2 คน ร้อยละ 0.7 พักบังกะโล/รีสอร์ท จำนวน 4 คน เข้าพัก 1 คืน จำนวน 2 คน ร้อยละ 50 เข้าพัก 2 คืน จำนวน 2 คน จำนวน 50 พักเกสต์เฮ้าส์ จำนวน 1 คน เข้าพัก 2 คืน ร้อยละ 100.0 และพักบ้านญาติ/บ้านเพื่อน จำนวน 1 คน เข้าพัก 3 คืน จำนวน 100

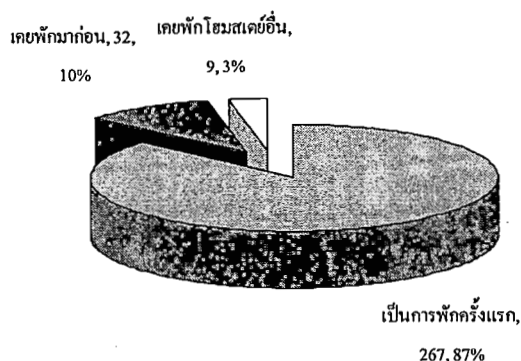
#### 4. ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าพักที่พักรวมแบบโฮมสเตย์

ตารางที่ 4-28 ประวัติการเข้าพักโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้

n = 308

| ประวัติการเข้าพัก  | จำนวน      | ร้อยละ       |
|--------------------|------------|--------------|
| เป็นการพักครั้งแรก | 267        | 86.8         |
| เคยพักมาก่อน       | 32         | 10.3         |
| เคยพักโฮมสเตย์อื่น | 9          | 2.9          |
| <b>รวม</b>         | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน เข้าพักโฮมสเตย์เป็นครั้งแรก จำนวน 267 คน ร้อยละ 86.8 มีประวัติเคยพักมาก่อน จำนวน 32 คน ร้อยละ 10.3 และมีประวัติเคยพักโฮมสเตย์อื่นมาก่อน จำนวน 9 คน ร้อยละ 2.9



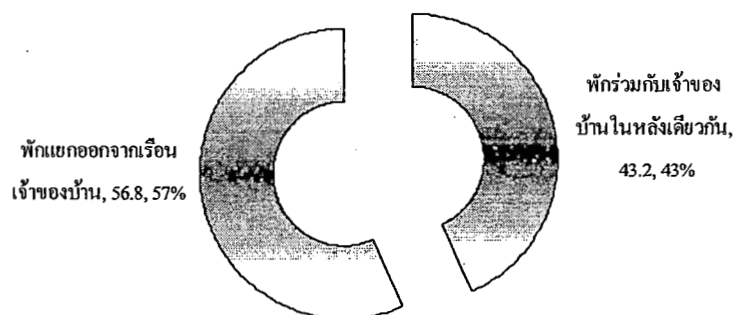
ภาพที่ 4-12 ประวัติการเข้าพักโฮมสเตย์

ตารางที่ 4-29 ลักษณะห้องพักที่เข้าพักในโฮมสเตย์

n = 308

| ลักษณะห้องพัก                       | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-------------------------------------|------------|--------------|
| พักร่วมกับเจ้าของบ้านในหลังเดียวกัน | 133        | 43.2         |
| พักแยกออกจากเรือนเจ้าของบ้าน        | 175        | 56.8         |
| <b>รวม</b>                          | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน มีการเข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้านในหลังเดียวกัน จำนวน 133 คน ร้อยละ 43.2 และพักแยกออกจากเรือนเจ้าของบ้าน จำนวน 175 คน ร้อยละ 56.8



ภาพที่ 4-13 ลักษณะห้องพักที่เข้าพักในโฮมสเตย์

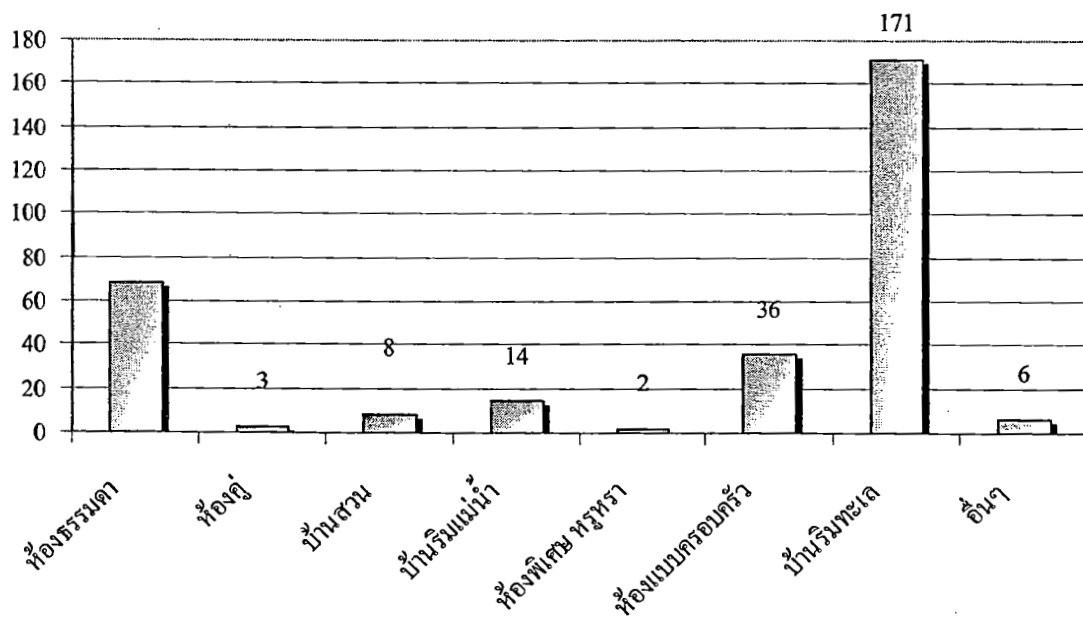


## ตารางที่ 4-30 ประเภทห้องพักที่เข้าพักในโฮมสเตย์

n = 308

| ประเภทห้องพัก             | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------|-------|--------|
| ห้องธรรมดา                | 68    | 22.2   |
| ห้องคู่ (ประตูเปิดถึงกัน) | 3     | 1.0    |
| บ้านสวน                   | 8     | 2.6    |
| บ้านริมแม่น้ำ             | 14    | 4.5    |
| ห้องพิเศษ หรรษา           | 2     | 0.6    |
| ห้องแบบครอบครัว           | 36    | 11.7   |
| บ้านริมทะเล               | 171   | 55.5   |
| อื่น ๆ                    | 6     | 1.9    |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน มีการเลือกห้องพักในโฮมสเตย์ แบ่งเป็นห้องธรรมดา จำนวน 68 คน ร้อยละ 22.2 ห้องคู่ (ประตูเปิดถึงกัน) จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.0 บ้านสวน จำนวน 8 คน ร้อยละ 2.6 บ้านริมแม่น้ำ จำนวน 14 คน ร้อยละ 4.5 ห้องพิเศษ หรรษา จำนวน 2 คน ร้อยละ 0.6 ห้องแบบครอบครัว จำนวน 36 คน ร้อยละ 11.7 บ้านริมทะเล จำนวน 171 ร้อยละ 55.5 และห้องพักในลักษณะอื่น ๆ จำนวน 6 คน ร้อยละ 1.9



ภาพที่ 4-14 ประเภทห้องพักที่เข้าพัก

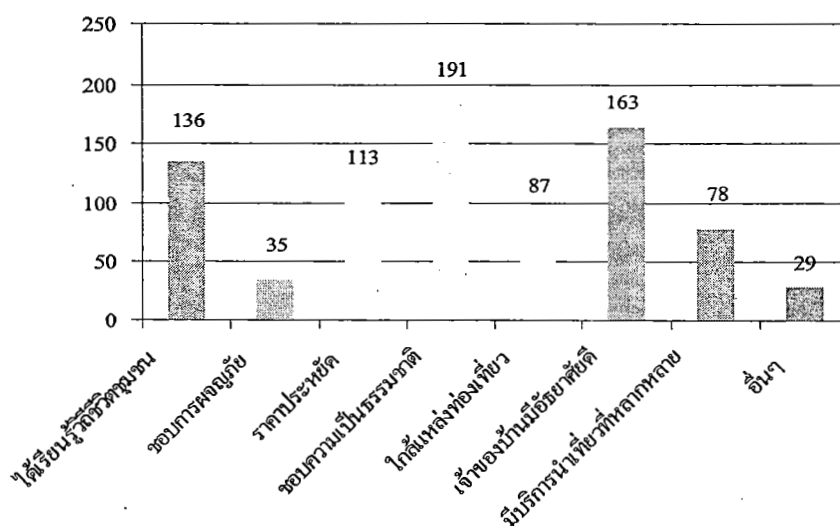
## ตารางที่ 4-31 สาเหตุที่เลือกพักโฮมสเตย์\*

n = 308

| เหตุผล                      | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| ได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน   | 136   | 44.2   |
| ชอบการผจญภัย                | 35    | 11.4   |
| ราคาประหยัด                 | 113   | 36.7   |
| ชอบความเป็นธรรมชาติ         | 191   | 62.0   |
| ใกล้แหล่งท่องเที่ยว         | 87    | 28.2   |
| เจ้าของบ้านมีอัธยาศัยดี     | 163   | 52.9   |
| มีบริการนำเที่ยวที่หลากหลาย | 78    | 25.3   |
| อื่นๆ                       | 29    | 9.4    |

\* ผู้ตอบตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน มีเหตุผลในการเลือกโฮมสเตย์ดังกล่าวแบ่งเป็น ได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน จำนวน 136 คน ร้อยละ 44.2 ชอบการผจญภัย จำนวน 35 คน ร้อยละ 11.4 ราคาประหยัด จำนวน 113 ร้อยละ 36.7 ชอบความเป็นธรรมชาติ จำนวน 191 คน ร้อยละ 62.0 ใกล้แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 87 คน ร้อยละ 28.2 เจ้าของบ้านมีอัธยาศัยดี จำนวน 163 คน ร้อยละ 52.9 มีบริการนำเที่ยวที่หลากหลาย จำนวน 78 คน ร้อยละ 25.3 และอื่น ๆ จำนวน 29 คน ร้อยละ 9.4



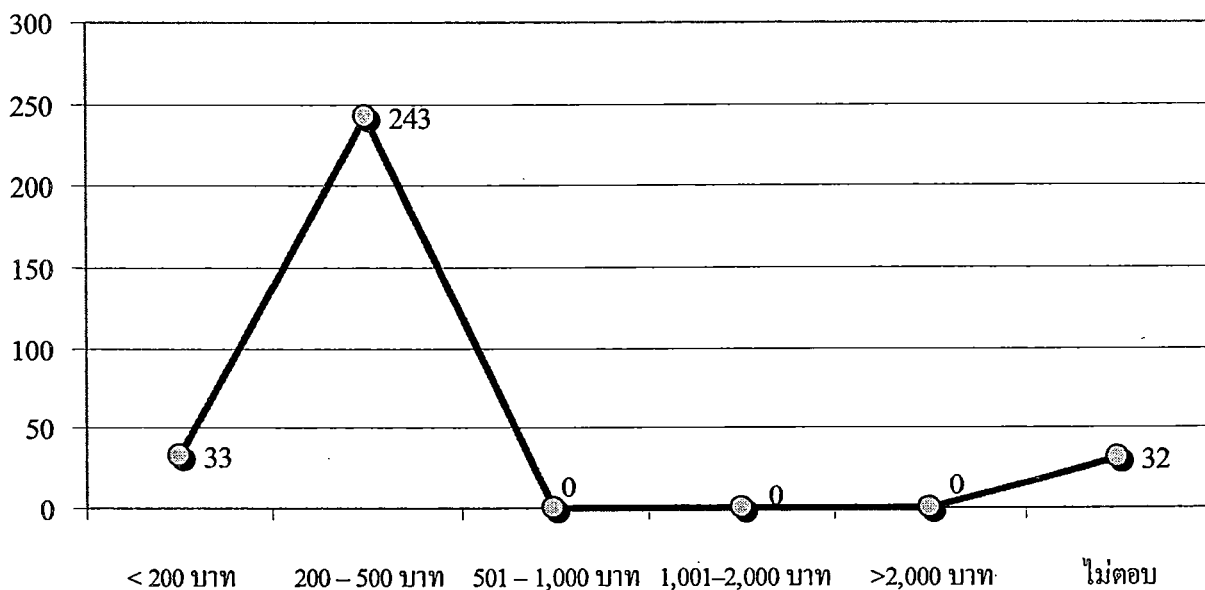
ภาพที่ 4-15 เหตุผลในการเลือกที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในครั้งนี้

ตารางที่ 4-32 ราคาที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่เข้าพัก

n = 308

| ราคาที่พักต่อคืน     | จำนวน      | ร้อยละ       |
|----------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 200 บาท/คน   | 33         | 10.7         |
| 200 – 500 บาท/คน     | 243        | 78.9         |
| 501 – 1,000 บาท/คน   | -          | 0.0          |
| 1,001 – 2,000 บาท/คน | -          | 0.0          |
| มากกว่า 2,000 บาท/คน | -          | 0.0          |
| ไม่ตอบ               | 32         | 10.4         |
| <b>รวม</b>           | <b>308</b> | <b>100.0</b> |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน เข้าพักโฮมสเตย์ ราคาต่ำกว่า 200 บาท/คน จำนวน 33 คน ร้อยละ 10.4 ราคา 200 – 500 บาท/คน จำนวน 243 คน ร้อยละ 78.9 ไม่ตอบจำนวน 32 คน



ภาพที่ 4-16 ราคาที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่เข้าพัก

### 5. ความต้องการใช้บริการและกิจกรรมที่สนใจในสถานที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

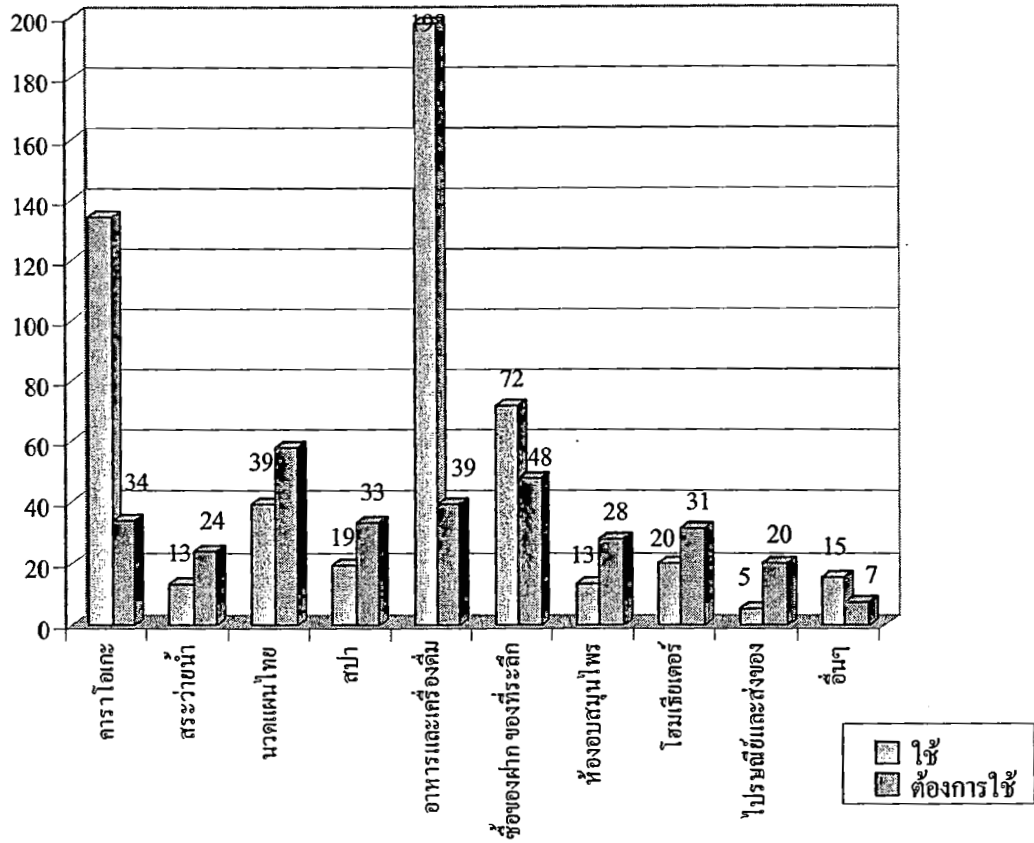
ตารางที่ 4-33 ลักษณะบริการที่ใช้และต้องการใช้ในสถานที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์

n = 308

| บริการ                | ใช้   |        | ต้องการใช้ |        | ไม่ตอบ |        |
|-----------------------|-------|--------|------------|--------|--------|--------|
|                       | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน  | ร้อยละ |
| คาราโอเกะ             | 134   | 43.5   | 34         | 11.0   | 140    | 45.5   |
| สระว่ายน้ำ            | 13    | 4.2    | 24         | 7.8    | 271    | 88.0   |
| นวดแผนไทย             | 39    | 12.7   | 58         | 18.8   | 211    | 68.5   |
| สปา                   | 19    | 6.2    | 33         | 10.7   | 256    | 83.1   |
| อาหารและเครื่องดื่ม   | 198   | 64.3   | 39         | 12.7   | 71     | 23.1   |
| ซื้อของฝากของที่ระลึก | 72    | 23.4   | 48         | 15.6   | 188    | 61.0   |
| ห้องอบสมุนไพร         | 13    | 4.2    | 28         | 9.1    | 267    | 86.7   |
| โฮมเธียเตอร์          | 20    | 6.5    | 31         | 10.1   | 257    | 83.4   |
| ไปรษณีย์และส่งของ     | 5     | 1.6    | 20         | 6.5    | 283    | 91.9   |
| อื่น ๆ                | 15    | 4.9    | 7          | 2.3    | 286    | 92.9   |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน ใช้บริการคาราโอเกะ จำนวน 134 คน ร้อยละ 43.5 ต้องการใช้ จำนวน 34 คน ร้อยละ 11.0 ไม่ตอบ จำนวน 140 คน ร้อยละ 45.5 ใช้บริการสระว่ายน้ำ จำนวน 13 คน ร้อยละ 4.2 ต้องการใช้ จำนวน 24 คน ร้อยละ 7.8 ไม่ตอบ จำนวน 271 คน ร้อยละ 88.0 ใช้บริการนวดแผนไทย จำนวน 39 คน ร้อยละ 12.7 ต้องการใช้ จำนวน 58 คน ร้อยละ 18.8 ไม่ตอบ จำนวน 211 ร้อยละ 68.5 ใช้บริการสปา จำนวน 19 คน ร้อยละ 6.2 ต้องการใช้ จำนวน 33 คน ร้อยละ 10.7 ไม่ตอบ จำนวน 256 คน ร้อยละ 83.1 ใช้บริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 198 คน ร้อยละ 64.3 ต้องการใช้ จำนวน 39 คน ร้อยละ 12.7 ไม่ตอบ จำนวน 71 คน ร้อยละ 23.1 ใช้บริการซื้อของฝากของที่ระลึก จำนวน 72 คน ร้อยละ 23.4 ต้องการใช้ จำนวน 48 คน ร้อยละ 15.6 ไม่ตอบ จำนวน 188 คน ร้อยละ 61.0 ใช้บริการห้องอบสมุนไพร จำนวน 13 คน ร้อยละ 4.2 ต้องการใช้ จำนวน 28 คน ร้อยละ 9.1 ไม่ตอบ จำนวน 267 คน ร้อยละ 86.7 ใช้บริการโฮมเธียเตอร์ จำนวน 20 คน ร้อยละ 6.5 ต้องการใช้ จำนวน 31 คน ร้อยละ 10.1 ไม่ตอบ จำนวน 257 คน ร้อยละ 83.4 ใช้บริการไปรษณีย์และส่งของ จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.6 ต้องการใช้ จำนวน 20 คน ร้อยละ 6.5

ไม่ตอบ จำนวน 283 คน ร้อยละ 91.9 และใช้บริการอื่น ๆ จำนวน 15 คน ร้อยละ 4.9 ต้องการใช้  
 จำนวน 7 คน ร้อยละ 2.3 ไม่ตอบ จำนวน 286 คน ร้อยละ 92.9



ภาพที่ 4-17 บริการที่นักท่องเที่ยวต้องการในสถานที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์

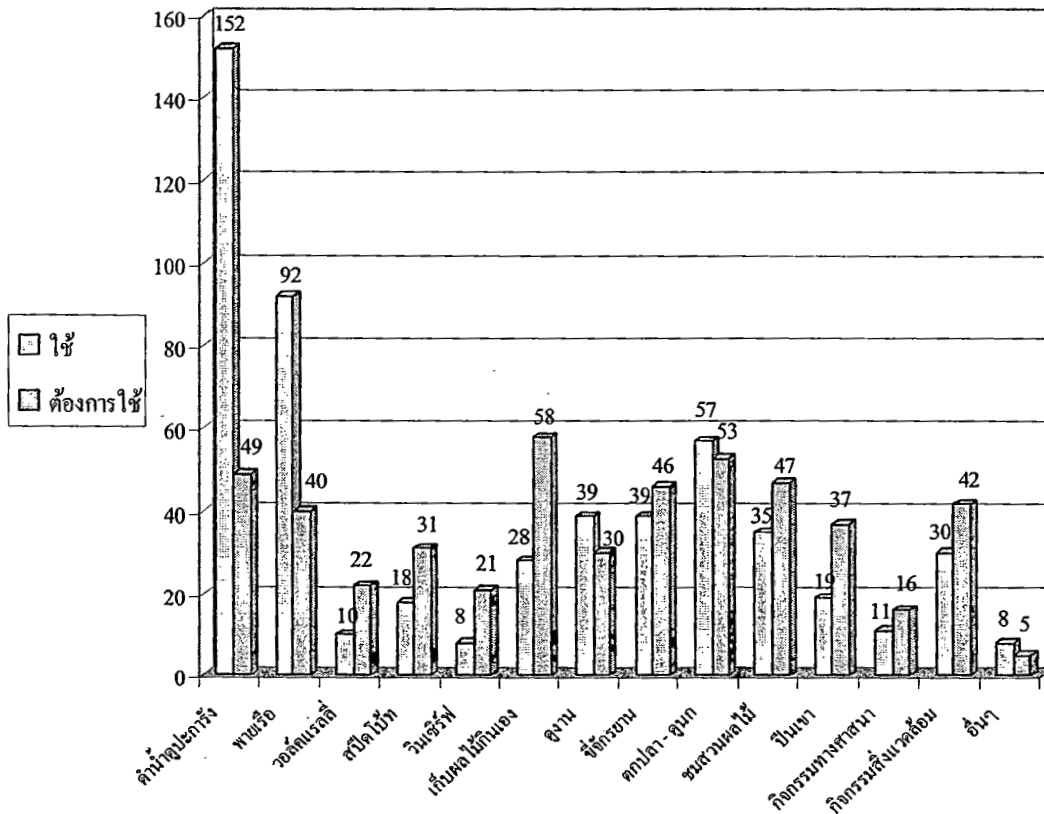
## ตารางที่ 4-34 ลักษณะกิจกรรมในสถานที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์

n = 308

| กิจกรรม                 | ใช้   |        | ต้องการใช้ |        | ไม่ตอบ |        |
|-------------------------|-------|--------|------------|--------|--------|--------|
|                         | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน  | ร้อยละ |
| ค่าน้ำดูปะการัง         | 152   | 49.4   | 49         | 15.9   | 107    | 34.7   |
| พายเรือ                 | 92    | 29.9   | 40         | 13.0   | 176    | 57.1   |
| วอล์คเกอร์              | 10    | 3.2    | 22         | 7.1    | 276    | 89.6   |
| สปีดโบ๊ท                | 18    | 5.8    | 31         | 10.1   | 259    | 84.1   |
| วินเซิร์ฟ               | 8     | 2.6    | 21         | 6.8    | 279    | 90.6   |
| เก็บผลไม้กินเอง         | 28    | 9.1    | 58         | 18.8   | 222    | 72.1   |
| ดูงานกลุ่มอาชีพ/แม่บ้าน | 39    | 12.7   | 30         | 9.7    | 239    | 77.6   |
| ขี่จักรยาน              | 39    | 12.7   | 46         | 14.9   | 223    | 72.4   |
| ตกปลา/หาปลา/ดูนก        | 57    | 18.5   | 53         | 17.2   | 198    | 64.3   |
| ชมสวนผลไม้              | 35    | 11.4   | 47         | 15.3   | 226    | 73.4   |
| ป็นเขา                  | 19    | 6.2    | 37         | 12.0   | 252    | 81.8   |
| กิจกรรมทางศาสนา         | 11    | 3.6    | 16         | 5.2    | 281    | 91.2   |
| กิจกรรมสิ่งแวดล้อม      | 30    | 9.7    | 42         | 13.6   | 236    | 76.6   |
| อื่นๆ                   | 8     | 2.6    | 5          | 1.6    | 295    | 95.8   |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน ใช้บริการกิจกรรมค่าน้ำดูปะการัง จำนวน 152 คน ร้อยละ 49.4 ต้องการใช้ จำนวน 49 คน ร้อยละ 15.9 ไม่ตอบ จำนวน 107 คน ร้อยละ 34.7 ใช้บริการกิจกรรมพายเรือ จำนวน 92 คน ร้อยละ 29.9 ต้องการใช้ จำนวน 40 คน ร้อยละ 13.0 ไม่ตอบ จำนวน 176 คน ร้อยละ 57.1 ใช้บริการกิจกรรมวอล์คเกอร์ จำนวน 10 คน ร้อยละ 3.2 ต้องการใช้ จำนวน 22 คน ร้อยละ 7.1 ไม่ตอบ จำนวน 276 คน ร้อยละ 89.6 ใช้บริการกิจกรรมสปีดโบ๊ท จำนวน 18 คน ร้อยละ 5.8 ต้องการใช้ จำนวน 31 คน ร้อยละ 10.1 ไม่ตอบ จำนวน 259 คน ร้อยละ 84.1 ใช้บริการกิจกรรมวินเซิร์ฟ จำนวน 8 คน ร้อยละ 2.6 ต้องการใช้ จำนวน 21 คน ร้อยละ 6.8 ไม่ตอบ จำนวน 279 คน ร้อยละ 90.6 ใช้บริการกิจกรรมเก็บผลไม้กินเอง จำนวน 28 คน ร้อยละ 9.1 ต้องการใช้ จำนวน 58 คน ร้อยละ 18.8 ไม่ตอบ จำนวน 222 คน ร้อยละ 72.1 ใช้บริการกิจกรรมดูงานกลุ่มอาชีพ/แม่บ้าน จำนวน 39 คน ร้อยละ 12.7 ต้องการ จำนวน 30 คน ร้อยละ 9.7 ไม่ตอบ จำนวน 239 คน ร้อยละ 77.6 ใช้บริการกิจกรรมขี่จักรยาน จำนวน 39 คน ร้อยละ 12.7 ต้องการใช้

จำนวน 46 คน ร้อยละ 14.9 ไม่ตอบ จำนวน 223 คน ร้อยละ 72.4 ใช้บริการกิจกรรมตกปลา/หาปลา/ดูนก จำนวน 57 คน ร้อยละ 18.5 ต้องการใช้ จำนวน 53 คน ร้อยละ 17.2 ไม่ตอบ จำนวน 198 คน ร้อยละ 64.3 ใช้บริการกิจกรรมชมสวนผลไม้ จำนวน 35 คน ร้อยละ 11.4 ต้องการใช้ จำนวน 47 คน ร้อยละ 15.3 ไม่ตอบ จำนวน 226 คน ร้อยละ 73.4 ใช้บริการกิจกรรมปีนเขา จำนวน 19 คน ร้อยละ 6.2 ต้องการใช้ จำนวน 37 คน ร้อยละ 12.0 ไม่ตอบ จำนวน 252 คน ร้อยละ 81.8 ใช้บริการกิจกรรมทางศาสนา จำนวน 11 คน ร้อยละ 3.6 ต้องการใช้ จำนวน 16 คน ร้อยละ 5.2 ไม่ตอบ จำนวน 281 คน ร้อยละ 91.2 ใช้บริการกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 30 คน ร้อยละ 9.7 ต้องการใช้ จำนวน 42 คน ร้อยละ 13.6 ไม่ตอบ จำนวน 236 คน ร้อยละ 76.6 และใช้บริการกิจกรรมอื่น ๆ จำนวน 8 คน ร้อยละ 2.6 ต้องการใช้ จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.6 ไม่ตอบ จำนวน 295 คน ร้อยละ 95.8



ภาพที่ 4-18 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในสถานที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์

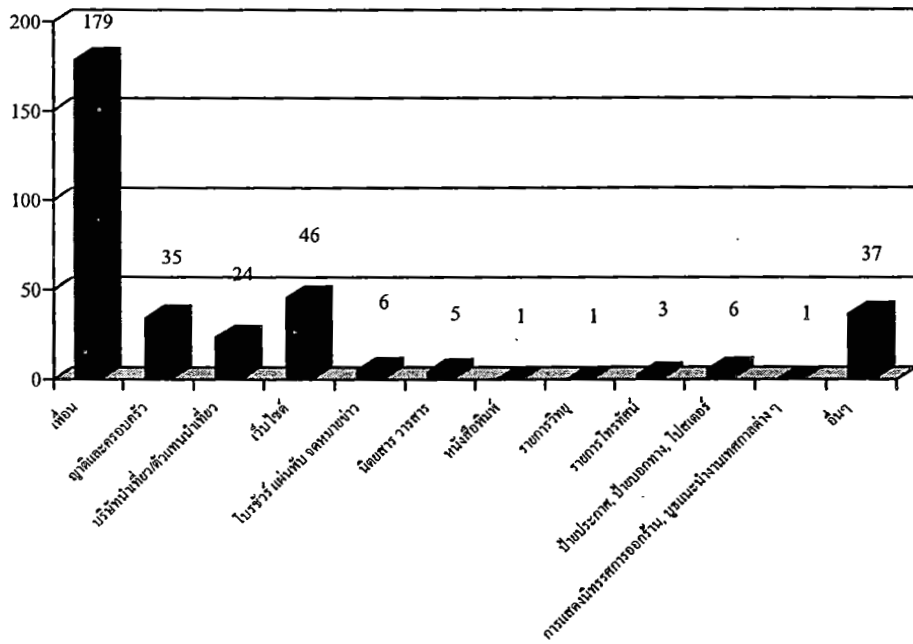
ตารางที่ 4-35 สื่อที่ทำให้รู้จักที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

n = 308

| สื่อ                           | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|-------|--------|
| เพื่อน                         | 179   | 58.1   |
| ญาติและครอบครัว                | 35    | 11.4   |
| บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนนำเที่ยว  | 24    | 7.8    |
| เว็บไซต์                       | 46    | 14.9   |
| โบรชัวร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว    | 6     | 1.9    |
| นิตยสาร วารสาร                 | 5     | 1.6    |
| หนังสือพิมพ์                   | 1     | 0.3    |
| รายการวิทยุ                    | 1     | 0.3    |
| รายการโทรทัศน์                 | 3     | 1.0    |
| ป้ายประกาศ ป้ายบอกทาง ไปสเตอร์ | 6     | 1.9    |
| การแสดงนิทรรศการออกร้าน บูธ    | 1     | 0.3    |
| แนะนำงานเทศกาลต่าง ๆ           |       |        |
| อื่น ๆ                         | 37    | 12.0   |

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 308 คน รู้จักโฮมสเตย์ที่พักในครั้งนี้ผ่านเพื่อน จำนวน 179 คน ร้อยละ 58.1 ญาติและครอบครัว จำนวน 35 คน ร้อยละ 11.4 บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนนำเที่ยว จำนวน 24 คน ร้อยละ 7.8 เว็บไซต์ จำนวน 46 คน ร้อยละ 14.9 โบรชัวร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว จำนวน 6 คน ร้อยละ 1.9 นิตยสาร วารสาร จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.6 หนังสือพิมพ์ จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.3 รายการวิทยุ จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.3 รายการโทรทัศน์ จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.0 ป้ายประกาศ ป้ายบอกทาง ไปสเตอร์ จำนวน 6 คน ร้อยละ 1.9 การแสดงนิทรรศการออกร้าน บูธแนะนำงานเทศกาลต่าง ๆ จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.3 และสื่ออื่น ๆ จำนวน 37 คน ร้อยละ 12.0





ภาพที่ 4-19 ประเภทสื่อที่ทำให้รู้จักโฮมสเตย์ที่พักในครั้งนี้

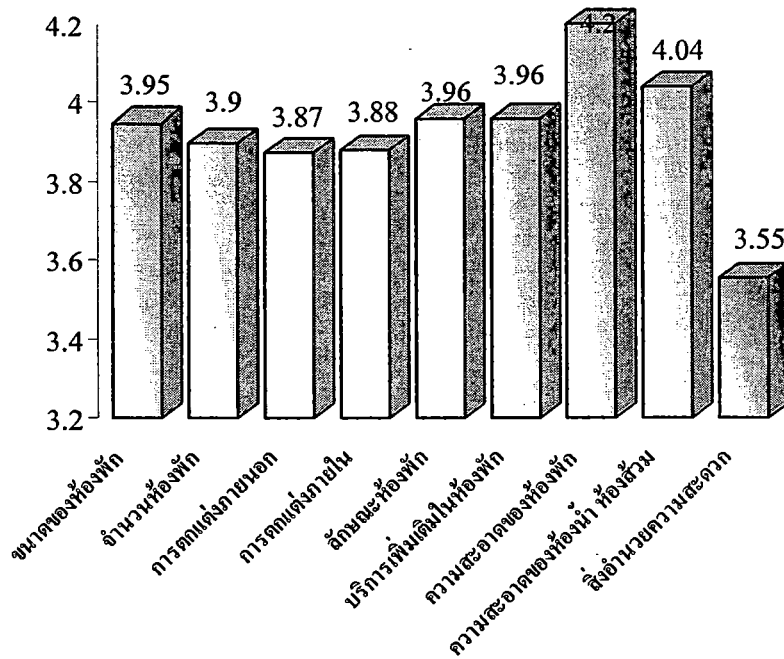
## 6. ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรมแบบโฮมสเตย์

### 6.1 ความพึงพอใจของผู้เข้าพักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม

ตารางที่ 4-36 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม

| ข้อคำถาม   | จำนวน | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-------|-----------|------|------------------|
| 1. ขนาดของห้องพัก  | 290   | 3.95      | 0.97 | มาก              |
| 2. จำนวนห้องพักมีเพียงพอ   | 283   | 3.90      | 0.97 | มาก              |
| 3. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์                       | 285   | 3.87      | 0.93 | มาก              |
| 4. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์                        | 283   | 3.88      | 0.92 | มาก              |
| 5. ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น                         | 285   | 3.96      | 0.95 | มาก              |
| 6. บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม                           | 282   | 3.96      | 1.01 | มาก              |
| 7. ความสะอาดของห้องพัก   | 299   | 4.20      | 0.84 | มาก              |
| 8. ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม                                    | 299   | 4.04      | 0.90 | มาก              |
| 9. สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า | 288   | 3.55      | 1.03 | มาก              |
| รวม  |       | 3.91      | 0.74 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ขนาดของห้องพัก จำนวนห้องพักมีเพียงพอ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายใน โฮมสเตย์ การตกแต่งที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ เช่นทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.04, 3.96, 3.96, 3.95, 3.90, 3.88, 3.87 และ 3.55 รวมความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มีคะแนนเฉลี่ย 3.91 ระดับความพึงพอใจมาก

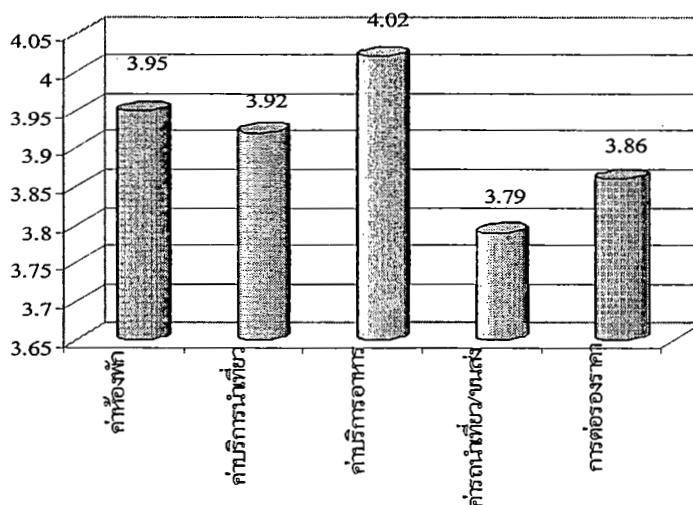


ภาพที่ 4-20 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์

ตารางที่ 4-37 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการโดยรวม

| ข้อคำถาม                     | จำนวน | $\bar{X}$   | SD          | ระดับความพึงพอใจ |
|------------------------------|-------|-------------|-------------|------------------|
| 1. ค่าห้องพัก                | 259   | 3.95        | 0.86        | มาก              |
| 2. ค่าบริการนำเที่ยว         | 249   | 3.92        | 0.93        | มาก              |
| 3. ค่าบริการอาหาร            | 255   | 4.02        | 0.83        | มาก              |
| 4. ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง | 234   | 3.79        | 0.91        | มาก              |
| 5. การต่อรองราคาค่าบริการ    | 224   | 3.86        | 0.86        | มาก              |
| <b>รวม</b>                   |       | <b>3.91</b> | <b>0.78</b> | <b>มาก</b>       |

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ได้แก่ ค่าบริการอาหาร ค่าห้องพัก ค่าบริการนำเที่ยว การต่อรองราคาค่าบริการ และ ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.02, 3.95, 3.92, 3.86 และ 3.79 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการมีคะแนนเฉลี่ย 3.91 ระดับความพึงพอใจมาก

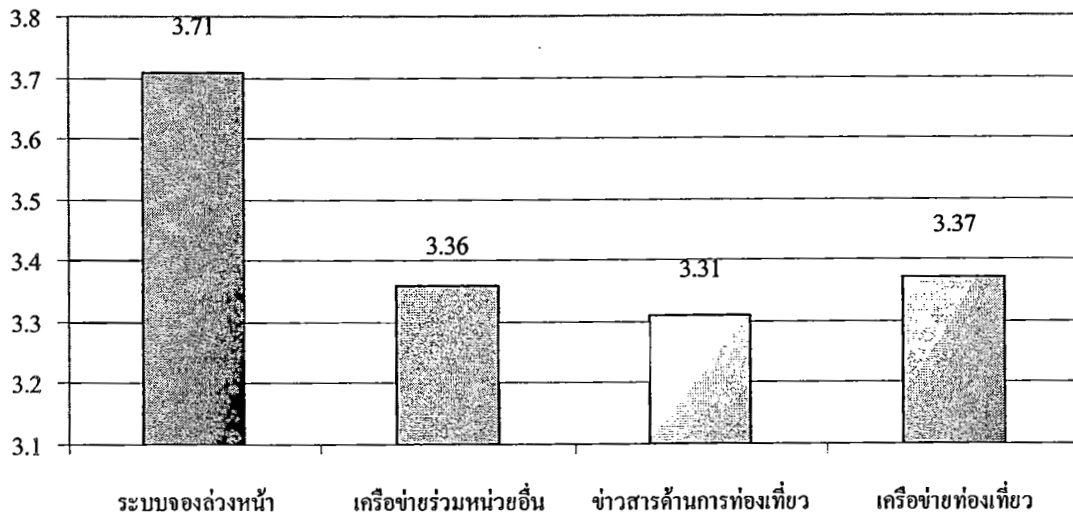


ภาพที่ 4-21 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ

ตารางที่ 4-38 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม

| ข้อความ  | จำนวน | $\bar{X}$   | SD          | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-------|-------------|-------------|------------------|
| 1. ระบบจองล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว    | 233   | 3.71        | 0.94        | มาก              |
| 2. เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท.              | 228   | 3.36        | 0.98        | ปานกลาง          |
| 3. การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ     | 235   | 3.31        | 1.01        | ปานกลาง          |
| 4. การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน | 228   | 3.37        | 0.98        | ปานกลาง          |
| <b>รวม</b>   |       | <b>3.52</b> | <b>0.88</b> | <b>มาก</b>       |

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อความ ระบบจองล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.71 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในข้อความ การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.37, 3.36 และ 3.31 ตามลำดับ รวมความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการมีคะแนนเฉลี่ย 3.52 ระดับความพึงพอใจมาก

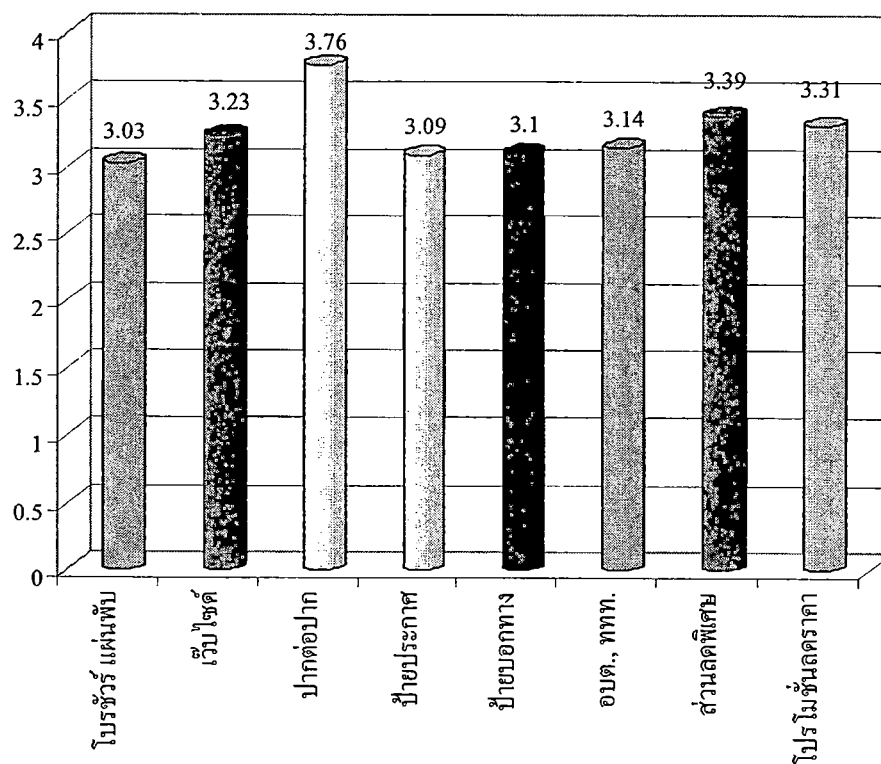


ภาพที่ 4-22 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ

ตารางที่ 4-39 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม

| ข้อความ  | จำนวน | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-------|-----------|------|------------------|
| 1. การโฆษณาทางโบรชัวร์ แผ่นพับ                             | 223   | 3.03      | 1.01 | ปานกลาง          |
| 2. เว็บไซต์  | 226   | 3.23      | 1.09 | ปานกลาง          |
| 3. การบอกเล่าแบบปากต่อปาก                                  | 250   | 3.76      | 0.95 | มาก              |
| 4. การติดป้ายประกาศ  | 222   | 3.09      | 0.92 | ปานกลาง          |
| 5. การติดป้ายบอกทาง  | 227   | 3.10      | 0.97 | ปานกลาง          |
| 6. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง<br>อบต. ททท.              | 230   | 3.14      | 1.07 | ปานกลาง          |
| 7. การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม                        | 211   | 3.39      | 1.05 | ปานกลาง          |
| 8. การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาล<br>และไม่ใช้ฤดูท่องเที่ยว | 205   | 3.31      | 0.97 | ปานกลาง          |
| รวม  |       | 3.37      | 0.88 | ปานกลาง          |

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อความ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.76 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในข้อความ การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช้ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อบต. ททท. การติดป้ายบอกทาง การติดป้ายประกาศ และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39, 3.31, 3.23, 3.14, 3.10, 3.09 และ 3.03 รวมความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีคะแนนเฉลี่ย 3.37 ระดับความพึงพอใจปานกลาง



ภาพที่ 4-23 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

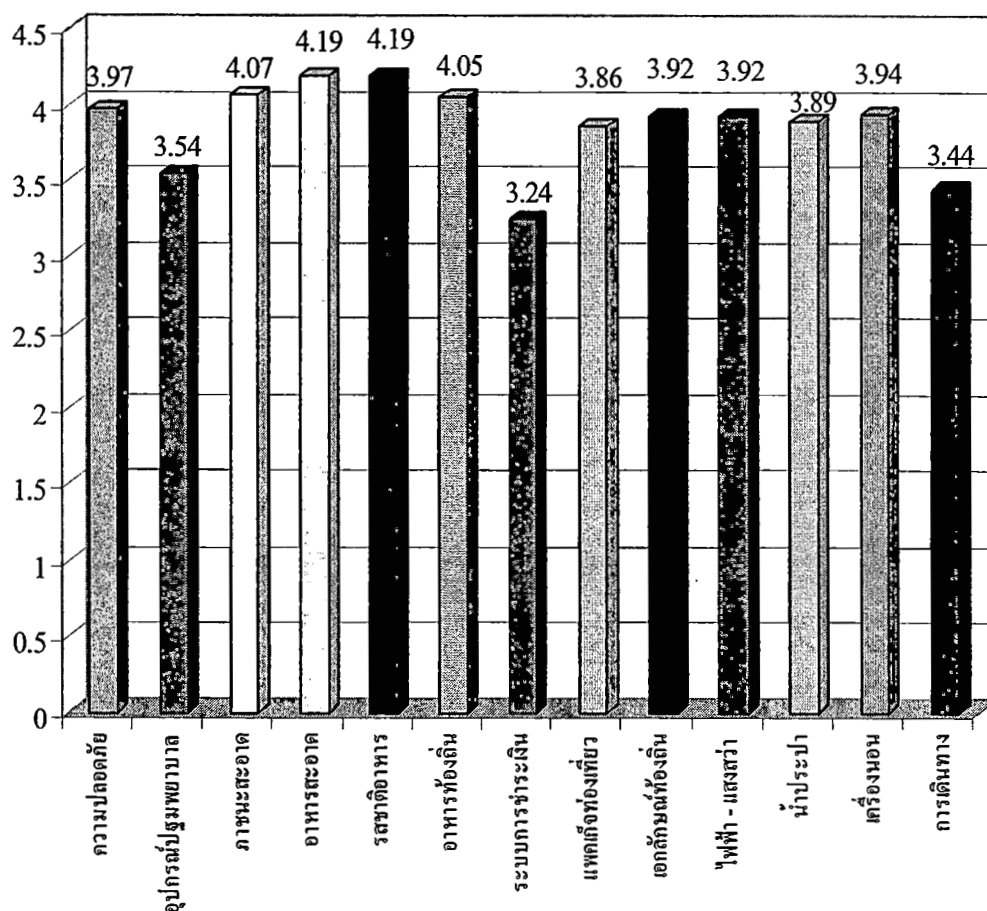
ตารางที่ 4-40 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม

| ข้อคำถาม  | จำนวน | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
|---|-------|-----------|------|------------------|
| 1. ความปลอดภัยของสถานที่พัก                             | 287   | 3.97      | 0.91 | มาก              |
| 2. มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น        | 266   | 3.54      | 1.03 | มาก              |
| 3. ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย  | 282   | 4.07      | 0.81 | มาก              |
| 4. อาหารมีความสะอาด                                     | 289   | 4.19      | 0.78 | มาก              |
| 5. อาหารมีรสชาติดี                                      | 295   | 4.19      | 0.85 | มาก              |
| 6. บริการอาหารท้องถิ่น                                  | 292   | 4.05      | 0.95 | มาก              |
| 7. มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก                 | 242   | 3.24      | 1.09 | ปานกลาง          |
| 8. มีบริการท่องเที่ยวแบบแพคเกจรวมที่พักนำเที่ยวและอาหาร | 259   | 3.86      | 1.00 | มาก              |
| 9. การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น                 | 282   | 3.92      | 0.92 | มาก              |
| 10. บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง                              | 285   | 3.92      | 0.93 | มาก              |

ตารางที่ 4-40 (ต่อ)

| ข้อความ                              | จำนวน | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
|--------------------------------------|-------|-----------|------|------------------|
| 11. บริการน้ำประปา                   | 286   | 3.89      | 0.90 | มาก              |
| 12. อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด | 292   | 3.94      | 0.92 | มาก              |
| 13. พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ | 287   | 3.44      | 1.10 | มาก              |
| รวม                                  |       | 3.87      | 0.68 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากในข้อความ อาหารมีความสะอาด อาหารมีรสชาติดี ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาด ถูกสุขอนามัย บริการอาหารท้องถิ่น ความปลอดภัยของสถานที่พัก อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง บริการน้ำประปา มีบริการท่องเที่ยวแบบแพคเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และพาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.19, 4.07, 4.05, 3.97, 3.94, 3.92, 3.92, 3.89, 3.86, 3.54 และ 3.44 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในข้อความ มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก 3.24 รวมความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ มีคะแนนเฉลี่ย 3.87 ระดับความพึงพอใจมาก



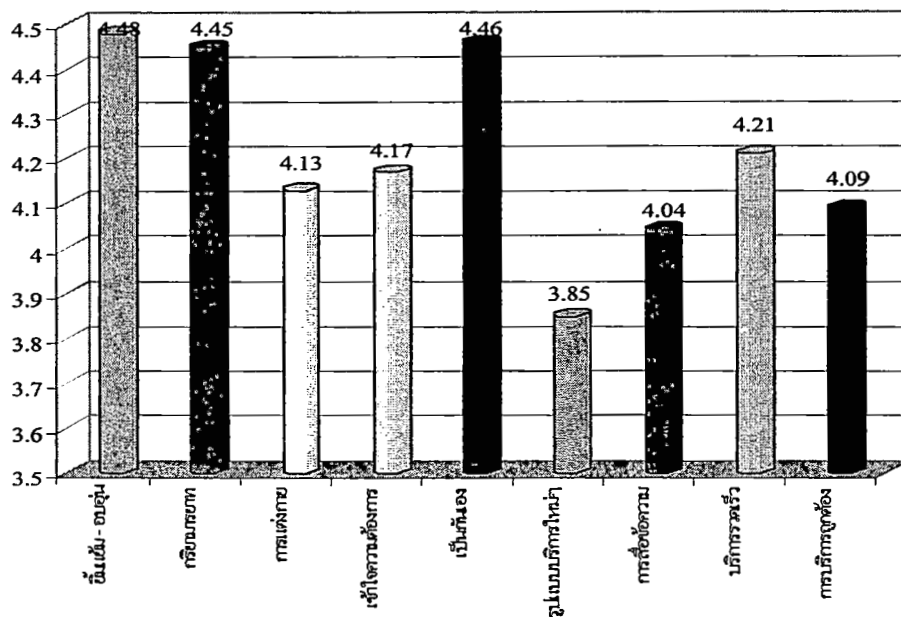
ภาพที่ 4-24 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ

ตารางที่ 4-41 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการโดยรวม

| ข้อคำถาม                                 | จำนวน | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-------|-----------|------|------------------|
| 1. ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น    | 297   | 4.48      | 0.73 | มากที่สุด        |
| 2. กริยามารยาทที่ดี                      | 288   | 4.45      | 0.71 | มากที่สุด        |
| 3. แต่งกายสะอาด                          | 286   | 4.13      | 0.85 | มาก              |
| 4. ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว | 280   | 4.17      | 0.85 | มาก              |
| 5. ความเป็นกันเอง เป็นมิตร               | 294   | 4.46      | 0.72 | มากที่สุด        |
| 6. การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ       | 275   | 3.85      | 0.93 | มาก              |
| 7. ความสามารถในการสื่อข้อความ            | 272   | 4.04      | 0.81 | มาก              |
| 8. ความรวดเร็วในการบริการ                | 273   | 4.21      | 0.80 | มากที่สุด        |
| 9. ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ          | 262   | 4.09      | 0.82 | มาก              |
| รวม                                      |       | 4.19      | 0.70 | มาก              |



ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ระดับมากที่สุดในข้อความ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ความเป็นกันเอง เป็นมิตร กริยามารยาทที่ดี และความรวดเร็วในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.48, 4.46, 4.45 และ 4.21 ตามลำดับ มีความพึงพอใจในระดับมากในข้อความ ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่งกายสะอาด ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.13, 4.09, 4.04 และ 3.85 ตามลำดับ

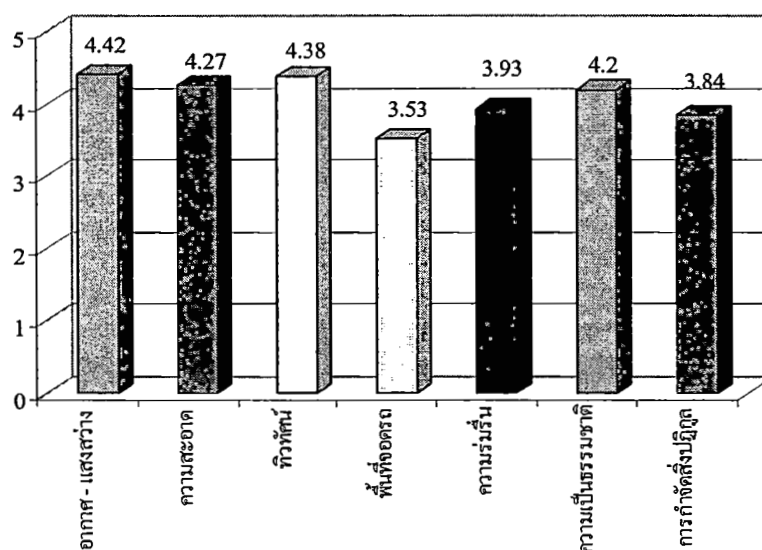


ภาพที่ 4-25 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4-42 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม

| ข้อความ   | จำนวน | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
|---|-------|-----------|------|------------------|
| 1. ทัศนียภาพที่สวยงาม และมีแสงสว่างส่องถึง          | 287   | 4.42      | 0.78 | มากที่สุด        |
| 2. สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด | 289   | 4.27      | 0.83 | มากที่สุด        |
| 3. ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก      | 289   | 4.38      | 0.77 | มากที่สุด        |
| 4. พื้นที่ยอดรถหรือลานจอดรถ                         | 282   | 3.53      | 1.13 | มาก              |
| 5. มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้                   | 284   | 3.93      | 1.01 | มาก              |
| 6. ความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง             | 287   | 4.20      | 0.86 | มาก              |
| 7. ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล              | 282   | 3.84      | 0.94 | มาก              |
| รวม   |       | 4.05      | 0.76 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก และสภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.42, 4.38 และ 4.27 ตามลำดับ มีระดับความพึงพอใจมากในข้อคำถาม มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 3.93, 3.84 และ 3.53 ตามลำดับ



ภาพที่ 4-26 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4-43 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม จำแนกตามเพศ

| ข้อคำถาม                                     | ชาย (n = 148) |      |                  | หญิง (n = 159) |      |                  |
|--|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ขนาดของห้องพัก                            | 4.09          | 0.89 | มาก              | 3.82           | 1.02 | มาก              |
| 2. จำนวนห้องพักมีเพียงพอ                     | 3.97          | 0.97 | มาก              | 3.83           | 0.97 | มาก              |
| 3. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ | 3.96          | 0.89 | มาก              | 3.77           | 0.97 | มาก              |
| 4. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์  | 3.97          | 0.89 | มาก              | 3.78           | 0.95 | มาก              |
| 5. ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น   | 4.03          | 0.98 | มาก              | 3.90           | 0.92 | มาก              |
| 7. ความสะอาดของห้องพัก                       | 4.29          | 0.82 | มากที่สุด        | 4.12           | 0.85 | มาก              |

ตารางที่ 4-43 (ต่อ)

| ข้อคำถาม   | ชาย (n = 148) |      |                  | หญิง (n = 159) |      |                  |
|--|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 8. ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม                                    | 4.17          | 0.79 | มาก              | 3.92           | 0.98 | มาก              |
| 9. สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า | 3.73          | 0.93 | มาก              | 3.37           | 1.10 | มาก              |
| รวม  | 4.02          | 0.69 | มาก              | 3.81           | 0.78 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.29 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ขนาดของห้องพัก ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.09, 4.03, 4.01, 3.97, 3.97, 3.96 และ 3.73

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากในทุกข้อคำถามตามลำดับ ดังนี้ ความสะอาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ ขนาดของห้องพัก การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.12, 3.92, 3.90, 3.90, 3.83, 3.82, 3.78, 3.77 และ 3.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-44 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการโดยรวม จำแนกตามเพศ

| ข้อคำถาม                     | ชาย (n = 148) |      |                  | หญิง (n = 159) |      |                  |
|------------------------------|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|
|                              | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ค่าห้องพัก                | 4.02          | 0.74 | มาก              | 3.88           | 0.95 | มาก              |
| 2. ค่าบริการน้ำเที่ยว        | 3.94          | 0.86 | มาก              | 3.89           | 1.01 | มาก              |
| 3. ค่าบริการอาหาร            | 4.02          | 0.74 | มาก              | 3.77           | 1.03 | มาก              |
| 4. ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง | 3.81          | 0.78 | มาก              | 3.77           | 1.03 | มาก              |

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

| ข้อคำถาม                  | ชาย (n = 148) |      |                      | หญิง (n = 159) |      |                      |
|---------------------------|---------------|------|----------------------|----------------|------|----------------------|
|                           | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
| 5. การต่อรองราคาค่าบริการ | 3.87          | 0.83 | มาก                  | 3.85           | 0.90 | มาก                  |
| รวม                       | 3.94          | 0.71 | มาก                  | 3.88           | 0.85 | มาก                  |

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถาม ตามลำดับ ดังนี้ ค่าห้องพัก ค่าบริการอาหาร ค่าบริการนำเที่ยว การต่อรองราคาค่าบริการ และ ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.02, 4.02, 3.94, 3.87 และ 3.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการนำเที่ยว ค่าห้องพัก การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการอาหาร และ ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.89, 3.88, 3.85, 3.77 และ 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-45 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม จำแนกตามเพศ

| ข้อคำถาม   | ชาย (n = 148) |      |                      | หญิง (n = 159) |      |                      |
|--|---------------|------|----------------------|----------------|------|----------------------|
|  | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
| 1. ระบบจองล่วงหน้าเพื่อ<br>ลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของ<br>นักท่องเที่ยว    | 3.74          | 0.92 | มาก                  | 3.69           | 0.96 | มาก                  |
| 2. เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ<br>เช่น บริษัททัวร์ ททท.                   | 3.34          | 0.91 | ปานกลาง              | 3.38           | 1.05 | ปานกลาง              |
| 3. การบริการข้อมูลข่าวสารด้าน<br>การท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของ<br>รัฐ     | 3.31          | 0.98 | ปานกลาง              | 3.32           | 1.05 | ปานกลาง              |
| 4. การสร้างเครือข่ายการบริการ<br>ท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ใน<br>ชุมชน | 3.41          | 0.96 | มาก                  | 3.32           | 1.00 | ปานกลาง              |
| รวม  | 3.51          | 0.85 | มาก                  | 3.53           | 0.90 | มาก                  |

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อคำถาม ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.74 และ 3.41 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.34 และ 3.31

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อคำถาม ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.69 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38, 3.32 และ 3.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-46 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม จำแนกตามเพศ

| ข้อคำถาม  | ชาย (n = 148) |      |                  | หญิง (n = 159) |      |                  |
|---|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|
|   | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. การโฆษณาทางโบรชัวร์ แผ่นพับ                          | 3.05          | 0.99 | ปานกลาง          | 3.01           | 1.04 | ปานกลาง          |
| 2. เว็บไซต์   | 3.20          | 1.06 | ปานกลาง          | 3.26           | 1.12 | ปานกลาง          |
| 3. การบอกเล่าแบบปากต่อปาก                               | 3.68          | 1.00 | มาก              | 3.82           | 0.89 | มาก              |
| 4. การติดป้ายประกาศ                                     | 3.03          | 0.89 | ปานกลาง          | 3.14           | 0.95 | ปานกลาง          |
| 5. การติดป้ายบอกทาง                                     | 3.02          | 0.96 | ปานกลาง          | 3.18           | 0.98 | ปานกลาง          |
| 6. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อปท. ททท.              | 3.06          | 1.07 | ปานกลาง          | 3.23           | 1.08 | ปานกลาง          |
| 7. การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม                     | 3.41          | 1.06 | มาก              | 3.37           | 1.04 | ปานกลาง          |
| 8. การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่อุตุท่องเที่ยว | 3.29          | 0.95 | ปานกลาง          | 3.34           | 0.98 | ปานกลาง          |
| รวม   | 3.31          | 0.87 | ปานกลาง          | 3.43           | 0.88 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก และการมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.68 และ 3.41 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาล

และไม่ใช้ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อปต. ททท. การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ การตีพิมพ์ประกาศ และการตีพิมพ์บอกทาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.29, 3.20, 3.06, 3.05, 3.03 และ 3.02 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อ คำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.82 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อ คำถาม การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช้ฤดู ท่องเที่ยว เว็บไซต์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อปต. ททท. การตีพิมพ์บอกทาง การตี พิมพ์ประกาศ และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.37, 3.34, 3.26, 3.23, 3.18, 3.14 และ 3.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-47 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม จำแนกตามเพศ

| ข้อคำถาม   | ชาย (n = 148) |      |                      | หญิง (n = 159) |      |                      |
|--|---------------|------|----------------------|----------------|------|----------------------|
|  | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
| 1. ความปลอดภัยของสถานที่พัก                              | 3.94          | 0.92 | มาก                  | 4.00           | 0.90 | มาก                  |
| 2. มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น         | 3.53          | 1.02 | มาก                  | 3.54           | 1.04 | มาก                  |
| 3. ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย   | 4.12          | 0.77 | มาก                  | 4.04           | 0.84 | มาก                  |
| 4. อาหารมีความสะอาด                                      | 4.24          | 0.71 | มากที่สุด            | 4.14           | 0.84 | มาก                  |
| 5. อาหารมีรสชาติดี                                       | 4.19          | 0.80 | มาก                  | 4.19           | 0.89 | มาก                  |
| 6. บริการอาหารท้องถิ่น                                   | 4.06          | 0.91 | มาก                  | 4.05           | 1.00 | มาก                  |
| 7. มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก                  | 3.18          | 1.05 | ปานกลาง              | 3.30           | 1.13 | ปานกลาง              |
| 8. มีบริการท่องเที่ยวแบบแพคเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร | 3.89          | 0.95 | มาก                  | 3.83           | 1.05 | มาก                  |
| 9. การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น                  | 3.92          | 0.92 | มาก                  | 3.92           | 0.92 | มาก                  |
| 10. บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง                               | 3.92          | 0.92 | มาก                  | 3.91           | 0.94 | มาก                  |
| 11. บริการน้ำประปา                                       | 3.90          | 0.89 | มาก                  | 3.95           | 0.94 | มาก                  |
| 12. อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด                     | 3.93          | 0.89 | มาก                  | 3.95           | 0.94 | มาก                  |
| 13. พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์                     | 3.38          | 1.07 | มาก                  | 3.50           | 1.13 | มาก                  |
| รวม  | 3.88          | 0.65 | มาก                  | 3.86           | 0.71 | มาก                  |

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุด ในข้อคำถาม อาหารมีความสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.24 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย บริการอาหารท้องถิ่น ความปลอดภัยของสถานที่พัก อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง บริการน้ำประปา มีบริการท่องเที่ยวแบบแพคเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และพาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.12, 4.06, 3.94, 3.93, 3.92, 3.92, 3.90, 3.89, 3.53 และ 3.38 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากในข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี อาหารมีความสะอาด บริการอาหารท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ความปลอดภัยของสถานที่พัก อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด บริการน้ำประปา การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการไฟฟ้า แสงสว่าง มีบริการท่องเที่ยวแบบแพคเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และพาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.14, 4.05, 4.04, 4.00, 3.95, 3.95, 3.92, 3.91, 3.83, 3.54 และ 3.50 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีระบบการชำระเงินวิธีต่างๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.30

ตารางที่ 4-48 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ โดยรวม จำแนกตามเพศ

| ข้อคำถาม                                 | ชาย (n = 148) |      |                  | หญิง (n = 159) |      |                  |
|--|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น    | 4.56          | 0.66 | มากที่สุด        | 4.41           | 0.79 | มากที่สุด        |
| 2. กริยามารยาทที่ดี                      | 4.51          | 0.67 | มากที่สุด        | 4.40           | 0.75 | มากที่สุด        |
| 3. แต่งกายสะอาด                          | 4.10          | 0.84 | มาก              | 4.15           | 0.86 | มาก              |
| 4. ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว | 4.18          | 0.83 | มาก              | 4.17           | 0.87 | มาก              |
| 5. ความเป็นกันเอง เป็นมิตร               | 4.48          | 0.68 | มากที่สุด        | 4.45           | 0.76 | มากที่สุด        |
| 6. การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ       | 3.82          | 0.89 | มาก              | 3.89           | 0.96 | มาก              |
| 7. ความสามารถในการสื่อข้อความ            | 4.02          | 0.80 | มาก              | 4.07           | 0.81 | มาก              |
| 8. ความรวดเร็วในการบริการ                | 4.19          | 0.78 | มาก              | 4.32           | 0.82 | มากที่สุด        |
| 9. ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ          | 4.03          | 0.82 | มาก              | 4.16           | 0.81 | มาก              |
| รวม                                      | 4.22          | 0.64 | มากที่สุด        | 4.17           | 0.80 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น กริยามารยาทที่ดี และความเป็นกันเอง เป็นมิตร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.56, 4.51 และ 4.48 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความรวดเร็วในการบริการ ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่งกายสะอาด ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.18, 4.10, 4.03, 4.02 และ 3.82 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ความเป็นกันเอง เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น กริยามารยาทที่ดี และความรวดเร็วในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.45, 4.41, 4.40 และ 4.32 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ แต่งกายสะอาด ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.16, 4.15, 4.07 และ 3.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-49 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม จำแนกตามเพศ

| ข้อคำถาม  | ชาย (n = 148) |             |                  | หญิง (n = 159) |             |                  |
|---|---------------|-------------|------------------|----------------|-------------|------------------|
|   | $\bar{X}$     | SD          | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD          | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง            | 4.49          | 0.69        | มากที่สุด        | 4.35           | 0.85        | มากที่สุด        |
| 2. สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด | 4.35          | 0.77        | มากที่สุด        | 4.20           | 0.87        | มาก              |
| 3. ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก      | 4.47          | 0.72        | มากที่สุด        | 4.29           | 0.81        | มากที่สุด        |
| 4. พื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ                         | 3.44          | 1.19        | มาก              | 3.62           | 1.06        | มาก              |
| 5. มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้                   | 3.96          | 1.00        | มาก              | 3.90           | 1.02        | มาก              |
| 6. มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง           | 4.26          | 0.81        | มากที่สุด        | 4.13           | 0.91        | มาก              |
| 7. ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล              | 3.91          | 0.91        | มาก              | 3.77           | 0.97        | มาก              |
| <b>รวม</b>  | <b>4.12</b>   | <b>0.66</b> | <b>มาก</b>       | <b>3.99</b>    | <b>0.84</b> | <b>มาก</b>       |

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวม



จากห้องพัก สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และมีความเป็น  
 ธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.49, 4.47, 4.35 และ 4.26 ตามลำดับ มี  
 ความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะ  
 และสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.96, 3.91 และ 3.44 ตามลำดับ  
 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมาก  
 ที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง และทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้  
 โดยรวมจากห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.35 และ 4.29 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม  
 สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่ง  
 ปรุงแต่ง มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอด  
 รถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.13, 3.90, 3.77 และ 3.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-50 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม จำแนกตามสถานภาพ  
 สมรส

| ข้อคำถาม   | โสด (n = 170) |      |                      | สมรส (n = 119) |      |                      | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                      |
|--|---------------|------|----------------------|----------------|------|----------------------|-------------------------|------|----------------------|
|  | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
| 1. ขนาดของห้องพัก                                    | 4.10          | 0.89 | มาก                  | 3.70           | 1.01 | มาก                  | 4.12                    | 1.11 | มาก                  |
| 2. จำนวนห้องพักมี<br>เพียงพอ                         | 4.02          | 0.93 | มาก                  | 3.68           | 1.00 | มาก                  | 4.12                    | 0.93 | มาก                  |
| 3. การตกแต่งและ<br>ออกแบบที่สวยงาม<br>ภายนอกโฮมสเตย์ | 3.99          | 0.89 | มาก                  | 3.66           | 0.96 | มาก                  | 4.00                    | 1.03 | มาก                  |
| 4. การตกแต่งและ<br>ออกแบบที่สวยงาม<br>ภายในโฮมสเตย์  | 3.99          | 0.89 | มาก                  | 3.71           | 0.98 | มาก                  | 3.88                    | 0.81 | มาก                  |
| 5. ห้องพักแสดง<br>ความเป็นเอกลักษณ์<br>ของท้องถิ่น   | 3.96          | 0.96 | มาก                  | 3.94           | 0.98 | มาก                  | 4.13                    | 0.72 | มาก                  |
| 6. บริการเพิ่มเติมใน<br>ห้องพัก เช่น น้ำดื่ม         | 4.04          | 0.99 | มาก                  | 3.83           | 1.04 | มาก                  | 4.00                    | 0.97 | มาก                  |
| 7. ความสะอาดของ<br>ห้องพัก                           | 4.24          | 0.80 | มากที่สุด            | 4.15           | 0.88 | มาก                  | 4.24                    | 0.90 | มากที่สุด            |

ตารางที่ 4-50 (ต่อ)

| ข้อคำถาม  | โสด (n = 170) |      |                  | สมรส (n = 119) |      |                  | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                  |
|---|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|-------------------------|------|------------------|
|   | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 8. ความสะอาดของ<br>ห้องน้ำ ห้องส้วม   | 4.13          | 0.84 | มาก              | 3.95           | 0.98 | มาก              | 3.83                    | 0.92 | มาก              |
| 9. สิ่งอำนวยความสะดวก<br>ของที่พักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ เช่น<br>ทีวี ตู้เสื้อผ้า | 3.67          | 0.98 | มาก              | 3.39           | 1.10 | ปานกลาง          | 3.44                    | 0.96 | มาก              |
| รวม   | 4.02          | 0.7  | มาก              | 3.78           | 0.77 | มาก              | 3.82                    | 0.82 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.24 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ขนาดของห้องพัก บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.13, 4.10, 4.04, 4.02, 3.99, 3.99, 3.96 และ 3.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ระดับมากในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ ขนาดของห้องพัก จำนวนห้องพักมีเพียงพอ และการตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.15, 3.95, 3.94, 3.83, 3.71, 3.70, 3.68 และ 3.66 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.24 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ขนาดของห้องพัก จำนวนห้องพักมีเพียงพอ บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม และ

สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.13, 4.12, 4.12, 4.00, 4.00, 3.88, 3.83 และ 3.44

ตารางที่ 4-51 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส

| ข้อคำถาม                     | โสด (n = 170) |      |                  | สมรส (n = 119) |      |                  | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                  |
|------------------------------|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|-------------------------|------|------------------|
|                              | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ค่าห้องพัก                | 3.89          | 0.87 | มาก              | 3.96           | 0.82 | มาก              | 4.38                    | 0.81 | มากที่สุด        |
| 2. ค่าบริการนำเที่ยว         | 3.92          | 0.92 | มาก              | 3.89           | 0.97 | มาก              | 4.14                    | 0.86 | มาก              |
| 3. ค่าบริการอาหาร            | 3.94          | 0.85 | มาก              | 4.09           | 0.79 | มาก              | 4.35                    | 0.79 | มากที่สุด        |
| 4. ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง | 3.77          | 0.89 | มาก              | 3.80           | 0.97 | มาก              | 4.00                    | 0.82 | มาก              |
| 5. การต่อรองราคาค่าบริการ    | 3.90          | 0.83 | มาก              | 3.84           | 0.84 | มาก              | 3.57                    | 1.22 | มาก              |
| รวม                          | 3.87          | 0.80 | มาก              | 3.94           | 0.75 | มาก              | 4.13                    | 0.79 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าบริการนำเที่ยว การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าห้องพัก และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.94, 3.92, 3.90, 3.89 และ 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าห้องพัก ค่าบริการนำเที่ยว การต่อรองราคาค่าบริการ และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09, 3.96, 3.89, 3.84 และ 3.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/สมรส มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ค่าห้องพัก และค่าบริการอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.38 และ 4.35 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง และการต่อรองราคาค่าบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.14, 4.00 และ 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-52 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| ข้อคำถาม  | โสด (n = 170) |      |                  | สมรส (n = 119) |      |                  | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                  |
|---|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|-------------------------|------|------------------|
|   | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ระบบของล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว | 3.79          | 0.93 | มาก              | 3.57           | 0.91 | มาก              | 3.77                    | 1.17 | มาก              |
| 2. เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท.                       | 3.46          | 0.94 | มาก              | 3.25           | 1.02 | ปานกลาง          | 2.91                    | 1.14 | ปานกลาง          |
| 3. การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ              | 3.40          | 1.00 | ปานกลาง          | 3.21           | 1.04 | ปานกลาง          | 3.10                    | 0.88 | ปานกลาง          |
| 4. การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน          | 3.44          | 0.99 | มาก              | 3.30           | 0.95 | ปานกลาง          | 3.00                    | 1.00 | ปานกลาง          |
| รวม   | 3.58          | 0.86 | มาก              | 3.41           | 0.87 | มาก              | 3.62                    | 1.08 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อคำถาม ระบบของล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.79, 3.46 และ 3.44 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อคำถาม ระบบของล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.57 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.30, 3.25 และ 3.21 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมากในข้อคำถาม ระบบของล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.77 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การบริการข้อมูล

ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.10, 3.00 และ 2.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-53 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| ข้อคำถาม   | โสด (n = 170) |             |                  | สมรส (n = 119) |             |                  | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |             |                  |
|--|---------------|-------------|------------------|----------------|-------------|------------------|-------------------------|-------------|------------------|
|  | $\bar{X}$     | SD          | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD          | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD          | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. การโฆษณาทางโบรชัวร์ แผ่นพับ                         | 3.07          | 1.02        | ปานกลาง          | 2.99           | 0.98        | ปานกลาง          | 2.83                    | 1.19        | ปานกลาง          |
| 2. เว็บไซต์  | 3.21          | 1.01        | ปานกลาง          | 3.23           | 1.20        | ปานกลาง          | 3.46                    | 1.27        | มาก              |
| 3. การบอกเล่าแบบปากต่อปาก                              | 3.82          | 0.93        | มาก              | 3.62           | 0.97        | มาก              | 3.93                    | 1.00        | มาก              |
| 4. การติดป้ายประกาศ                                    | 3.16          | 0.94        | ปานกลาง          | 3.00           | 0.84        | ปานกลาง          | 2.82                    | 1.17        | ปานกลาง          |
| 5. การติดป้ายบอกทาง                                    | 3.17          | 0.94        | ปานกลาง          | 2.99           | 0.95        | ปานกลาง          | 3.00                    | 1.35        | ปานกลาง          |
| 6. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อบต. ททท.              | 3.14          | 1.06        | ปานกลาง          | 3.12           | 1.11        | ปานกลาง          | 3.33                    | 1.16        | ปานกลาง          |
| 7. การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม                    | 3.48          | 1.02        | มาก              | 3.25           | 1.04        | ปานกลาง          | 3.08                    | 1.31        | ปานกลาง          |
| 8. การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว | 3.38          | 0.99        | ปานกลาง          | 3.21           | 0.86        | ปานกลาง          | 3.10                    | 1.29        | ปานกลาง          |
| <b>รวม</b>   | <b>3.40</b>   | <b>0.84</b> | <b>ปานกลาง</b>   | <b>3.31</b>    | <b>0.88</b> | <b>ปานกลาง</b>   | <b>3.52</b>             | <b>1.15</b> | <b>มาก</b>       |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก และการมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.82 และ 3.48 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การติดป้ายบอกทาง การติดป้ายประกาศ

การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อบต. ททท. และการโฆษณาทางโบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38, 3.21, 3.17, 3.16, 3.14 และ 3.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.62 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม เว็บไซต์ การโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช้ฤดูท่องเที่ยว การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อบต. ททท. การติดป้ายประกาศ การติดป้ายบอกทาง และการโฆษณาทางโบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.25, 3.23, 3.21, 3.12, 3.00, 2.99 และ 2.99 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก และเว็บไซต์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.93 และ 3.46 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อบต. ททท. การโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช้ฤดูท่องเที่ยว การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การติดป้ายบอกทาง การโฆษณาทางโบรชัวร์ แผ่นพับ และการติดป้ายประกาศ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.33, 3.10, 3.08, 3.00, 2.83 และ 2.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-54 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| ข้อคำถาม   | โสด (n = 170) |      |                  | สมรส (n = 119) |      |                  | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                  |
|--|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|-------------------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$     | D    | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ความปลอดภัยของสถานที่พัก                            | 3.99          | 0.85 | มาก              | 3.92           | 0.98 | มาก              | 4.17                    | 1.04 | มาก              |
| 2. มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น       | 3.58          | 1.08 | มาก              | 3.44           | 0.96 | มาก              | 3.75                    | 0.93 | มาก              |
| 3. ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย | 4.07          | 0.80 | มาก              | 4.07           | 0.82 | มาก              | 4.17                    | 0.86 | มาก              |
| 4. อาหารมีความสะอาด                                    | 4.15          | 0.78 | มาก              | 4.26           | 0.68 | มากที่สุด        | 4.12                    | 1.22 | มาก              |

ตารางที่ 4.54 (ต่อ)

| ข้อความ   | โสด (n = 170) |      |                      | สมรส (n = 119) |      |                      | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                      |
|---|---------------|------|----------------------|----------------|------|----------------------|-------------------------|------|----------------------|
|   | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
| 5. อาหารมีรสชาติดี  | 4.13          | 0.90 | มาก                  | 4.26           | 0.79 | มากที่สุด            | 4.28                    | 0.75 | มากที่สุด            |
| 6. บริการอาหาร<br>ท้องถิ่น  | 3.98          | 0.98 | มาก                  | 4.14           | 0.93 | มาก                  | 4.17                    | 0.99 | มาก                  |
| 7. มีระบบการ<br>ชำระเงินวิธีต่าง ๆ<br>ให้เลือก                      | 3.32          | 1.07 | ปานกลาง              | 3.14           | 1.07 | ปานกลาง              | 2.92                    | 1.38 | ปานกลาง              |
| 8. มีบริการ<br>ท่องเที่ยวแบบ<br>แพคเกจรวมที่พัก<br>นำเที่ยวและอาหาร | 3.86          | 0.99 | มาก                  | 3.83           | 0.99 | มาก                  | 4.00                    | 1.10 | มาก                  |
| 9. การบริการที่เป็น<br>เอกลักษณ์ของ<br>ท้องถิ่น                     | 3.92          | 0.96 | มาก                  | 3.91           | 0.87 | มาก                  | 4.07                    | 0.88 | มาก                  |
| 10. บริการไฟฟ้า-<br>แสงสว่าง  | 4.00          | 0.83 | มาก                  | 3.81           | 1.02 | มาก                  | 3.81                    | 1.17 | มาก                  |
| 11. บริการ<br>น้ำประปา  | 3.96          | 0.85 | มาก                  | 3.77           | 0.95 | มาก                  | 4.00                    | 1.06 | มาก                  |
| 12. อุปกรณ์เครื่อง<br>นอนเพียงพอและ<br>สะอาด                        | 3.94          | 0.91 | มาก                  | 3.91           | 0.95 | มาก                  | 4.06                    | 0.80 | มาก                  |
| 13. พาหนะในการ<br>เดินทางเข้าถึง<br>โฮมสเตย์                        | 3.59          | 1.04 | มาก                  | 3.24           | 1.17 | ปานกลาง              | 3.40                    | 1.12 | ปานกลาง              |
| รวม   | 3.90          | 0.70 | มาก                  | 3.83           | 0.65 | มาก                  | 3.95                    | 0.75 | มาก                  |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากในข้อความ อาหารมีความสะอาด อาหารมีรสชาติดี ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย บริการไฟฟ้า - แสงสว่าง ความปลอดภัยของสถานที่พัก

บริการอาหารท้องถิ่น บริการน้ำประปา อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.15, 4.13, 4.07, 4.00, 3.99, 3.98, 3.96, 3.94, 3.92, 3.86, 3.59 และ 3.58 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการต่าง ๆ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม อาหารมีความสะอาด และอาหารมีรสชาติดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.26 เท่า ๆ กัน มีระดับความพึงพอใจมากในข้อคำถาม บริการอาหารท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้ในครัว และรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ความปลอดภัยของสถานที่พัก อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร บริการไฟฟ้า-แสงสว่าง บริการน้ำประปา และมีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.14, 4.07, 3.92, 3.91, 3.91, 3.83, 3.81, 3.77 และ 3.44 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.24 และ 3.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการต่าง ๆ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.28 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม บริการอาหารท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย และความปลอดภัยของสถานที่พัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17 เท่า ๆ กัน อาหารมีความสะอาด การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร บริการน้ำประปา บริการไฟฟ้า-แสงสว่าง และมีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.12, 4.07, 4.06, 4.00, 4.00, 3.81 และ 3.75 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.40 และ 2.92

ตารางที่ 4-55 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| ข้อคำถาม                            | โสด (n = 170) |      |                  | สมรส (n = 119) |      |                  | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                  |
|-------------------------------------|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|-------------------------|------|------------------|
|                                     | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ยืมเข็มฉีดยา ให้การต้อนรับอบอุ่น | 4.49          | 0.72 | มากที่สุด        | 4.48           | 0.73 | มากที่สุด        | 4.33                    | 0.84 | มากที่สุด        |



ตารางที่ 4-55 (ต่อ)

| ข้อคำถาม                                     | โสด (n = 170) |      |                  | สมรส (n = 119) |      |                  | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                  |
|--|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|-------------------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 2. กริยามารยาทที่ดี                          | 4.46          | 0.69 | มากที่สุด        | 4.46           | 0.72 | มากที่สุด        | 4.35                    | 0.86 | มากที่สุด        |
| 3. แต่งกายสะอาด                              | 4.22          | 0.81 | มากที่สุด        | 4.00           | 0.88 | มาก              | 4.06                    | 0.93 | มาก              |
| 4. ความเข้าใจความต้องการของ<br>นักท่องเที่ยว | 4.19          | 0.86 | มาก              | 4.13           | 0.83 | มาก              | 4.27                    | 0.96 | มากที่สุด        |
| 5. ความเป็นกันเอง<br>เป็นมิตร                | 4.50          | 0.68 | มากที่สุด        | 4.41           | 0.77 | มากที่สุด        | 4.44                    | 0.81 | มากที่สุด        |
| 6. การสร้างสรรค์<br>รูปแบบบริการ<br>ใหม่ๆ    | 3.85          | 0.98 | มาก              | 3.83           | 0.86 | มาก              | 4.15                    | 0.90 | มาก              |
| 7. ความสามารถในการ<br>สื่อข้อความ            | 4.08          | 0.80 | มาก              | 3.96           | 0.81 | มาก              | 4.29                    | 0.83 | มากที่สุด        |
| 8. ความรวดเร็วใน<br>การบริการ                | 4.24          | 0.76 | มากที่สุด        | 4.17           | 0.82 | มาก              | 4.19                    | 0.98 | มาก              |
| 9. ความถูกต้อง<br>รอบคอบในการ<br>บริการ      | 4.15          | 0.85 | มาก              | 3.99           | 0.76 | มาก              | 4.20                    | 0.86 | มาก              |
| รวม  | 4.24          | 0.70 | มากที่สุด        | 4.14           | 0.68 | มาก              | 4.16                    | 0.89 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ระดับมากที่สุด ในข้อคำถาม ความเป็นกันเอง เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่นกริยามารยาทที่ดี ความรวดเร็วในการบริการ และแต่งกายสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50, 4.49, 4.46, 4.24 และ 4.22 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.15, 4.08 และ 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจด้านผู้บริการ ระดับมากที่สุด ในข้อคำถาม ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น กริยามารยาทที่ดี และความเป็นกันเอง เป็นมิตร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.48, 4.46 และ 4.41 ตามลำดับ มีความพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความรวดเร็วในการบริการ ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่งกายสะอาด ความถูกต้องรอบคอบใน

การบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.13, 4.00, 3.99, 3.96 และ 3.83 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ความเป็นกันเอง เป็นมิตร กริยามารยาทที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ความสามารถในการสื่อข้อความ และความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.44, 4.35, 4.33, 4.29 และ 4.27 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความรวดเร็วในการบริการ การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ และแต่งกายสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.19, 4.15 และ 4.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-56 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| ข้อคำถาม  | โสด (n = 170) |      |                  | สมรส (n = 119) |      |                  | หม้าย/หย่าร้าง (n = 19) |      |                  |
|---|---------------|------|------------------|----------------|------|------------------|-------------------------|------|------------------|
|   | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$               | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง              | 4.49          | 0.74 | มากที่สุด        | 4.31           | 0.85 | มากที่สุด        | 4.56                    | 0.63 | มากที่สุด        |
| 2. สภาพแวดล้อม บริเวณภายในและ บริเวณโดยรอบมีความสะอาด | 4.36          | 0.76 | มากที่สุด        | 4.15           | 0.89 | มาก              | 4.13                    | 0.96 | มาก              |
| 3. ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวม จากห้องพัก       | 4.40          | 0.75 | มากที่สุด        | 4.35           | 0.79 | มากที่สุด        | 4.44                    | 0.81 | มากที่สุด        |
| 4. พื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ                           | 3.74          | 1.02 | มาก              | 3.18           | 1.20 | ปานกลาง          | 3.73                    | 1.03 | มาก              |
| 5. มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้                     | 4.06          | 0.98 | มาก              | 3.76           | 1.03 | มาก              | 3.88                    | 0.96 | มาก              |
| 6. มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง             | 4.23          | 0.88 | มากที่สุด        | 4.14           | 0.83 | มาก              | 4.25                    | 0.93 | มากที่สุด        |
| 7. ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล                | 3.97          | 0.93 | มาก              | 3.64           | 0.91 | มาก              | 3.86                    | 1.10 | มาก              |
| รวม   | 4.17          | 0.74 | มาก              | 3.89           | 0.75 | มาก              | 4.04                    | 0.80 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และมีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.49, 4.40, 4.36 และ 4.23 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้ง และกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.06, 3.97 และ 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก และอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.35 และ 4.31 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ และระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.15, 4.14, 3.76 และ 3.64 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม พื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก และมีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.56, 4.44 และ 4.25 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.13, 3.88, 3.86 และ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-57 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ข้อคำถาม                                     | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      |                  | ม.ปลาย / ปวช. |      |                  | อนุปริญญา / ปวส. |      |                  | ปริญญาตรี |      |                  | สูงกว่าปริญญาตรี |      |                  |
|--|----------------|------|------------------|---------------|------|------------------|------------------|------|------------------|-----------|------|------------------|------------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$        | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$        | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ขนาดของห้องพัก                            | 3.64           | 1.13 | มาก              | 3.84          | 1.16 | มาก              | 3.98             | 0.96 | มาก              | 4.05      | 0.84 | มาก              | 4.00             | 0.92 | มาก              |
| 2. จำนวนห้องพักมีเพียงพอ                     | 3.57           | 1.12 | มาก              | 3.83          | 1.10 | มาก              | 3.95             | 1.00 | มาก              | 3.93      | 0.88 | มาก              | 4.08             | 0.89 | มาก              |
| 3. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ | 3.54           | 0.92 | มาก              | 3.86          | 1.05 | มาก              | 3.85             | 1.11 | มาก              | 3.98      | 0.84 | มาก              | 3.93             | 0.89 | มาก              |
| 4. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์  | 3.68           | 1.15 | มาก              | 3.98          | 1.00 | มาก              | 4.03             | 1.04 | มาก              | 3.89      | 0.79 | มาก              | 3.76             | 0.92 | มาก              |
| 5. ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น   | 3.94           | 1.07 | มาก              | 3.91          | 1.07 | มาก              | 4.21             | 0.84 | มากที่สุด        | 4.00      | 0.89 | มาก              | 3.71             | 0.98 | มาก              |
| 6. บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม     | 3.55           | 1.20 | มาก              | 3.93          | 1.03 | มาก              | 4.22             | 0.99 | มากที่สุด        | 3.94      | 0.96 | มาก              | 4.10             | 0.92 | มาก              |
| 7. ความสะอาดของห้องพัก                       | 3.97           | 0.96 | มาก              | 4.09          | 0.89 | มาก              | 4.26             | 1.04 | มากที่สุด        | 4.27      | 0.74 | มากที่สุด        | 4.29             | 0.71 | มากที่สุด        |

| ข้อความ   | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      |                      | ม.ปลาย / ปวช. |      |                      | อนุปริญญา / ปวส. |      |                      | ปริญญาตรี |      |                      | สูงกว่าปริญญาตรี |      |                      |
|---|----------------|------|----------------------|---------------|------|----------------------|------------------|------|----------------------|-----------|------|----------------------|------------------|------|----------------------|
|   | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$     | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$        | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$        | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
| 8. ความสะอาดของ<br>ห้องน้ำ ห้องส้วม   | 3.70           | 1.15 | มาก                  | 3.98          | 0.91 | มาก                  | 4.07             | 0.97 | มาก                  | 4.14      | 0.83 | มาก                  | 4.07             | 0.78 | มาก                  |
| 9. สิ่งอำนวยความสะดวก<br>ของที่พักแรม<br>แบบโฮมสเตย์ เช่น<br>ทีวี ตู้เสื้อผ้า | 3.19           | 1.08 | ปานกลาง              | 3.19          | 1.29 | ปานกลาง              | 3.85             | 1.06 | มาก                  | 3.60      | 0.93 | มาก                  | 3.69             | 0.84 | มาก                  |
| รวม   | 3.58           | 0.91 | มาก                  | 3.86          | 0.82 | มาก                  | 4.01             | 0.84 | มาก                  | 3.98      | 0.64 | มาก                  | 3.95             | 0.62 | มาก                  |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม การออกแบบและตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ขนาดของห้องพัก จำนวนห้องพักมีเพียงพอ บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.97, 3.94, 3.70, 3.68, 3.64, 3.57, 3.55 และ 3.54 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม การออกแบบและตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ขนาดของห้องพัก และจำนวนห้องพักมีเพียงพอ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09, 3.98, 3.98, 3.93, 3.91, 3.86, 3.84 และ 3.83 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม และห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.26, 4.22 และ 4.21 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม การออกแบบและตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ขนาดของห้องพัก จำนวนห้องพักมีเพียงพอ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.07, 4.03, 3.98, 3.95, 3.85 และ 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.27 มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ขนาดของห้องพัก ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอก โฮมสเตย์ บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.14, 4.05, 4.00, 3.98, 3.94, 3.93, 3.89 และ 3.60 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุด ในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.29

มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ขนาดของห้องพัก การออกแบบและตกแต่งที่สวยงามทั้ง ภายนอกและภายในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรแรมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.10, 4.08, 4.07, 4.00, 3.93, 3.76, 3.71 และ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-58 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการโดยรวม จำนวนกตามระดับการศึกษา

| ข้อคำถาม                     | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      | ม.ปลาย / ปวช.    |           | อนุปริญญา / ปวส. |                  | ปริญญาตรี |      | สูงกว่าปริญญาตรี |           |      |                  |      |      |           |
|------------------------------|----------------|------|------------------|-----------|------------------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|------|------|-----------|
|                              | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD               | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |      |      |           |
| 1. ค่าห้องพัก                | 3.81           | 0.87 | มาก              | 3.92      | 0.92             | มาก              | 3.95      | 0.78 | มาก              | 3.93      | 0.85 | มาก              | 4.08 | 0.88 | มาก       |
| 2. ค่าบริการน้ำดื่ม          | 3.90           | 0.85 | มาก              | 3.69      | 1.04             | มาก              | 4.00      | 0.99 | มาก              | 3.95      | 0.87 | มาก              | 3.94 | 1.04 | มาก       |
| 3. ค่าบริการอาหาร            | 3.95           | 0.72 | มาก              | 4.00      | 0.88             | มาก              | 4.00      | 0.84 | มาก              | 3.97      | 0.86 | มาก              | 4.24 | 0.72 | มากที่สุด |
| 4. ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง | 3.58           | 0.77 | มาก              | 3.50      | 0.98             | มาก              | 3.91      | 0.89 | มาก              | 3.83      | 0.86 | มาก              | 3.89 | 1.05 | มาก       |
| 5. การต่อรองราคาค่าบริการ    | 3.59           | 0.62 | มาก              | 3.75      | 0.88             | มาก              | 3.97      | 0.86 | มาก              | 3.89      | 0.84 | มาก              | 3.89 | 0.99 | มาก       |
| รวม                          | 3.81           | 0.66 | มาก              | 3.82      | 0.87             | มาก              | 3.93      | 0.88 | มาก              | 3.91      | 0.76 | มาก              | 4.02 | 0.72 | มาก       |



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าบริการนำเที่ยว ค่าห้องพัก การต่อรองราคาค่าบริการ และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.95, 3.90, 3.81, 3.59 และ 3.58 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าห้องพัก การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการนำเที่ยว และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00, 3.92, 3.75, 3.69 และ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวศ. มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าบริการนำเที่ยว การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าห้องพัก และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00, 4.00, 3.97, 3.95 และ 3.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าบริการนำเที่ยว ค่าห้องพัก การต่อรองราคาค่าบริการ และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.97, 3.95, 3.93, 3.89 และ 3.83 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม ค่าบริการอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.24 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ค่าห้องพัก ค่าบริการนำเที่ยว การต่อรองราคาค่าบริการ และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.08, 3.94, 3.89 และ 3.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-59 ความพึงพอใจด้านช่องทางบริการให้บริการโดยรวม จำนวนตามระดับการศึกษา

| ข้อคำถาม   | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      | ม.ปลาย / ปวช.    |           | อนุปริญญา / ปวส. |                  | ปริญญาตรี |      | สูงกว่าปริญญาตรี |           |      |                  |      |      |         |
|--|----------------|------|------------------|-----------|------------------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|------|------|---------|
|  | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD               | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |      |      |         |
| 1. ระบบของดวงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว   | 3.28           | 1.07 | ปานกลาง          | 3.63      | 0.83             | มาก              | 3.74      | 1.02 | มาก              | 3.82      | 0.83 | มาก              | 3.61 | 1.13 | มาก     |
| 2. เครื่องข่ายกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท.           | 3.13           | 1.36 | ปานกลาง          | 3.16      | 1.02             | ปานกลาง          | 3.43      | 0.86 | มาก              | 3.51      | 0.89 | มาก              | 3.09 | 1.10 | ปานกลาง |
| 3. การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ   | 3.05           | 1.24 | ปานกลาง          | 3.34      | 1.06             | ปานกลาง          | 3.59      | 0.98 | มาก              | 3.36      | 0.93 | ปานกลาง          | 3.03 | 1.08 | ปานกลาง |
| 4. การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพต่างๆ ในชุมชน | 3.18           | 1.24 | ปานกลาง          | 3.28      | 1.11             | ปานกลาง          | 3.46      | 1.00 | มาก              | 3.45      | 0.87 | มาก              | 3.18 | 1.04 | ปานกลาง |
| รวม  | 3.35           | 0.99 | ปานกลาง          | 3.50      | 0.90             | มาก              | 3.67      | 0.94 | มาก              | 3.56      | 0.80 | มาก              | 3.33 | 0.95 | ปานกลาง |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับปานกลางในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ระบบจองล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.28, 3.18, 3.13 และ 3.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อคำถาม ระบบจองล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.63 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.34, 3.28 และ 3.16 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ระบบจองล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.74, 3.59, 3.46 และ 3.43 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อคำถาม ระบบจองล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.82, 3.51 และ 3.45 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ ระดับมากในข้อคำถาม ระบบจองล่งหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.61 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.18, 3.09 และ 3.03 ตามลำดับ

## ตารางที่ 4-60 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ข้อคำถาม   | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      | ม.ปลาย/ปวช.      |           | อนุปริญญา/ปวส. |                  | ปริญญาตรี |      | สูงกว่าปริญญาตรี |           |      |                  |
|--|----------------|------|------------------|-----------|----------------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD             | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. การโฆษณาทางโทรทัศน์                                     | 2.65           | 1.00 | ปานกลาง          | 2.97      | 1.12           | ปานกลาง          | 3.37      | 0.81 | ปานกลาง          | 3.11      | 0.97 | ปานกลาง          |
| 2. เว็บไซต์  | 3.12           | 1.41 | ปานกลาง          | 3.18      | 1.11           | ปานกลาง          | 3.50      | 0.90 | มาก              | 3.28      | 1.04 | ปานกลาง          |
| 3. การบอกเล่าแบบปากต่อปาก                                  | 3.33           | 1.17 | ปานกลาง          | 3.64      | 1.05           | มาก              | 3.74      | 0.89 | มาก              | 3.85      | 0.87 | มาก              |
| 4. การติดต่อผู้ประกอบการ                                   | 2.57           | 0.76 | ปานกลาง          | 2.94      | 1.16           | ปานกลาง          | 3.07      | 1.02 | ปานกลาง          | 3.21      | 0.81 | ปานกลาง          |
| 5. การติดต่อขายบอกทาง                                      | 2.50           | 1.09 | ปานกลาง          | 2.91      | 1.03           | ปานกลาง          | 3.07      | 1.02 | ปานกลาง          | 3.28      | 0.82 | ปานกลาง          |
| 6. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทาง<br>อบต. ททท.               | 3.41           | 1.33 | มาก              | 3.06      | 1.17           | ปานกลาง          | 3.48      | 0.99 | มาก              | 3.14      | 1.01 | ปานกลาง          |
| 7. การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม                        | 3.00           | 1.27 | ปานกลาง          | 3.15      | 1.15           | ปานกลาง          | 3.43      | 1.10 | มาก              | 3.51      | 0.92 | มาก              |
| 8. การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาล<br>และไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว | 3.00           | 0.95 | ปานกลาง          | 3.20      | 1.16           | ปานกลาง          | 3.21      | 1.05 | ปานกลาง          | 3.39      | 0.85 | ปานกลาง          |
| รวม  | 3.38           | 1.07 | ปานกลาง          | 3.27      | 0.98           | ปานกลาง          | 3.46      | 0.80 | มาก              | 3.42      | 0.79 | มาก              |
|  |                |      |                  |           |                |                  |           |      |                  | 3.17      | 0.89 | ปานกลาง          |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อดต. ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.41 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก เว็บไซต์ การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ การติดป้ายประกาศ และการติดป้ายบอกทาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.33, 3.12, 3.00, 3.00, 2.65, 2.57 และ 2.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.64 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อดต. ททท. การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ การติดป้ายประกาศ และการติดป้ายบอกทาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.20, 3.18, 3.15, 3.06, 2.97, 2.94 และ 2.91 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก เว็บไซต์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อดต. ททท. การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว การติดป้ายประกาศ และการติดป้ายบอกทาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.50, 3.48, 3.43, 3.37, 3.21, 3.07 และ 3.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก และการมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.85 และ 3.51 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การติดป้ายบอกทาง การติดป้ายประกาศ และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39, 3.28, 3.28, 3.21, 3.14 และ 3.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.83 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การโปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การติดป้ายประกาศ การติดป้ายบอกทาง เว็บไซต์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อดต. ททท. และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39, 3.32, 3.00, 2.89, 2.88, 2.76 และ 2.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-61 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการดำเนินงานด้านต่างๆ โดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ข้อคำถาม   | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      |                  | ม.ปลาย/ปวช. |      |                  | อนุปริญญา/ปวส. |      |                  | ปริญญาตรี |      |                  | สูงกว่าปริญญาตรี |      |                  |
|--|----------------|------|------------------|-------------|------|------------------|----------------|------|------------------|-----------|------|------------------|------------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$   | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$        | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ความปลอดภัยของสถานที่พัก                              | 3.97           | 1.12 | มาก              | 3.80        | 1.01 | มาก              | 4.15           | 1.01 | มาก              | 3.98      | 0.78 | มาก              | 3.93             | 0.88 | มาก              |
| 2. บริการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น        | 3.46           | 1.11 | มาก              | 3.26        | 1.14 | ปานกลาง          | 3.63           | 1.13 | มาก              | 3.56      | 0.97 | มาก              | 3.67             | 0.93 | มาก              |
| 3. ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย   | 4.21           | 0.78 | มากที่สุด        | 3.96        | 0.90 | มาก              | 4.32           | 0.84 | มากที่สุด        | 4.01      | 0.77 | มาก              | 4.05             | 0.78 | มาก              |
| 4. อาหารมีความสะอาด                                      | 4.39           | 0.66 | มากที่สุด        | 4.07        | 0.72 | มาก              | 4.28           | 0.75 | มากที่สุด        | 4.13      | 0.78 | มาก              | 4.24             | 0.92 | มากที่สุด        |
| 5. อาหารมีรสชาติดี                                       | 4.30           | 0.78 | มากที่สุด        | 4.11        | 0.89 | มาก              | 4.21           | 0.93 | มากที่สุด        | 4.16      | 0.84 | มาก              | 4.22             | 0.85 | มาก              |
| 6. บริการอาหารท้องถิ่น                                   | 4.11           | 0.83 | มาก              | 3.98        | 1.10 | มาก              | 4.13           | 0.89 | มาก              | 3.98      | 0.94 | มาก              | 4.23             | 0.97 | มากที่สุด        |
| 7. มีระบบการชำระเงินวิธีต่างๆ ให้เลือก                   | 2.71           | 1.06 | ปานกลาง          | 3.42        | 1.03 | มาก              | 3.50           | 1.11 | มาก              | 3.25      | 1.00 | มาก              | 3.08             | 1.29 | มาก              |
| 8. มีบริการท่องเที่ยวแบบแพคเกจรวมที่พัก น้ำดื่ม และอาหาร | 3.69           | 1.23 | มาก              | 3.84        | 1.01 | มาก              | 4.03           | 0.97 | มาก              | 3.85      | 0.98 | มาก              | 3.84             | 0.92 | มาก              |

ตารางที่ 4-61 (ต่อ)

| ข้อคำถาม                                | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      | ม.ปลาย/ปวช.      |           | อนุปริญญา/ปวส. |                  | ปริญญาตรี |      | สูงกว่าปริญญาตรี |           |      |                  |      |      |     |
|---|----------------|------|------------------|-----------|----------------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|------|------|-----|
|   | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD             | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |      |      |     |
| 9. การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น | 4.09           | 0.72 | มาก              | 3.80      | 0.98           | มาก              | 3.89      | 1.13 | มาก              | 3.94      | 0.86 | มาก              | 3.85 | 1.00 | มาก |
| 10. บริการไฟฟ้า-แสงสว่าง                | 3.53           | 1.11 | มาก              | 3.98      | 0.83           | มาก              | 4.05      | 1.06 | มาก              | 3.93      | 0.87 | มาก              | 3.93 | 0.89 | มาก |
| 11. บริการน้ำประปา                      | 3.58           | 1.15 | มาก              | 3.79      | 0.99           | มาก              | 3.98      | 1.03 | มาก              | 3.92      | 0.79 | มาก              | 4.05 | 0.76 | มาก |
| 12. อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด    | 3.69           | 1.06 | มาก              | 3.80      | 1.04           | มาก              | 3.98      | 1.04 | มาก              | 3.98      | 0.83 | มาก              | 4.12 | 0.74 | มาก |
| 13. พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์    | 2.89           | 1.18 | ปานกลาง          | 3.36      | 1.18           | มาก              | 3.59      | 1.28 | มาก              | 3.56      | 0.95 | มาก              | 3.49 | 1.08 | มาก |
| รวม                                     | 3.78           | 0.67 | มาก              | 3.81      | 0.76           | มาก              | 3.99      | 0.77 | มาก              | 3.87      | 0.65 | มาก              | 3.90 | 0.59 | มาก |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อาหารมีความสะอาด อาหารมีรสชาติดี และภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.39, 4.30 และ 4.21 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม บริการอาหารท้องถิ่น การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ความปลอดภัยของสถานที่พัก มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด บริการน้ำประปา บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง และมีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11, 4.09, 3.97, 3.69, 3.69, 3.58, 3.53 และ 3.46 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.89 และ 2.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากในข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี อาหารมีความสะอาด บริการอาหารท้องถิ่น บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย และมีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11, 4.07, 3.98, 3.98, 3.96 และ 3.84 ตามลำดับ การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ความปลอดภัยของสถานที่พัก และอุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.80 เท่า ๆ กัน บริการน้ำประปา มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก และ พาหนะในการเดินทางเข้าถึง โฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.79, 3.42 และ 3.36 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย อาหารมีความสะอาด และอาหารมีรสชาติดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.32, 4.28 และ 4.21 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความปลอดภัยของสถานที่พัก บริการอาหารท้องถิ่น บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยว และอาหาร อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด บริการน้ำประปา การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.15, 4.13, 4.05, 4.03, 3.98, 3.98, 3.89, 3.63, 3.59 และ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานิติปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ อาหารมีรสชาติดี อาหารมี



ความสะอาด และภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.16, 4.13 4.01 ตามลำดับ ความปลอดภัยของสถานที่พัก บริการอาหารท้องถิ่น และอุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.98 เท่า ๆ กัน การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง บริการน้ำประปา มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยว และอาหาร มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก 3.94, 3.93, 3.92, 3.85, 3.56, 3.56 และ 3.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการจัดการ กระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อาหารมีความสะอาด และบริการอาหารท้องถิ่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.24 และ 4.23 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย บริการน้ำประปา ความปลอดภัยของสถานที่พัก บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.22, 4.12, 4.05, 4.05, 3.93, 3.93, 3.85, 3.84, 3.67, 3.49 และ 3.08 ตามลำดับ

## ตารางที่ 4-62 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ข้อคำถาม                              | ต่ำกว่า ม.ป.ดชย |      |                  | ม.ป.ดชย / ปวช. |      |                  | อนุปริญญา / ปวส. |      |                  | ปริญญาตรี |      |                  | สูงกว่าปริญญาตรี |      |                  |
|---------------------------------------|-----------------|------|------------------|----------------|------|------------------|------------------|------|------------------|-----------|------|------------------|------------------|------|------------------|
|                                       | $\bar{X}$       | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$        | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$        | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น | 4.45            | 0.69 | มากที่สุด        | 4.28           | 1.00 | มากที่สุด        | 4.54             | 0.71 | มากที่สุด        | 4.48      | 0.66 | มากที่สุด        | 4.67             | 0.61 | มากที่สุด        |
| 2. กริยามารยาทที่ดี                   | 4.36            | 0.83 | มากที่สุด        | 4.40           | 0.73 | มากที่สุด        | 4.48             | 0.78 | มากที่สุด        | 4.47      | 0.66 | มากที่สุด        | 4.54             | 0.67 | มากที่สุด        |
| 3. แต่งกายสะอาด                       | 3.75            | 0.97 | มาก              | 3.93           | 0.95 | มาก              | 4.20             | 0.91 | มาก              | 4.22      | 0.76 | มากที่สุด        | 4.29             | 0.75 | มากที่สุด        |
| 4. ความเข้าใจความต้องการของนักศึกษา   | 3.94            | 1.01 | มาก              | 4.05           | 0.95 | มาก              | 4.11             | 1.01 | มาก              | 4.24      | 0.74 | มากที่สุด        | 4.33             | 0.73 | มากที่สุด        |
| 5. ความเป็นกันเอง เป็นมิตร            | 4.26            | 0.85 | มากที่สุด        | 4.28           | 0.94 | มากที่สุด        | 4.54             | 0.75 | มากที่สุด        | 4.52      | 0.61 | มากที่สุด        | 4.60             | 0.59 | มากที่สุด        |
| 6. การสร้างสรรคูปแบบบริการใหม่ๆ       | 3.71            | 0.78 | มาก              | 3.63           | 0.99 | มาก              | 3.90             | 1.14 | มาก              | 3.95      | 0.84 | มาก              | 3.85             | 1.00 | มาก              |
| 7. ความสามารถในการสื่อสาร             | 3.97            | 0.87 | มาก              | 3.88           | 0.94 | มาก              | 4.03             | 1.03 | มาก              | 4.11      | 0.70 | มาก              | 4.10             | 0.67 | มาก              |
| 8. ความรวดเร็วในการบริการ             | 4.09            | 1.06 | มาก              | 4.03           | 0.79 | มาก              | 4.10             | 1.02 | มาก              | 4.28      | 0.67 | มากที่สุด        | 4.36             | 0.66 | มากที่สุด        |
| 9. ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ       | 3.97            | 0.81 | มาก              | 3.81           | 0.94 | มาก              | 4.19             | 0.88 | มาก              | 4.17      | 0.75 | มาก              | 4.12             | 0.82 | มาก              |
| รวม                                   | 3.99            | 0.68 | มาก              | 3.99           | 0.92 | มาก              | 4.24             | 0.79 | มากที่สุด        | 4.27      | 0.60 | มากที่สุด        | 4.33             | 0.60 | มากที่สุด        |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น กริยามารยาทที่ดี และความเป็นกันเอง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.45, 4.36 และ 4.26 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่งกายสะอาด และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09, 3.97, 3.97, 3.94, 3.75 และ 3.71 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ กริยามารยาทที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น และความเป็นกันเอง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.40, 4.28 และ 4.28 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับ ได้แก่ ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว ความรวดเร็วในการบริการ แต่งกายสะอาด ความสามารถในการสื่อข้อความ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.05, 4.03, 3.93, 3.88, 3.81 และ 3.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ความเป็นกันเอง และกริยามารยาทที่ดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.54, 4.54 และ 4.48 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายสะอาด ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว ความรวดเร็วในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.19, 4.11, 4.10, 4.03 และ 3.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น กริยามารยาทที่ดี ความรวดเร็วในการบริการ ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และแต่งกายสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.52, 4.48, 4.47, 4.28, 4.24 และ 4.22 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.11 และ 3.95 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ความเป็นกันเอง กริยามารยาทที่ดี ความรวดเร็วในการบริการ ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และแต่งกายสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.67, 4.60, 4.54, 4.36, 4.33 และ 4.29 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.12, 4.10 และ 3.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-63 ความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ข้อคำถาม  | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      | ม.ปลาย/ปวช.      |           | อาชีวศึกษา/ปวส. |                  | ปริญญาตรี |      | สูงกว่าปริญญาตรี |           |      |                  |      |      |           |
|---|----------------|------|------------------|-----------|-----------------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|------|------|-----------|
|   | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD              | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |      |      |           |
| 1. อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง            | 4.24           | 0.89 | มากที่สุด        | 4.42      | 0.94            | มากที่สุด        | 4.38      | 0.82 | มากที่สุด        | 4.43      | 0.74 | มากที่สุด        | 4.58 | 0.55 | มากที่สุด |
| 2. สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด | 4.03           | 1.01 | มาก              | 4.11      | 1.03            | มาก              | 4.33      | 0.80 | มากที่สุด        | 4.34      | 0.72 | มากที่สุด        | 4.37 | 0.73 | มากที่สุด |
| 3. ทิวทัศน์ที่สวยงามมองเห็นได้โดยรวมนอกจากห้องพัก   | 4.31           | 0.87 | มากที่สุด        | 4.44      | 0.83            | มากที่สุด        | 4.18      | 0.91 | มาก              | 4.41      | 0.68 | มากที่สุด        | 4.48 | 0.74 | มากที่สุด |
| 4. พื้นห้องสะอาดหรือกลิ่นจืดจาง                     | 3.09           | 1.20 | ปานกลาง          | 3.36      | 1.23            | ปานกลาง          | 3.45      | 1.25 | มาก              | 3.69      | 1.01 | มาก              | 3.65 | 1.10 | มาก       |
| 5. มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ดอกไม้                    | 3.70           | 1.02 | มาก              | 3.67      | 1.13            | มาก              | 3.95      | 1.08 | มาก              | 4.05      | 0.96 | มาก              | 4.02 | 0.90 | มาก       |

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

| ข้อความ                  | ต่ำกว่า ม.ปลาย |      | ม.ปลาย / ปวช.    |           | อ.ม.ปริญญา / ปวศ. |                  | ปริญญาตรี |      | สูงกว่าปริญญาตรี |           |      |                  |      |      |           |
|--------------------------|----------------|------|------------------|-----------|-------------------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|------|------|-----------|
|                          | $\bar{X}$      | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD                | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |      |      |           |
| 6. มีความเป็นธรรมชาติ    | 4.09           | 0.82 | มาก              | 4.00      | 1.08              | มาก              | 4.28      | 0.89 | มากที่สุด        | 4.21      | 0.84 | มากที่สุด        | 4.36 | 0.66 | มากที่สุด |
| ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง      | 3.50           | 1.05 | มาก              | 3.61      | 0.99              | มาก              | 4.05      | 0.97 | มาก              | 3.98      | 0.83 | มาก              | 3.73 | 1.00 | มาก       |
| และกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล | 3.75           | 0.81 | มาก              | 3.87      | 0.98              | มาก              | 4.08      | 0.80 | มาก              | 4.16      | 0.66 | มาก              | 4.17 | 0.56 | มาก       |
| รวม                      |                |      |                  |           |                   |                  |           |      |                  |           |      |                  |      |      |           |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมระดับมากที่สุด ได้แก่ ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้จากห้องพัก และอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.31 และ 4.24 มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติ สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและภายนอกมีความสะอาด มีความร่มรื่น และระบบกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09, 4.03, 3.70 และ 3.50 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ พื้นที่จอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้จากห้องพัก และอากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.44 และ 4.42 มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและภายนอกมีความสะอาด มีความเป็นธรรมชาติ มีความร่มรื่น และระบบกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11, 4.00, 3.67 และ 3.61 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ พื้นที่จอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุด ได้แก่ อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและภายนอกมีความสะอาด และมีความเป็นธรรมชาติ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.38, 4.33 และ 4.28 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้จากห้องพัก ระบบกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล มีความร่มรื่น และพื้นที่จอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.05, 3.95 และ 3.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุด ได้แก่ อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้จากห้องพัก สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและภายนอกมีความสะอาด และมีความเป็นธรรมชาติ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.43, 4.41, 4.34 และ 4.21 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ มีความร่มรื่น ระบบกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.05, 3.98 และ 3.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุด ได้แก่ อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้จากห้องพัก สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและภายนอกมีความสะอาด และมีความเป็นธรรมชาติ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.58, 4.48, 4.37 และ 4.36 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ มีความร่มรื่น ระบบกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.02, 3.73 และ 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-64 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์โดยรวม จำนวนตามอาชีพ

| ข้อคำถาม                                    | ข้าราชการรัฐวิสาหกิจ |      | พนักงานบริษัทเอกชน |           | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |                  | นักเรียน/นักศึกษา |      | แม่บ้าน          |           | อื่น ๆ |                  |      |      |         |      |      |     |
|---|----------------------|------|--------------------|-----------|---------------------|------------------|-------------------|------|------------------|-----------|--------|------------------|------|------|---------|------|------|-----|
|   | $\bar{X}$            | SD   | ระดับความพึงพอใจ   | $\bar{X}$ | SD                  | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$         | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD     | ระดับความพึงพอใจ |      |      |         |      |      |     |
| 1. ขนาดของห้องพัก                           | 4.17                 | 0.80 | มาก                | 3.96      | 0.87                | มาก              | 3.76              | 1.19 | มาก              | 4.08      | 0.83   | มาก              | 3.17 | 1.34 | ปานกลาง | 3.93 | 1.06 | มาก |
| 2. จำนวนห้องพักมีเพียงพอ                    | 4.14                 | 0.83 | มาก                | 3.98      | 0.95                | มาก              | 3.69              | 1.09 | มาก              | 3.92      | 0.65   | มาก              | 3.33 | 0.99 | ปานกลาง | 3.63 | 1.15 | มาก |
| 3. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงาม              | 4.03                 | 0.86 | มาก                | 4.01      | 0.88                | มาก              | 3.54              | 1.15 | มาก              | 3.96      | 0.75   | มาก              | 3.08 | 1.00 | ปานกลาง | 3.69 | 0.92 | มาก |
| 4. การตกแต่งและออกแบบที่สวยสดง่ายในโฮมสเตย์ | 3.96                 | 0.89 | มาก                | 3.94      | 0.97                | มาก              | 3.59              | 1.23 | มาก              | 4.08      | 0.72   | มาก              | 3.45 | 1.21 | มาก     | 3.79 | 0.81 | มาก |
| 5. ห้องพักผ่อนความเป็นเอกลักษณะของท้องถิ่น  | 4.04                 | 0.88 | มาก                | 4.06      | 0.92                | มาก              | 3.78              | 1.08 | มาก              | 4.00      | 0.78   | มาก              | 4.20 | 0.79 | มาก     | 3.73 | 1.07 | มาก |
| 6. บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม    | 4.15                 | 0.92 | มาก                | 4.07      | 0.88                | มาก              | 3.50              | 1.56 | มาก              | 4.17      | 1.09   | มาก              | 3.60 | 0.97 | มาก     | 3.83 | 1.07 | มาก |





ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.40 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ขนาดของห้องพัก บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอก โฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.17, 4.15, 4.14, 4.04, 4.03, 3.96 และ 3.58 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.28 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ จำนวนห้องพักมีเพียงพอ ขนาดของห้องพักการตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.08, 4.07, 4.06, 4.01, 3.98, 3.96, 3.94 และ 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ความสะอาดของห้องพัก ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ขนาดของห้องพัก จำนวนห้องพักมีเพียงพอ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า และบริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.83, 3.80, 3.78, 3.76, 3.69, 3.59, 3.54, 3.54 และ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ความสะอาดของห้องพัก ขนาดของห้องพัก การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ จำนวนห้องพักมีเพียงพอ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.13, 4.13, 4.08, 4.08, 4.00, 3.96, 3.92 และ 3.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแบบโฮมสเตย์ ระดับมากในข้อคำถาม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม และการตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 3.60 และ 3.45 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก จำนวนห้องพักมีเพียงพอ ขนาดของห้องพัก การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38, 3.33, 3.17, 3.08, 3.07 และ 2.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.33 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ขนาดของห้องพัก บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า และจำนวนห้องพักมีเพียงพอ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.12, 3.93, 3.83, 3.79, 3.73, 3.69, 3.68 และ 3.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-65 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการโดยรวม จำแนกตามอาชีพ

| ข้อคำถาม                     | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |      |                  | พนักงานบริษัทเอกชน |      |                  | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |      |                  | นักเรียน/นักศึกษา |      |                  | แม่บ้าน   |      |                  | อื่นๆ     |      |                  |
|------------------------------|-----------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|-------------------|------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|
|                              | $\bar{X}$             | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$         | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ค่าห้องพัก                | 3.95                  | 0.80 | มาก              | 4.00               | 0.83 | มาก              | 3.82                | 0.85 | มาก              | 3.91              | 1.07 | มาก              | 4.13      | 1.13 | มาก              | 3.88      | 0.87 | มาก              |
| 2. ค่าบริการนำเที่ยว         | 4.12                  | 0.76 | มาก              | 4.04               | 0.89 | มาก              | 3.59                | 1.19 | มาก              | 3.70              | 1.03 | มาก              | 3.25      | 1.26 | ปานกลาง          | 3.70      | 0.88 | มาก              |
| 3. ค่าบริการอาหาร            | 4.06                  | 0.75 | มาก              | 4.16               | 0.80 | มาก              | 3.83                | 0.95 | มาก              | 3.67              | 0.86 | มาก              | 4.11      | 0.78 | มาก              | 3.91      | 0.91 | มาก              |
| 4. ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง | 3.89                  | 0.80 | มาก              | 3.94               | 0.92 | มาก              | 3.50                | 0.94 | มาก              | 3.55              | 0.95 | มาก              | 3.50      | 1.00 | มาก              | 3.64      | 0.99 | มาก              |
| 5. การต่อรองราคาค่าบริการ    | 3.85                  | 0.80 | มาก              | 4.06               | 0.87 | มาก              | 3.38                | 0.98 | ปานกลาง          | 3.88              | 0.60 | มาก              | 3.75      | 0.56 | มาก              | 3.71      | 0.76 | มาก              |
| รวม                          | 3.99                  | 0.71 | มาก              | 4.03               | 0.77 | มาก              | 3.61                | 0.89 | มาก              | 3.75              | 0.86 | มาก              | 3.99      | 0.93 | มาก              | 3.80      | 0.69 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านราคา ค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการนำเที่ยว ค่าบริการอาหาร ค่าห้องพัก ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง และการต่อรองราคาค่าบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.12, 4.06, 3.95, 3.89 และ 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านราคา ค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการนำเที่ยว ค่าห้องพัก และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.16, 4.06, 4.04, 4.00 และ 3.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในข้อคำถาม ค่าบริการอาหาร ค่าห้องพัก ค่าบริการนำเที่ยว ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง และการต่อรองราคาค่าบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.83, 3.82, 3.59, 3.50 และ 3.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าห้องพัก การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการนำเที่ยว ค่าบริการอาหาร และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.91, 3.88, 3.70, 3.67 และ 3.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในข้อคำถาม ค่าห้องพัก ค่าบริการอาหาร การต่อรองราคาค่าบริการ และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.13, 4.11, 3.75 และ 3.50 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม ค่าบริการนำเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าห้องพัก การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการนำเที่ยว และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.91, 3.88, 3.71, 3.70 และ 3.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-66 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม จำแนกตามอาชีพ

| ข้อคำถาม   | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |      |                  | พนักงานบริษัทเอกชน |      |                  | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |      |                  | นักเรียน/นักศึกษา |      |                  | แม่บ้าน   |      |                  | อื่น ๆ    |      |                  |
|--|-----------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|-------------------|------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$             | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$         | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ระบบจองล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว    | 3.71                  | 0.86 | มาก              | 3.85               | 0.86 | มาก              | 3.38                | 1.01 | ปานกลาง          | 3.79              | 0.98 | มาก              | 3.57      | 1.28 | มาก              | 3.63      | 1.07 | มาก              |
| 2. เครือข่ายกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท.               | 3.51                  | 0.87 | มาก              | 3.52               | 0.95 | มาก              | 3.16                | 1.00 | ปานกลาง          | 3.33              | 0.91 | ปานกลาง          | 1.75      | 0.96 | น้อยที่สุด       | 3.04      | 1.11 | ปานกลาง          |
| 3. การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ     | 3.48                  | 0.93 | มาก              | 3.41               | 0.96 | มาก              | 3.13                | 1.14 | ปานกลาง          | 3.26              | 0.93 | ปานกลาง          | 2.80      | 1.30 | ปานกลาง          | 3.03      | 1.16 | ปานกลาง          |
| 4. การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน | 3.51                  | 0.89 | มาก              | 3.40               | 0.92 | ปานกลาง          | 3.16                | 1.13 | ปานกลาง          | 3.32              | 1.06 | ปานกลาง          | 3.20      | 1.10 | ปานกลาง          | 3.26      | 1.13 | ปานกลาง          |
| รวม  | 3.59                  | 0.77 | มาก              | 3.61               | 0.85 | มาก              | 3.30                | 0.94 | ปานกลาง          | 3.50              | 0.82 | มาก              | 3.45      | 1.07 | มาก              | 3.33      | 1.01 | ปานกลาง          |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว มีเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และการบริการข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.71, 3.51, 3.51 และ 3.48 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.85, 3.52 และ 3.41 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ การสร้างเครือข่าย การท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว มีเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และการบริการข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38, 3.16, 3.16 และ 3.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.79 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ มีเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.33, 3.32 และ 3.26 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.57 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และการบริการข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.20 และ 2.80 มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด ได้แก่ เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 1.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.63 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน มีเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.26, 3.04 และ 3.03ตามลำดับ

ตารางที่ 4-67 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม จำแนกตามอาชีพ

| ข้อคำถาม                  | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |      | พนักงานบริษัทเอกชน |           | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |                  | นักเรียน/นักศึกษา |      | แม่บ้าน          |           | อื่น ๆ |                  |      |      |         |      |      |         |
|---------------------------|-----------------------|------|--------------------|-----------|---------------------|------------------|-------------------|------|------------------|-----------|--------|------------------|------|------|---------|------|------|---------|
|                           | $\bar{X}$             | SD   | ระดับความพึงพอใจ   | $\bar{X}$ | SD                  | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$         | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD     | ระดับความพึงพอใจ |      |      |         |      |      |         |
| 1. การโฆษณาทางโทรทัศน์    | 3.05                  | 0.87 | ปานกลาง            | 3.26      | 1.04                | ปานกลาง          | 2.74              | 0.97 | ปานกลาง          | 3.00      | 1.03   | ปานกลาง          | 3.25 | 1.26 | ปานกลาง | 2.56 | 1.08 | น้อย    |
| แผ่นพับ                   |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |        |                  |      |      |         |      |      |         |
| 2. เว็บไซต์               | 3.31                  | 1.00 | ปานกลาง            | 3.32      | 1.09                | ปานกลาง          | 2.97              | 1.18 | ปานกลาง          | 3.50      | 0.89   | มาก              | 3.00 | 1.83 | ปานกลาง | 2.88 | 1.20 | ปานกลาง |
| 3. การบอกเล่าแบบปากต่อปาก | 3.70                  | 0.82 | มาก                | 3.97      | 0.95                | มาก              | 3.36              | 0.93 | ปานกลาง          | 3.71      | 0.96   | มาก              | 3.50 | 1.05 | มาก     | 3.67 | 1.05 | มาก     |
| ปาก                       |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |        |                  |      |      |         |      |      |         |
| 4. การติดป้ายประกาศ       | 3.17                  | 0.72 | ปานกลาง            | 3.13      | 0.97                | ปานกลาง          | 2.90              | 1.15 | ปานกลาง          | 3.15      | 0.88   | ปานกลาง          | 3.33 | 1.53 | ปานกลาง | 2.89 | 0.89 | ปานกลาง |
| 5. การติดป้ายบอกทาง       | 3.20                  | 0.78 | ปานกลาง            | 3.19      | 1.00                | ปานกลาง          | 2.75              | 1.14 | ปานกลาง          | 3.20      | 0.70   | ปานกลาง          | 2.67 | 2.08 | ปานกลาง | 2.93 | 1.05 | ปานกลาง |
| 6. การโฆษณา               | 3.25                  | 0.94 | ปานกลาง            | 3.11      | 1.13                | ปานกลาง          | 3.06              | 1.12 | ปานกลาง          | 3.10      | 0.85   | ปานกลาง          | 4.14 | 1.46 | มาก     | 2.89 | 1.10 | ปานกลาง |
| ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง      |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |        |                  |      |      |         |      |      |         |
| อบต. ททท.                 |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |        |                  |      |      |         |      |      |         |
| 7. การมีส่วนลดพิเศษ       | 3.51                  | 0.92 | มาก                | 3.58      | 1.07                | มาก              | 2.81              | 1.11 | ปานกลาง          | 3.44      | 0.92   | มาก              | 2.50 | 0.71 | น้อย    | 3.05 | 1.07 | มาก     |
| สำหรับลูกค้าเดิม          |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |        |                  |      |      |         |      |      |         |
| 8. การโปรโมชั่นลดราคา     | 3.47                  | 0.80 | มาก                | 3.39      | 1.06                | ปานกลาง          | 3.00              | 1.00 | ปานกลาง          | 3.29      | 0.85   | ปานกลาง          | 2.50 | 0.71 | น้อย    | 3.08 | 0.97 | มาก     |
| ในช่วงเทศกาลและไม่ใช่อุตุ |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |        |                  |      |      |         |      |      |         |
| ท่องเที่ยว                |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |        |                  |      |      |         |      |      |         |
| รวม                       | 3.43                  | 0.79 | มาก                | 3.48      | 0.85                | มาก              | 3.06              | 0.93 | ปานกลาง          | 3.33      | 0.65   | ปานกลาง          | 3.86 | 1.20 | มาก     | 3.16 | 0.91 | มาก     |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม และการ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.70, 3.51 และ 3.47 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม เว็บไซต์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. การติดป้ายบอกทาง การติดป้ายประกาศ และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.31, 3.25, 3.20, 3.17 และ 3.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก และการมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.97 และ 3.58 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ การติดป้ายบอกทาง การติดป้ายประกาศ และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39, 3.26, 3.19, 3.13 และ 3.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับปานกลางในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. การ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การติดป้ายประกาศ การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การติดป้ายบอกทาง และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.36, 3.06, 3.00, 2.97, 2.90, 2.81, 2.75 และ 2.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก เว็บไซต์ และการมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.71, 3.50 และ 3.44 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว การติดป้ายบอกทาง การติดป้ายประกาศ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.29, 3.20, 3.15, 3.11 และ 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. และการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.14 และ 3.50 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การติดป้ายประกาศ การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ เว็บไซต์ และการติดป้ายบอกทาง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.33, 3.25, 3.00 และ 2.67 ตามลำดับ การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม และการ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.50 เท่าๆ กัน



ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด  
ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก การโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลและ  
ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว และการมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.67, 3.08 และ 3.05  
ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การติดป้ายบอกทาง การโฆษณา  
ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อปต. ททท. การติดป้ายประกาศ และเว็บไซต์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.93, 2.89,  
2.89 และ 2.88 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับน้อยในข้อคำถาม การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ  
ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.56

๘) ตารางที่ 4-68 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านการดำเนินงานด้านต่างๆ โดยรวม จำแนกตามอาชีพ

| ชื่อคำถาม  | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |      | พนักงานบริษัทเอกชน |           | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |                  | นักเรียน/นักศึกษา |      | แม่บ้าน          |           | อื่นๆ |                  |      |      |           |      |      |           |
|--|-----------------------|------|--------------------|-----------|---------------------|------------------|-------------------|------|------------------|-----------|-------|------------------|------|------|-----------|------|------|-----------|
|  | $\bar{X}$             | SD   | ระดับความพึงพอใจ   | $\bar{X}$ | SD                  | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$         | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD    | ระดับความพึงพอใจ |      |      |           |      |      |           |
| 1. ความปลอดภัยของสถานที่พัก                            | 4.06                  | 0.73 | มาก                | 3.99      | 0.89                | มาก              | 3.76              | 1.01 | มาก              | 4.04      | 0.75  | มาก              | 3.62 | 1.45 | มาก       | 4.10 | 0.88 | มาก       |
| 2. มีบริการเสริมพร้อมอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน         | 3.74                  | 0.83 | มาก                | 3.46      | 1.10                | มาก              | 3.29              | 1.06 | ปานกลาง          | 3.70      | 1.06  | มาก              | 3.18 | 1.25 | ปานกลาง   | 3.60 | 0.98 | มาก       |
| 3. ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย | 4.07                  | 0.73 | มาก                | 4.15      | 0.80                | มาก              | 3.82              | 0.90 | มาก              | 4.13      | 0.80  | มาก              | 3.85 | 0.80 | มาก       | 4.13 | 0.88 | มาก       |
| 4. อาหารมีรสชาติดี                                     | 4.17                  | 0.79 | มาก                | 4.26      | 0.79                | มากที่สุด        | 3.89              | 0.79 | มาก              | 4.17      | 0.58  | มาก              | 4.33 | 0.78 | มากที่สุด | 4.26 | 0.80 | มากที่สุด |
| 5. บริการอาหารท้องถิ่น                                 | 4.20                  | 0.79 | มาก                | 4.04      | 0.96                | มาก              | 3.87              | 1.02 | มาก              | 4.13      | 1.01  | มาก              | 4.14 | 1.03 | มาก       | 3.93 | 1.07 | มาก       |
| 7. มีระบบการชำระเงินวิธีต่างๆ ให้เลือก                 | 3.24                  | 0.96 | ปานกลาง            | 3.40      | 1.06                | ปานกลาง          | 3.10              | 1.24 | ปานกลาง          | 3.27      | 1.12  | ปานกลาง          | 3.00 | 1.41 | ปานกลาง   | 2.96 | 1.17 | ปานกลาง   |

| ข้อคำถาม                                | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |      | พนักงานบริษัทเอกชน |           | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |                  | นักเรียน/นักศึกษา |      | แม่บ้าน          |           | อื่นๆ |                  |      |      |           |      |      |         |
|---|-----------------------|------|--------------------|-----------|---------------------|------------------|-------------------|------|------------------|-----------|-------|------------------|------|------|-----------|------|------|---------|
|   | $\bar{X}$             | SD   | ระดับความพึงพอใจ   | $\bar{X}$ | SD                  | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$         | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD    | ระดับความพึงพอใจ |      |      |           |      |      |         |
| 8. บริการของน้องสาว                     | 3.83                  | 0.83 | มาก                | 4.03      | 1.02                | มาก              | 3.62              | 1.07 | มาก              | 3.86      | 1.04  | มาก              | 3.25 | 1.39 | ปานกลาง   | 3.80 | 1.00 | มาก     |
| แบบแปดแก็งรวมที่พัก                     |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |       |                  |      |      |           |      |      |         |
| นำเที่ยวและอาหาร                        |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |       |                  |      |      |           |      |      |         |
| 9. การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น | 3.88                  | 0.75 | มาก                | 3.99      | 0.96                | มาก              | 3.66              | 0.97 | มาก              | 4.04      | 1.04  | มาก              | 4.25 | 0.71 | มากที่สุด | 3.90 | 1.01 | มาก     |
| 10. บริการไฟฟ้า - แสงสว่าง              | 3.99                  | 0.81 | มาก                | 4.01      | 0.85                | มาก              | 3.59              | 1.12 | มาก              | 4.17      | 0.87  | มาก              | 3.11 | 1.27 | ปานกลาง   | 3.85 | 0.96 | มาก     |
| 11. บริการนำประปา                       | 4.06                  | 0.78 | มาก                | 4.01      | 0.76                | มาก              | 3.49              | 1.10 | มาก              | 3.78      | 1.04  | มาก              | 2.91 | 1.04 | ปานกลาง   | 3.95 | 0.88 | มาก     |
| 12. อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอละสะอาด     | 4.00                  | 0.80 | มาก                | 4.05      | 0.84                | มาก              | 3.58              | 0.96 | มาก              | 4.00      | 1.13  | มาก              | 3.62 | 1.19 | มาก       | 3.98 | 0.96 | มาก     |
| 13. พาหนะในการเดินทางเข้าถึง            | 3.61                  | 0.93 | มาก                | 3.67      | 0.98                | มาก              | 3.25              | 1.24 | ปานกลาง          | 3.43      | 1.04  | มาก              | 2.27 | 0.91 | น้อย      | 3.07 | 1.31 | ปานกลาง |
| โสมสไตซ์                                |                       |      |                    |           |                     |                  |                   |      |                  |           |       |                  |      |      |           |      |      |         |
| รวม                                     | 3.94                  | 0.56 | มาก                | 3.95      | 0.69                | มาก              | 3.61              | 0.74 | มาก              | 3.93      | 0.74  | มาก              | 3.60 | 0.76 | มาก       | 3.87 | 0.67 | มาก     |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ บริการอาหารท้องถิ่น อาหารมีความสะอาด อาหารมีรสชาติดี ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ความปลอดภัยของสถานที่พัก บริการน้ำประปา อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด บริการ ไฟฟ้า – แสงสว่าง การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และพาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.17, 4.17, 4.07, 4.06, 4.06, 4.00, 3.99, 3.88, 3.83, 3.74 และ 3.61 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี และอาหารมีความสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.31 และ 4.26 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด บริการอาหารท้องถิ่น มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร บริการน้ำประปา บริการ ไฟฟ้า – แสงสว่าง ความปลอดภัยของสถานที่พัก การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.15, 4.05, 4.04, 4.03, 4.01, 4.01, 3.99, 3.99, 3.67 และ 3.46 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากในข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี อาหารมีความสะอาด บริการอาหารท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ความปลอดภัยของสถานที่พัก การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร บริการ ไฟฟ้า – แสงสว่าง อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด และบริการน้ำประปา ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.90, 3.89, 3.87, 3.82, 3.76, 3.66, 3.62, 3.59, 3.58 และ 3.49 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่างๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.29, 3.25 และ 3.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.21 มี

ความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม อาหารมีความสะอาด บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง บริการอาหาร  
ท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ความปลอดภัยของสถานที่  
พัก การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด มีบริการ  
ห้องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร บริการน้ำประปา มีการเตรียมพร้อมด้าน  
อุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และพาหนะในการเดินทางเข้าถึง โฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17,  
4.17, 4.13, 4.13, 4.04, 4.04, 4.00, 3.86, 3.78, 3.70 และ 3.43 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับ  
ปานกลางในข้อคำถาม มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการ  
ด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี อาหารมีความสะอาด และการบริการที่  
เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.43, 4.33 และ 4.25 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับ  
มากในข้อคำถาม บริการอาหารท้องถิ่น ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูก  
สุขอนามัย ความปลอดภัยของสถานที่พัก และอุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด ด้วยคะแนน  
เฉลี่ย 4.14, 3.85, 3.62 และ 3.62 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีบริการ  
ห้องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาล  
เบื้องต้น บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก และบริการน้ำประปา ด้วย  
คะแนนเฉลี่ย 3.25, 3.18, 3.11, 3.00 และ 2.91 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับน้อยในข้อคำถาม  
พาหนะในการเดินทางเข้าถึง โฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการ  
ด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม อาหารมีความสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.26 มี  
ความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูก  
สุขอนามัย ความปลอดภัยของสถานที่พัก อาหารมีรสชาติดี อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด  
บริการน้ำประปา บริการอาหารท้องถิ่น การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการไฟฟ้า  
แสงสว่าง มีบริการห้องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร และมีการเตรียมพร้อมด้าน  
อุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.13, 4.10, 4.09, 3.98, 3.95, 3.93, 3.90, 3.85, 3.80  
และ 3.60 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม พาหนะในการเดินทางเข้าถึง  
โฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.07 และ 2.96

ตารางที่ 4-69 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการโดยรวม จำแนกตามอาชีพ

| ข้อคำถาม   | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |      |                  | พนักงานบริษัทเอกชน |      |                  | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |      |                  | นักเรียน/นักศึกษา |      |                  | แม่บ้าน   |      |                  | อื่น ๆ    |      |                  |
|--|-----------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|-------------------|------|------------------|-----------|------|------------------|-----------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$             | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$         | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น                  | 4.49                  | 0.63 | มากที่สุด        | 4.60               | 0.69 | มากที่สุด        | 4.15                | 0.78 | มาก              | 4.33              | 0.96 | มากที่สุด        | 4.31      | 0.75 | มากที่สุด        | 4.56      | 0.73 | มากที่สุด        |
| 2. กริยามารยาทที่ดี                                    | 4.45                  | 0.65 | มากที่สุด        | 4.63               | 0.58 | มากที่สุด        | 4.16                | 0.80 | มาก              | 4.29              | 0.78 | มากที่สุด        | 4.00      | 1.04 | มาก              | 4.48      | 0.77 | มากที่สุด        |
| 3. แต่งกายสะอาด  | 4.11                  | 0.79 | มาก              | 4.32               | 0.76 | มากที่สุด        | 3.89                | 0.95 | มาก              | 4.14              | 0.83 | มาก              | 3.36      | 1.12 | ปานกลาง          | 4.05      | 0.87 | มาก              |
| 4. ความเข้าใจความต้องการของค้<br>งการ<br>นักท่องเที่ยว | 4.29                  | 0.66 | มากที่สุด        | 4.32               | 0.77 | มากที่สุด        | 3.91                | 0.95 | มาก              | 4.13              | 1.08 | มาก              | 3.36      | 1.12 | ปานกลาง          | 4.10      | 0.88 | มาก              |
| 5. ความเป็นกันเองเป็นมิตร                              | 4.48                  | 0.58 | มากที่สุด        | 4.62               | 0.66 | มากที่สุด        | 4.15                | 0.78 | มาก              | 4.39              | 0.72 | มากที่สุด        | 4.00      | 1.10 | มาก              | 4.47      | 0.83 | มากที่สุด        |
| 6. การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ                     | 3.97                  | 0.79 | มาก              | 3.94               | 0.97 | มาก              | 3.80                | 0.87 | มาก              | 3.74              | 1.05 | มาก              | 3.22      | 1.30 | ปานกลาง          | 3.70      | 0.91 | มาก              |
| 7. ความสามารถในการสื่อข้อความ                          | 4.13                  | 0.64 | มาก              | 4.11               | 0.82 | มาก              | 3.74                | 0.96 | มาก              | 4.10              | 0.83 | มาก              | 3.63      | 1.06 | มาก              | 4.03      | 0.76 | มาก              |
| 8. ความรวดเร็วในการบริการ                              | 4.31                  | 0.67 | มากที่สุด        | 4.30               | 0.76 | มากที่สุด        | 3.82                | 0.97 | มาก              | 4.33              | 0.48 | มากที่สุด        | 3.50      | 1.18 | มาก              | 4.24      | 0.82 | มากที่สุด        |
| 9. ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ                        | 4.15                  | 0.76 | มาก              | 4.19               | 0.77 | มาก              | 3.85                | 0.97 | มาก              | 4.10              | 1.02 | มาก              | 3.78      | 0.67 | มาก              | 4.05      | 0.51 | มาก              |
| รวม  | 4.27                  | 0.56 | มากที่สุด        | 4.31               | 0.68 | มากที่สุด        | 3.96                | 0.79 | มาก              | 4.10              | 0.94 | มาก              | 3.71      | 0.83 | มาก              | 4.20      | 0.63 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ความเป็นกันเอง กริยามารยาทที่ดี ความรวดเร็วในการบริการ และความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.49, 4.48, 4.45, 4.31 และ 4.29 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ แต่งกายสะอาด และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.15, 4.13, 4.11 และ 3.97 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ กริยามารยาทที่ดี ความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่งกายสะอาด และความรวดเร็วในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.63, 4.62, 4.60, 4.32, 4.32 และ 4.30 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.11 และ 3.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ เรียงตามลำดับ ดังนี้ กริยามารยาทที่ดี ความเป็นกันเอง เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่งกายสะอาด ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความรวดเร็วในการบริการ การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ๆ และความสามารถในการสื่อข้อความ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.16, 4.15, 4.15, 3.91, 3.89, 3.85, 3.82, 3.80 และ 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเป็นกันเอง เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ความรวดเร็วในการบริการ และกริยามารยาทที่ดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.39, 4.33, 4.33 และ 4.29 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ แต่งกายสะอาด ความเข้าใจความต้องการนักท่องเที่ยว ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.14, 4.13, 4.10, 4.10 และ 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.31 มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความเป็นกันเอง เป็นมิตร กริยามารยาทที่ดี ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และความรวดเร็วในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00, 4.00, 3.78, 3.63 และ 3.50 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ แต่งกายสะอาด

ความเข้าใจความของต้องการนักท่องเที่ยว และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.36, 3.36 และ 3.22 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น กริยามารยาทที่ดี ความเป็นกันเอง และ ความรวดเร็วในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.56, 4.48, 4.47 และ 4.24 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความเข้าใจความของต้องการนักท่องเที่ยว ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ แต่งกายสะอาด ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.10, 4.05, 4.05, 4.03 และ 3.70 ตามลำดับ



ตารางที่ 4-70 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม จำแนกตามอาชีพ

| ข้อคำถาม  | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |      |             | พนักงานบริษัทเอกชน |      |             | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |      |             | นักเรียน/นักศึกษา |      |             | แม่บ้าน   |      |             | อื่นๆ     |      |             |
|---|-----------------------|------|-------------|--------------------|------|-------------|---------------------|------|-------------|-------------------|------|-------------|-----------|------|-------------|-----------|------|-------------|
|   | $\bar{X}$             | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$          | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$           | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$         | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$ | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$ | SD   | ระดับ       |
|   |                       |      | ความพึงพอใจ |                    |      | ความพึงพอใจ |                     |      | ความพึงพอใจ |                   |      | ความพึงพอใจ |           |      | ความพึงพอใจ |           |      | ความพึงพอใจ |
| 1. อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง            | 4.59                  | 0.55 | มากที่สุด   | 4.42               | 0.84 | มากที่สุด   | 4.19                | 0.75 | มาก         | 4.43              | 0.79 | มากที่สุด   | 3.82      | 1.33 | มาก         | 4.47      | 0.74 | มากที่สุด   |
| 2. สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด | 4.46                  | 0.58 | มากที่สุด   | 4.38               | 0.76 | มากที่สุด   | 3.86                | 1.05 | มาก         | 4.17              | 1.01 | มาก         | 3.58      | 0.79 | มาก         | 4.26      | 0.85 | มากที่สุด   |
| 3. ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก      | 4.54                  | 0.53 | มากที่สุด   | 4.46               | 0.71 | มากที่สุด   | 4.00                | 0.91 | มาก         | 4.14              | 0.94 | มาก         | 3.82      | 0.98 | มาก         | 4.49      | 0.80 | มากที่สุด   |
| 4. พื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ                         | 3.64                  | 1.07 | มาก         | 3.66               | 0.99 | มาก         | 3.56                | 1.16 | มาก         | 3.77              | 1.02 | มาก         | 2.75      | 1.14 | ปานกลาง     | 3.14      | 1.34 | ปานกลาง     |
| 5. มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้                   | 3.99                  | 0.90 | มาก         | 4.02               | 0.98 | มาก         | 3.57                | 1.17 | มาก         | 4.09              | 0.97 | มาก         | 3.45      | 0.82 | มาก         | 3.95      | 1.12 | มาก         |
| 6. มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง           | 4.34                  | 0.70 | มากที่สุด   | 4.25               | 0.90 | มากที่สุด   | 4.00                | 0.79 | มาก         | 4.17              | 0.94 | มาก         | 3.64      | 1.03 | มาก         | 4.09      | 0.95 | มาก         |

ตารางที่ 4-70 (ต่อ)

| ข้อความ                                | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |      |             | พนักงานบริษัทเอกชน |      |             | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |      |             | นักเรียน/นักศึกษา |      |             | แม่บ้าน   |      |             | อื่นๆ     |      |             |
|--|-----------------------|------|-------------|--------------------|------|-------------|---------------------|------|-------------|-------------------|------|-------------|-----------|------|-------------|-----------|------|-------------|
|  | $\bar{X}$             | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$          | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$           | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$         | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$ | SD   | ระดับ       | $\bar{X}$ | SD   | ระดับ       |
|  |                       |      | ความพึงพอใจ |                    |      | ความพึงพอใจ |                     |      | ความพึงพอใจ |                   |      | ความพึงพอใจ |           |      | ความพึงพอใจ |           |      | ความพึงพอใจ |
| 7. ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล | 4.03                  | 0.73 | มาก         | 4.00               | 0.85 | มาก         | 3.58                | 1.08 | มาก         | 3.91              | 0.97 | มาก         | 2.91      | 1.04 | ปานกลาง     | 3.56      | 1.10 | มาก         |
| รวม                                    | 4.23                  | 0.52 | มากที่สุด   | 4.15               | 0.75 | มาก         | 3.76                | 0.89 | มาก         | 4.01              | 0.99 | มาก         | 3.38      | 0.75 | ปานกลาง     | 3.99      | 0.69 | มาก         |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และมีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.59, 4.54, 4.46 และ 4.34 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ระบบการทิ้งและกำจัดขยะ และสิ่งปฏิกูล มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.03, 3.99 และ 3.64 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และมีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.46, 4.42, 4.38 และ 4.25 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.02, 4.00 และ 3.66 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด ระบบการทิ้งและกำจัดขยะ และสิ่งปฏิกูล มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.00, 4.00, 3.86, 3.58, 3.57 และ 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.43 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.17, 4.14, 4.09, 3.91 และ 3.77 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและ

กำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.82, 3.82, 3.64, 3.58, 3.45, 2.91 และ 2.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก อาคารถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง และสภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณ โดยรอบมีความสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.49, 4.47 และ 4.26 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ และระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09, 3.95 และ 3.56 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม พื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.14

ตารางที่ 4-71 ความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้

| ข้อคำถาม                                     | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |      |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|--|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ขนาดของห้องพัก                            | 3.95               | 1.67 | มาก              | 3.85                | 0.94 | มาก              | 4.02                | 0.80 | มาก              | 4.17                | 0.83 | มาก              | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 3.82               | 1.25 | มาก              |
| 2. จำนวนห้องพักมีเพียงพอ                     | 3.71               | 1.11 | มาก              | 3.90                | 0.93 | มาก              | 4.05                | 0.69 | มาก              | 4.13                | 0.92 | มาก              | 4.00                | 0.00 | มาก              | 4.09               | 1.22 | มาก              |
| 3. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ | 3.72               | 1.03 | มาก              | 4.00                | 0.84 | มาก              | 3.78                | 0.85 | มาก              | 3.70                | 1.15 | มาก              | 4.00                | 0.82 | มาก              | 4.27               | 0.65 | มากที่สุด        |
| 4. การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์  | 3.82               | 1.05 | มาก              | 3.87                | 0.88 | มาก              | 3.76                | 0.77 | มาก              | 3.87                | 1.01 | มาก              | 4.00                | 0.82 | มาก              | 4.36               | 0.51 | มากที่สุด        |
| 5. ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น   | 3.96               | 1.01 | มาก              | 3.95                | 0.94 | มาก              | 3.73                | 0.94 | มาก              | 4.14                | 0.83 | มาก              | 4.75                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.08               | 1.00 | มาก              |
| 6. บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม     | 3.87               | 1.13 | มาก              | 3.98                | 0.91 | มาก              | 3.80                | 0.96 | มาก              | 4.27                | 0.77 | มากที่สุด        | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.18               | 1.25 | มาก              |

ตารางที่ 4-71 (ต่อ)

| ข้อคำถาม  | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |      |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|---|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|   | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 7. ความสะอาดของห้องพัก  | 4.09               | 1.00 | มาก              | 4.17                | 0.78 | มาก              | 4.32                | 0.70 | มากที่สุด        | 4.39                | 0.78 | มากที่สุด        | 4.00                | 0.00 | มาก              | 4.50               | 0.52 | มากที่สุด        |
| 8. ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม                                     | 3.94               | 1.05 | มาก              | 4.05                | 0.85 | มาก              | 4.02                | 0.77 | มาก              | 4.17                | 0.89 | มาก              | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.42               | 0.79 | มากที่สุด        |
| 9. สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พัก<br>โคมสแตย์ เช่น ทีวี<br>ตู้เสื้อผ้า | 3.47               | 1.14 | มาก              | 3.47                | 1.07 | มาก              | 3.74                | 0.79 | มาก              | 3.70                | 0.97 | มาก              | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 3.73               | 0.91 | มาก              |
| รวม   | 3.79               | 0.86 | มาก              | 3.92                | 0.70 | มาก              | 3.93                | 0.58 | มาก              | 4.05                | 0.79 | มาก              | 4.28                | 0.26 | มากที่สุด        | 4.21               | 0.70 | มากที่สุด        |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความสะอาดของห้องพัก ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ขนาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ จำนวนห้องพักมีเพียงพอ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักโฮมสเตย์ เช่น ทิว ทุ่งสีฟ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09, 3.96, 3.95, 3.94, 3.87, 3.82, 3.72, 3.71 และ 3.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความสะอาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น จำนวนห้องพักมีเพียงพอ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ ขนาดของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทิว ทุ่งสีฟ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.05, 4.00, 3.98, 3.95, 3.90, 3.87, 3.85 และ 3.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.32 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ ขนาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทิว ทุ่งสีฟ้า และห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.05, 4.02, 4.02, 3.80, 3.78, 3.76, 3.74 และ 3.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก และบริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.39 และ 4.27 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ขนาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น จำนวนห้องพักมีเพียงพอ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทิว ทุ่งสีฟ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.17, 4.17, 4.14, 4.13, 3.87, 3.70 และ 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของ

ห้องถิ่น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.75 ขนาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม และบริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50 เท่า ๆ กัน และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.25 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ และความสะดวกของห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 เท่า ๆ กัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ระดับมากที่สุดข้อคำถาม ความสะอาดของห้องพัก ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์ และการตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50, 4.42, 4.36 และ 4.27 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม จำนวนห้องพักมีเพียงพอ ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ขนาดของห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ เช่น ทีวี ตู้เสื้อผ้า ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.18, 4.09, 4.08, 3.82 และ 3.73 ตามลำดับ



ตารางที่ 4-72 ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการโดยรวม จำแนกตามระดับรายได้

| ข้อคำถาม                             | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |      |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|--------------------------------------|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|                                      | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ค่าห้องพัก                        | 3.85               | 0.90 | มาก              | 3.99                | 0.77 | มาก              | 3.78                | 0.87 | มาก              | 4.19                | 0.75 | มาก              | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.67               | 0.71 | มากที่สุด        |
| 2. ค่าบริการ<br>น้ำดื่ม              | 3.81               | 1.00 | มาก              | 3.90                | 0.94 | มาก              | 3.98                | 0.83 | มาก              | 4.05                | 0.78 | มาก              | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.63               | 0.74 | มากที่สุด        |
| 3. ค่าบริการ<br>อาหาร                | 3.91               | 0.89 | มาก              | 3.99                | 0.75 | มาก              | 4.02                | 0.87 | มาก              | 4.25                | 0.79 | มากที่สุด        | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.70               | 0.48 | มากที่สุด        |
| 4. ค่าบริการ<br>รถนำเที่ยว/<br>ขนส่ง | 3.53               | 0.99 | มาก              | 3.85                | 0.90 | มาก              | 3.89                | 0.75 | มาก              | 3.88                | 0.81 | มาก              | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.50               | 0.93 | มากที่สุด        |
| 5. การต่อรอง<br>ราคาค่าบริการ        | 3.69               | 0.88 | มาก              | 3.98                | 0.80 | มาก              | 3.61                | 0.83 | มาก              | 4.11                | 0.88 | มาก              | 4.33                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.71               | 0.76 | มากที่สุด        |
| รวม                                  | 3.81               | 0.80 | มาก              | 3.89                | 0.79 | มาก              | 3.86                | 0.65 | มาก              | 4.15                | 0.72 | มาก              | 4.38                | 0.48 | มากที่สุด        | 4.67               | 0.59 | มากที่สุด        |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านราคา ค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าห้องพัก ค่าบริการนำเที่ยว การต่อรองราคาค่าบริการ และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.91, 3.85, 3.81, 3.69 และ 3.53 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านราคา ค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าห้องพัก ค่าบริการอาหาร การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการนำเที่ยว และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.99, 3.99, 3.98, 3.90 และ 3.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านราคา ค่าบริการ ระดับมากในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าบริการอาหาร ค่าบริการนำเที่ยว ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ค่าห้องพัก และการต่อรองราคาค่าบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.02, 3.98, 3.89, 3.78 และ 3.61 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านราคา ค่าบริการ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ค่าบริการอาหาร ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.25 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ค่าห้องพัก การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการนำเที่ยว และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.11, 4.05 และ 3.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านราคา ค่าบริการ ระดับมากที่สุดในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่าห้องพัก ค่าบริการอาหาร การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการนำเที่ยว และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50, 4.50, 4.33, 4.25 และ 4.25 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านราคา ค่าบริการ ระดับมากที่สุดในทุกข้อคำถามเรียงตามลำดับ ดังนี้ การต่อรองราคาค่าบริการ ค่าบริการอาหาร ค่าห้องพัก ค่าบริการนำเที่ยว และค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.71, 4.70, 4.67, 4.63 และ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-73 ความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการโดยรวม จำแนกตามระดับรายได้

| ข้อความ   | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |       |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|---|--------------------|------|------------------|---------------------|-------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|   | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD    | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ระบบจองล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว   | 3.55               | 1.00 | มาก              | 3.75                | 0.84  | มาก              | 3.52                | 0.93 | มาก              | 4.00                | 1.03 | มาก              | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.43               | 0.79 | มากที่สุด        |
| 2. เครือข่ายกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท.              | 3.32               | 1.03 | ปานกลาง          | 3.51                | 0.92  | มาก              | 3.17                | 0.94 | ปานกลาง          | 3.26                | 1.10 | ปานกลาง          | 4.00                | 0.00 | มาก              | 4.00               | 1.00 | มาก              |
| 3. การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ    | 3.38               | 1.13 | ปานกลาง          | 3.35                | 0.96  | ปานกลาง          | 3.19                | 0.89 | ปานกลาง          | 3.22                | 0.94 | ปานกลาง          | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 2.75               | 1.26 | ปานกลาง          |
| 4. การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่างๆ ในชุมชน | 3.46               | 1.03 | มาก              | 3.42                | 0.93  | มาก              | 3.28                | 0.88 | ปานกลาง          | 3.11                | 1.02 | ปานกลาง          | 3.75                | 0.50 | มาก              | 3.25               | 1.71 | ปานกลาง          |
| รวม   | 3.52               | 0.93 | มาก              | 3.52                | 0.709 | มาก              | 3.33                | 0.79 | ปานกลาง          | 3.60                | 1.03 | มาก              | 4.13                | 0.14 | มาก              | 4.11               | 1.02 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว และการสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.55 และ 3.46 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ การบริการข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานของรัฐ และเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.38 และ 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. การสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และการบริการข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.75, 3.51, 3.42 และ 3.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน การบริการข้อมูลผ่านหน่วยงานของรัฐ และเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.52, 3.28, 3.19 และ 3.17 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมาก ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. การบริการข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานของรัฐ และการสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.26, 3.22 และ 3.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนของนักท่องเที่ยว และการบริการข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50 และ 4.25 มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. และการสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 และ 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบของล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนนักท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.43 มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ การสร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน และการบริการข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานของรัฐ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.25 และ 2.75

ตารางที่ 4-74 ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม จำแนกตามระดับรายได้

| ข้อคำถาม   | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |      |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|--|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. การโฆษณาทาง<br>โบรชัวร์ แผ่นพับ                                   | 2.94               | 1.01 | ปานกลาง          | 3.15                | 1.02 | ปานกลาง          | 2.95                | 0.85 | ปานกลาง          | 2.74                | 1.10 | ปานกลาง          | 4.00                | 0.00 | มาก              | 3.00               | 1.16 | ปานกลาง          |
| 2. เว็บไซต์  | 3.19               | 1.18 | ปานกลาง          | 3.32                | 1.10 | ปานกลาง          | 3.02                | 0.84 | ปานกลาง          | 3.15                | 1.18 | ปานกลาง          | 4.67                | 0.58 | มากที่สุด        | 2.75               | 0.96 | ปานกลาง          |
| 3. การบอกเล่าแบบ<br>ปากต่อปาก  | 3.68               | 0.91 | มาก              | 3.76                | 0.97 | มาก              | 3.77                | 0.84 | มาก              | 3.72                | 1.07 | มาก              | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.25               | 1.17 | มากที่สุด        |
| 4. การคิดป้ายประกาศ  | 2.97               | 0.90 | ปานกลาง          | 3.16                | 0.94 | ปานกลาง          | 3.12                | 0.83 | ปานกลาง          | 2.83                | 0.99 | ปานกลาง          | 4.00                | 0.00 | มาก              | 3.25               | 0.50 | ปานกลาง          |
| 5. การคิดป้ายบอกทาง  | 2.97               | 0.97 | ปานกลาง          | 3.22                | 0.96 | ปานกลาง          | 3.02                | 0.94 | ปานกลาง          | 2.90                | 1.12 | ปานกลาง          | 3.75                | 0.50 | มาก              | 3.17               | 0.75 | ปานกลาง          |
| 6. การโฆษณา<br>ประชาสัมพันธ์ผ่าน<br>ทาง อบต. ททท.                    | 3.13               | 1.15 | ปานกลาง          | 3.30                | 1.04 | ปานกลาง          | 2.93                | 0.80 | ปานกลาง          | 2.83                | 1.30 | ปานกลาง          | 3.33                | 0.58 | ปานกลาง          | 3.14               | 1.35 | ปานกลาง          |
| 7. การมีส่วนลดพิเศษ<br>สำหรับลูกค้าเดิม                              | 3.32               | 1.05 | ปานกลาง          | 3.39                | 1.04 | ปานกลาง          | 3.23                | 0.96 | ปานกลาง          | 3.78                | 1.06 | มาก              | 4.00                | 0.00 | มาก              | 3.67               | 1.63 | มาก              |
| 8. การโปรโมชั่นลด<br>ราคาในช่วงเทศกาล<br>และไม่ใช่อุตุ<br>ท่องเที่ยว | 3.27               | 0.97 | ปานกลาง          | 3.33                | 1.02 | ปานกลาง          | 3.27                | 0.87 | ปานกลาง          | 3.53                | 1.07 | มาก              | 4.00                | 0.00 | มาก              | 3.25               | 0.50 | ปานกลาง          |
| รวม  | 3.34               | 0.86 | ปานกลาง          | 3.42                | 0.92 | มาก              | 3.20                | 0.67 | ปานกลาง          | 3.31                | 0.95 | ปานกลาง          | 4.00                | 0.20 | ปานกลาง          | 3.80               | 1.01 | มาก              |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.68 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. การคิดป้ายประกาศ การคิดป้ายบอกทาง และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.68, 3.32, 3.27, 3.19, 3.13, 2.97 และ 2.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.76 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เว็บไซต์ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. การคิดป้ายบอกทาง การคิดป้ายประกาศ และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.39, 3.33, 3.32, 3.30, 3.22, 3.16 และ 3.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.77 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การคิดป้ายประกาศ เว็บไซต์ การคิดป้ายบอกทาง การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.27, 3.23, 3.12, 3.02, 3.02, 2.95 และ 2.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก และการ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.78, 3.72 และ 3.53 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม เว็บไซต์ การคิดป้ายบอกทาง การคิดป้ายประกาศ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อด. ททท. และการโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.15, 2.90, 2.83, 2.83 และ 2.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากที่สุดข้อคำถาม เว็บไซต์ และการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.67 และ 4.25 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม การโฆษณาทาง โบรชัวร์ แผ่นพับ การคิดป้ายประกาศ การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม และการ โปรโมชันลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 เท่า ๆ กัน และการคิดป้ายบอกทาง ด้วย

คะแนนเฉลี่ย 3.75 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อบรม. ททท. ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับมากในข้อคำถาม การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.25 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.67 มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม การโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว การติดป้ายประกาศ การติดป้ายบอกทาง การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อบรม. ททท. การโฆษณาทางโบรชัวร์ แผ่นพับ และเว็บไซต์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.25, 3.25, 3.17, 3.14, 3.00 และ 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-75 ความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้

| ข้อคำถาม   | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |      |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|--|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ความปลอดภัยของสถานที่พัก                            | 3.99               | 0.92 | มาก              | 3.92                | 0.91 | มาก              | 3.89                | 0.85 | มาก              | 4.05                | 0.90 | มาก              | 4.00                | 0.00 | มาก              | 4.42               | 0.90 | มากที่สุด        |
| 2. มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น       | 3.45               | 1.07 | มาก              | 3.52                | 1.04 | มาก              | 3.61                | 0.88 | มาก              | 3.57                | 1.08 | มาก              | 3.75                | 0.50 | มาก              | 3.82               | 1.08 | มาก              |
| 3. ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย | 4.09               | 0.80 | มาก              | 4.03                | 0.83 | มาก              | 4.02                | 0.76 | มาก              | 4.09                | 0.81 | มาก              | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.27               | 0.79 | มากที่สุด        |
| 4. อาหารมีความสะอาด                                    | 4.25               | 0.68 | มากที่สุด        | 4.10                | 0.87 | มาก              | 4.04                | 0.83 | มาก              | 4.32                | 0.65 | มากที่สุด        | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.75               | 0.45 | มากที่สุด        |
| 5. อาหารมีรสชาติดี                                     | 4.22               | 0.82 | มากที่สุด        | 4.08                | 0.92 | มาก              | 4.15                | 0.76 | มาก              | 4.23                | 0.75 | มากที่สุด        | 4.75                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.75               | 0.45 | มากที่สุด        |
| 6. บริการอาหารท้องถิ่น                                 | 4.07               | 0.98 | มาก              | 3.97                | 0.97 | มาก              | 4.00                | 0.88 | มาก              | 4.17                | 0.89 | มาก              | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.50               | 0.71 | มากที่สุด        |
| 7. มีระบบการชำระเงินวิธีต่างๆ ให้เลือก                 | 3.07               | 1.14 | ปานกลาง          | 3.26                | 1.09 | ปานกลาง          | 3.27                | 1.07 | ปานกลาง          | 3.53                | 0.94 | มาก              | 4.00                | 0.82 | มาก              | 3.71               | 0.76 | มาก              |



| ข้อคำถาม   | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |      |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|--|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|  | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 8. มีบริการท่องเที่ยวแบบแพคเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร | 3.64               | 1.21 | มาก              | 3.86                | 0.88 | มาก              | 3.95                | 0.83 | มาก              | 4.19                | 0.93 | มาก              | 3.75                | 0.50 | มาก              | 4.56               | 0.53 | มากที่สุด        |
| 9. การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น                  | 3.98               | 0.88 | มาก              | 3.84                | 0.93 | มาก              | 3.83                | 0.88 | มาก              | 4.17                | 0.94 | มาก              | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.45               | 0.69 | มากที่สุด        |
| 10. บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง                               | 3.91               | 1.03 | มาก              | 3.84                | 0.88 | มาก              | 3.83                | 0.89 | มาก              | 4.00                | 0.91 | มาก              | 4.00                | 0.82 | มาก              | 4.55               | 0.69 | มากที่สุด        |
| 11. บริการน้ำประปา                                       | 3.78               | 1.03 | มาก              | 3.89                | 0.87 | มาก              | 3.85                | 0.75 | มาก              | 4.14                | 0.91 | มาก              | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.45               | 0.69 | มากที่สุด        |
| 12. อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด                     | 3.84               | 1.04 | มาก              | 3.94                | 0.89 | มาก              | 3.96                | 0.75 | มาก              | 3.91                | 0.92 | มาก              | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.42               | 0.90 | มากที่สุด        |
| 13. พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์                     | 3.24               | 1.24 | ปานกลาง          | 3.51                | 1.02 | มาก              | 3.51                | 0.91 | มาก              | 3.50                | 1.23 | มาก              | 3.75                | 0.50 | มาก              | 3.90               | 1.29 | มาก              |
| รวม  | 3.84               | 0.70 | มาก              | 3.83                | 0.69 | มาก              | 3.83                | 0.59 | มาก              | 3.99                | 0.74 | มาก              | 4.17                | 0.13 | มาก              | 4.34               | 0.59 | มากที่สุด        |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อาหารมีความสะอาด และอาหารมีรสชาติดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.25 และ 4.22 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย บริการอาหารท้องถิ่น ความปลอดภัยของสถานที่พัก การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอ และสะอาด บริการน้ำประปา มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร และมีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.09, 4.07, 3.99, 3.98, 3.91, 3.84, 3.78, 3.64 และ 3.45 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.24 และ 3.07

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากในข้อคำถาม อาหารมีความสะอาด อาหารมีรสชาติดี ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย บริการอาหารท้องถิ่น อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด ความปลอดภัยของสถานที่พัก บริการน้ำประปา มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการไฟฟ้า แสงสว่าง มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และพาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.10, 4.08, 4.03, 3.97, 3.94, 3.92, 3.89, 3.86, 3.84, 3.84, 3.52 และ 3.51 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากในข้อคำถาม อาหารมีรสชาติดี อาหารมีความสะอาด ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย บริการอาหารท้องถิ่น อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร ความปลอดภัยของสถานที่พัก บริการน้ำประปา การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และพาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.15, 4.04, 4.02, 4.00, 3.96, 3.95, 3.89, 3.85, 3.83, 3.83, 3.61 และ 3.51 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับปานกลางในข้อคำถาม มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในการสอบถาม อาหารมีความสะอาด และอาหารมีรสชาติดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.32 และ 4.23 มีความพึงพอใจระดับมากในการสอบถาม มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร บริการอาหารท้องถิ่น การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการน้ำประปา ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ความปลอดภัยของสถานที่พัก บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก และพาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.19, 4.17, 4.17, 4.14, 4.09, 4.05, 4.00, 3.91, 3.57, 3.53 และ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในการสอบถาม อาหารมีรสชาติดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.75 อาหารมีความสะอาด บริการอาหารท้องถิ่น และอุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.50 เท่า ๆ กัน ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และบริการน้ำประปา ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.25 เท่า ๆ กัน มีความพึงพอใจระดับมากในการสอบถาม ความปลอดภัยของสถานที่พัก มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก และบริการไฟฟ้า – แสงสว่าง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 เท่า ๆ กัน มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร และพาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.75 เท่า ๆ กัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ระดับมากที่สุดในการสอบถาม อาหารมีรสชาติดี อาหารมีความสะอาด มีบริการท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร บริการไฟฟ้า – แสงสว่าง บริการอาหารท้องถิ่น การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริการน้ำประปา อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด ความปลอดภัยของสถานที่พัก และภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.75, 4.75, 4.56, 4.55, 4.50, 4.45, 4.45, 4.42, 4.42 และ 4.27 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในการสอบถาม พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์ มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และมีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.90, 3.82 และ 3.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-76 ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการโดยรวม จำแนกตามระดับรายได้

| ข้อคำถาม                              | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |      |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|---------------------------------------|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|                                       | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น | 4.39               | 0.80 | มากที่สุด        | 4.51                | 0.68 | มากที่สุด        | 4.43                | 0.72 | มากที่สุด        | 4.48                | 0.79 | มากที่สุด        | 5.00                | 0.00 | มากที่สุด        | 4.91               | 0.30 | มากที่สุด        |
| 2. กริยามารยาทที่ดี                   | 4.44               | 0.65 | มากที่สุด        | 4.44                | 0.75 | มากที่สุด        | 4.40                | 0.71 | มากที่สุด        | 4.36                | 0.79 | มากที่สุด        | 5.00                | 0.00 | มากที่สุด        | 4.91               | 0.30 | มากที่สุด        |
| 3. แต่งกายสะอาด                       | 3.99               | 0.93 | มาก              | 4.16                | 0.83 | มาก              | 4.19                | 0.71 | มาก              | 4.14                | 0.94 | มาก              | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.55               | 0.69 | มากที่สุด        |
| 4. เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว  | 4.03               | 0.95 | มาก              | 4.19                | 0.85 | มาก              | 4.19                | 0.74 | มาก              | 4.27                | 0.77 | มากที่สุด        | 4.75                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.78               | 0.44 | มากที่สุด        |
| 5. เป็นกันเองเป็นมิตร                 | 4.38               | 0.79 | มากที่สุด        | 4.47                | 0.74 | มากที่สุด        | 4.43                | 0.62 | มากที่สุด        | 4.48                | 0.73 | มากที่สุด        | 5.00                | 0.00 | มากที่สุด        | 4.92               | 0.29 | มากที่สุด        |
| 6. การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ๆ     | 3.68               | 1.05 | มาก              | 3.86                | 0.87 | มาก              | 3.89                | 0.80 | มาก              | 4.14                | 1.01 | มาก              | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.50               | 0.71 | มากที่สุด        |
| 7. ความสามารถในการสื่อข้อความ         | 3.93               | 0.85 | มาก              | 4.04                | 0.81 | มาก              | 4.09                | 0.69 | มาก              | 4.24                | 0.79 | มากที่สุด        | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.60               | 0.70 | มากที่สุด        |
| 8. ความรวดเร็วในการบริการ             | 4.10               | 0.83 | มาก              | 4.20                | 0.85 | มาก              | 4.22                | 0.66 | มากที่สุด        | 4.43                | 0.73 | มากที่สุด        | 4.25                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.73               | 0.65 | มากที่สุด        |
| 9. ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ       | 3.99               | 0.87 | มาก              | 4.05                | 0.85 | มาก              | 4.20                | 0.69 | มาก              | 4.29                | 0.78 | มากที่สุด        | 4.00                | 0.00 | มาก              | 4.36               | 0.67 | มากที่สุด        |
| รวม                                   | 4.06               | 0.78 | มาก              | 4.22                | 0.68 | มากที่สุด        | 4.22                | 0.62 | มากที่สุด        | 4.35                | 0.73 | มากที่สุด        | 4.56                | 0.91 | มากที่สุด        | 4.65               | 0.43 | มากที่สุด        |

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้าน ผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ภิยามารยาทที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น และเป็นกันเอง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.44, 4.39 และ 4.38 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับ ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการ เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่งกายสะอาด ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.10, 4.03, 3.99, 3.99, 3.93 และ 3.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น เป็นกันเอง และภิยามารยาทที่ดี ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.51, 4.47 และ 4.44 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการบริการ เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่งกายสะอาด ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.19, 4.16, 4.05, 4.04 และ 3.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น เป็นกันเอง ภิยามารยาทที่ดี และความเร็วในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.43, 4.43, 4.40 และ 4.22 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ แต่งกายสะอาด เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการสื่อข้อความ และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.19, 4.19, 4.09 และ 3.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น เป็นกันเอง ความรวดเร็วในการบริการ ภิยามารยาทที่ดี ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการสื่อข้อความ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.48, 4.48, 4.43, 4.36, 4.29, 4.27 และ 4.24 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ แต่งกายสะอาด และการสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.14 เท่าๆ กัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ได้แก่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น ภิยามารยาทที่ดี และเป็นกันเอง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 5.00 เท่า ๆ กัน เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และแต่งกายสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.75 และ 4.50 การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ ความสามารถในการสื่อข้อความ และความเร็วในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.25 เท่า ๆ กัน มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้าน  
ผู้ให้บริการระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้ เป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น  
กริยามารยาทที่ดี เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว ความรวดเร็วในการบริการ ความสามารถในการ  
การสื่อข้อความ แต่งกายสะอาด การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ และความถูกต้องรอบคอบ  
ในการบริการ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.92, 4.91, 4.91, 4.78, 4.73, 4.60, 4.55, 4.50 และ 4.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-77 ความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรวม จำแนกตามระดับรายได้

| ข้อคำถาม  | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                  | 10,001 – 20,000 บาท |      |                  | 20,001 – 30,000 บาท |      |                  | 30,001 – 40,000 บาท |      |                  | 40,001 – 50,000 บาท |      |                  | มากกว่า 50,000 บาท |      |                  |
|---|--------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|---------------------|------|------------------|--------------------|------|------------------|
|   | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความพึงพอใจ |
| 1. อาคารถ่ายเท<br>สะดวก และมีแสง<br>สว่างส่องถึง                | 4.35               | 0.87 | มากที่สุด        | 4.43                | 0.73 | มากที่สุด        | 4.31                | 0.79 | มากที่สุด        | 4.55                | 0.67 | มากที่สุด        | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด        | 4.92               | 0.29 | มากที่สุด        |
| 2. สภาพแวดล้อม<br>บริเวณภายในและ<br>บริเวณโดยรอบมี<br>ความสะอาด | 4.20               | 0.95 | มาก              | 4.27                | 0.76 | มากที่สุด        | 4.26                | 0.74 | มากที่สุด        | 4.27                | 0.83 | มากที่สุด        | 4.25                | 0.96 | มากที่สุด        | 4.67               | 0.49 | มากที่สุด        |
| 3. ทิวทัศน์ที่<br>สามารถมองเห็นได้<br>โดยรวมจาก<br>ห้องพัก      | 4.24               | 0.82 | มากที่สุด        | 4.45                | 0.74 | มากที่สุด        | 4.39                | 0.65 | มากที่สุด        | 4.30                | 0.97 | มากที่สุด        | 4.75                | 0.50 | มากที่สุด        | 4.83               | 0.39 | มากที่สุด        |
| 4. พื้นที่จอดรถหรือ<br>ลานจอดรถ                                 | 3.44               | 1.19 | มาก              | 3.56                | 1.08 | มาก              | 3.57                | 0.95 | มาก              | 3.55                | 1.27 | มาก              | 3.75                | 0.96 | มาก              | 3.90               | 1.45 | มาก              |
| 5. มีความร่มรื่นด้วย<br>ต้นไม้ ดอกไม้                           | 3.95               | 1.08 | มาก              | 3.98                | 0.91 | มาก              | 3.67                | 1.01 | มาก              | 3.91                | 1.08 | มาก              | 4.25                | 0.96 | มากที่สุด        | 4.55               | 0.69 | มากที่สุด        |

ตารางที่ 4-77 (ต่อ)

| ข้อคำถาม   | ไม่เกิน 10,000 บาท |      |                      | 10,001 – 20,000 บาท |      |                      | 20,001 – 30,000 บาท |      |                      | 30,001 – 40,000 บาท |      |                      | 40,001 – 50,000 บาท |      |                      | มากกว่า 50,000 บาท |      |                      |
|--|--------------------|------|----------------------|---------------------|------|----------------------|---------------------|------|----------------------|---------------------|------|----------------------|---------------------|------|----------------------|--------------------|------|----------------------|
|  | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$           | S.D. | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$           | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ | $\bar{X}$          | SD   | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
| 6. มีความเป็น<br>ธรรมชาติ<br>ปราศจากสิ่งปรุง<br>แต่ง | 4.11               | 0.96 | มาก                  | 4.24                | 0.84 | มากที่สุด            | 4.11                | 0.77 | มาก                  | 4.13                | 0.82 | มาก                  | 4.75                | 0.50 | มากที่สุด            | 4.82               | 0.41 | มากที่สุด            |
| 7. ระบบการทิ้งและ<br>กำจัดขยะและสิ่ง<br>ปฏิกูล       | 3.74               | 1.02 | มาก                  | 3.89                | 0.89 | มาก                  | 3.74                | 0.86 | มาก                  | 3.86                | 1.04 | มาก                  | 4.50                | 0.58 | มากที่สุด            | 4.00               | 1.00 | มาก                  |
| รวม  | 3.92               | 0.88 | มาก                  | 4.12                | 0.68 | มาก                  | 4.01                | 0.61 | มาก                  | 4.10                | 0.80 | มาก                  | 4.39                | 0.49 | มากที่สุด            | 4.55               | 0.45 | มากที่สุด            |



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง และทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.35 และ 4.24 มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุ้งแต่ง มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.20, 4.11, 3.95, 3.74 และ 3.44 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และมีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุ้งแต่ง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.45, 4.43, 4.27 และ 4.24 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.98, 3.89 และ 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง และสภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.39, 4.31 และ 4.26 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุ้งแต่ง ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.11, 3.74, 3.67 และ 3.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก และสภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.55, 4.30 และ 4.27 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุ้งแต่ง มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.13, 3.91, 3.86 และ 3.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 40,001 - 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุดในข้อคำถาม ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจาก

ห้องพัก มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุ้งแต่ง อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.75, 4.75, 4.50, 4.50, 4.25, 4.25 และ 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ระดับมากที่สุด ในข้อคำถาม อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง ทิวทัศน์ที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก มีความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุ้งแต่ง สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด และมีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.92, 4.83, 4.82, 4.67 และ 4.55 ตามลำดับ มีความพึงพอใจระดับมากในข้อคำถาม ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล และพื้นที่จอดรถหรือลานจอดรถ ด้วยคะแนนเฉลี่ย 4.00 และ 3.90

#### ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4-78 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก โฮมสเตย์ กับอายุ

| ตัวแปร   | อายุ   |                |     |
|--|--------|----------------|-----|
|  | r      | Sig.(2-tailed) | n   |
| ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมเยียนของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) | -0.005 | 0.942          | 249 |
| ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา              | 0.066  | 0.317          | 233 |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา                                   | 0.251  | 0.000**        | 225 |
| ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง   | 0.058  | 0.316          | 297 |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้  | 0.121  | 0.039*         | 291 |
| จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์   | -0.109 | 0.058          | 300 |
| ระดับความพึงพอใจรวม  | -0.086 | 0.141          | 295 |

ตารางที่ 4-78 (ต่อ)

| ตัวแปร                       | อายุ   |                |     |
|------------------------------|--------|----------------|-----|
|                              | r      | Sig.(2-tailed) | n   |
| ลักษณะของที่พักรแบบโฮมสเตย์  | -0.237 | 0.000**        | 295 |
| ราคาค่าบริการ                | 0.033  | 0.597          | 258 |
| ช่องทางการให้บริการ          | -0.063 | 0.314          | 254 |
| การส่งเสริมการตลาด           | 0.014  | 0.813          | 270 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ | -0.014 | 0.815          | 293 |
| ผู้ให้บริการ                 | -0.038 | 0.523          | 291 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม         | -0.158 | 0.007**        | 289 |

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-78 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (2549) ( $r = 0.251$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ ) อีกทั้งยังมีความสัมพันธ์กับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง ( $r = -0.237$ ) และการจัดการสภาพแวดล้อม ( $r = -0.158$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ ) นอกจากนั้น ยังมีความสัมพันธ์ กับลักษณะของที่พักรแบบโฮมสเตย์ ( $r = -0.237$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .05$ )

อายุของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักรโฮมสเตย์ ระดับความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักรแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ และผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4-79 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวใน  
เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 49)

| ตัวแปร   | ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชม |                |     |
|--|--|----------------|-----|
|  | r  | Sig.(2-tailed) | n   |
| ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทาง<br>ท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน<br>6 เดือนที่ผ่านมา | 0.048                                      | 0.457          | 238 |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของ<br>นักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ไม่<br>รวมผู้ตอบ)      | -0.070                                     | 0.288          | 230 |
| ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง   | -0.102                                     | 0.106          | 251 |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้  | -0.079                                     | 0.212          | 249 |
| จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์   | 0.006                                      | 0.924          | 256 |
| ระดับความพึงพอใจรวม  | 0.030                                      | 0.640          | 252 |
| ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์  | 0.007                                      | 0.915          | 252 |
| ราคาค่าบริการ  | -0.045                                     | 0.501          | 224 |
| ช่องทางการให้บริการ  | 0.033                                      | 0.630          | 219 |
| การส่งเสริมการตลาด   | 0.054                                      | 0.409          | 234 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ   | 0.035                                      | 0.580          | 251 |
| ผู้ให้บริการ   | 0.007                                      | 0.918          | 250 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม   | 0.032                                      | 0.618          | 248 |

ตารางที่ 4-79 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและ  
เยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละ  
ครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6  
เดือนที่ผ่านมา ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ ระดับ  
ความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ  
การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการ  
สภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4-80 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว  
ใน 6 เดือนที่ผ่านมา

| ตัวแปร  | ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว |                |     |
|---|--|----------------|-----|
|   | r  | Sig.(2-tailed) | n   |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของ<br>นักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ไม่<br>รวมผู้ตอบ) | 0.177                                      | 0.007**        | 228 |
| ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง  | -0.096                                     | 0.142          | 233 |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้   | 0.052                                      | 0.433          | 231 |
| จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์  | 0.183                                      | 0.005**        | 238 |
| ระดับความพึงพอใจรวม   | 0.096                                      | 0.144          | 234 |
| ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์   | 0.109                                      | 0.096          | 234 |
| ราคาค่าบริการ   | 0.081                                      | 0.247          | 208 |
| ช่องทางการให้บริการ   | 0.152                                      | 0.030*         | 204 |
| การส่งเสริมการตลาด  | 0.119                                      | 0.081          | 217 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ  | 0.035                                      | 0.599          | 233 |
| ผู้ให้บริการ  | 0.052                                      | 0.427          | 232 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม  | 0.081                                      | 0.224          | 230 |

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-80 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทาง  
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางใน 6 เดือนที่ผ่านมา ( $r = 0.177$ )  
และช่องทางการให้บริการ ( $r = 0.152$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
( $Sig. < .01$ ) นอกจากนั้น ยังมีความสัมพันธ์กับจำนวนวันที่พัก ( $r = 0.183$ ) ลักษณะเป็นไปใน  
ทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .05$ ) ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว  
ของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระดับ  
ความพึงพอใจ ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ การส่งเสริมการตลาด การ  
จัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4-81 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา  
(ไม่รวมผู้ตอบ)

| ตัวแปร                        | จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว |                |     |
|-------------------------------|---|----------------|-----|
|                               | r   | Sig.(2-tailed) | n   |
| ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง          | -0.103  | 0.123          | 225 |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี  | 0.371   | 0.000**        | 224 |
| จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์        | -0.175  | 0.008*         | 230 |
| ระดับความพึงพอใจรวม           | 0.113   | 0.091          | 226 |
| ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ | 0.047   | 0.480          | 226 |
| ราคาค่าบริการ                 | 0.093   | 0.185          | 204 |
| ช่องทางการให้บริการ           | 0.106   | 0.135          | 199 |
| การส่งเสริมการตลาด            | 0.181   | 0.009**        | 210 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ  | 0.093   | 0.164          | 225 |
| ผู้ให้บริการ                  | 0.059   | 0.376          | 224 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม          | 0.057   | 0.397          | 224 |

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-81 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี ( $r = 0.371$ ) และการส่งเสริมการตลาด ( $r = 0.181$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ ) นอกจากนี้ ยังมีความสัมพันธ์กับจำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ ( $r = -0.175$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .05$ )

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง ระดับความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4-82 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง

| ตัวแปร                        | ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง |                |     |
|-------------------------------|----------------------|----------------|-----|
|                               | r                    | Sig.(2-tailed) | n   |
| จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี  | -0.248               | 0.000**        | 296 |
| จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์        | 0.059                | 0.307          | 303 |
| ระดับความพึงพอใจรวม           | 0.144                | 0.012*         | 300 |
| ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ | 0.108                | 0.063          | 300 |
| ราคาค่าบริการ                 | 0.101                | 0.103          | 264 |
| ช่องทางการให้บริการ           | 0.038                | 0.541          | 260 |
| การส่งเสริมการตลาด            | 0.156                | 0.009**        | 276 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ  | 0.218                | 0.000**        | 299 |
| ผู้ให้บริการ                  | 0.103                | 0.077          | 297 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม          | 0.047                | 0.424          | 295 |

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-82 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี ลักษณะเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (*Sig.* < .01) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด ( $r = 0.159$ ) และค่าบริการ ( $r = 0.218$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (*Sig.* < .01) นอกจากนั้น ยังมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจรวม ( $r = 0.144$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (*Sig.* < .05)

ลักษณะผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับจำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4-83 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้

| ตัวแปร                        | จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ |                |     |
|-------------------------------|-------------------------------|----------------|-----|
|                               | r                             | Sig.(2-tailed) | n   |
| จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์        | -0.217                        | 0.000**        | 298 |
| ระดับความพึงพอใจรวม           | -0.044                        | 0.453          | 294 |
| ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ | 0.002                         | 0.974          | 294 |
| ราคาค่าบริการ                 | -0.059                        | 0.347          | 259 |
| ช่องทางการให้บริการ           | -0.072                        | 0.249          | 255 |
| การส่งเสริมการตลาด            | -0.062                        | 0.308          | 271 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ  | -0.040                        | 0.496          | 293 |
| ผู้ให้บริการ                  | -0.049                        | 0.404          | 291 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม          | 0.025                         | 0.669          | 289 |

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-83 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ กับจำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ ( $r = -0.217$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ )

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับจำนวนวันที่พัก ระดับความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4-84 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับจำนวนวันที่พักโฮมสเตย์

| ตัวแปร                        | จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ |                |     |
|-------------------------------|------------------------|----------------|-----|
|                               | r                      | Sig.(2-tailed) | n   |
| ระดับความพึงพอใจรวม           | 0.085                  | 0.139          | 303 |
| ลักษณะของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ | 0.133                  | 0.020*         | 303 |
| ราคาค่าบริการ                 | 0.021                  | 0.734          | 266 |



ตารางที่ 4-84 (ต่อ)

| ตัวแปร                       | จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ |                |     |
|------------------------------|------------------------|----------------|-----|
|                              | r                      | Sig.(2-tailed) | n   |
| ช่องทางการให้บริการ          | 0.113                  | 0.067          | 262 |
| การส่งเสริมการตลาด           | 0.047                  | 0.438          | 278 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ | 0.079                  | 0.169          | 301 |
| ผู้ให้บริการ                 | 0.050                  | 0.386          | 299 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม         | 0.059                  | 0.310          | 297 |

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-84 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ กับลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ( $r = 0.133$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .05$ )

จำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ กับระดับความพึงพอใจรวม ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4-85 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักโฮมสเตย์ กับด้านลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

| ตัวแปร                       | ลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ |                |     |
|------------------------------|-------------------------------|----------------|-----|
|                              | r                             | Sig.(2-tailed) | n   |
| ราคาค่าบริการ                | 0.555                         | 0.000**        | 266 |
| ช่องทางการให้บริการ          | 0.517                         | 0.000**        | 262 |
| การส่งเสริมการตลาด           | 0.442                         | 0.000**        | 278 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ | 0.718                         | 0.000**        | 301 |
| ผู้ให้บริการ                 | 0.619                         | 0.000**        | 299 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม         | 0.664                         | 0.000**        | 297 |

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-85 การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะที่พักรวมแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์กับราคาค่าบริการ ( $r = 0.555$ ) ช่องทางการให้บริการ ( $r = 0.517$ ) การส่งเสริมการตลาด ( $r = 0.442$ ) การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ( $r = 0.718$ ) ผู้ให้บริการ ( $r = 0.619$ ) และการจัดการสภาพแวดล้อม ( $r = 0.664$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ )

ตารางที่ 4-86 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพักโฮมสเตย์ กับด้านราคาค่าบริการ

| ตัวแปร                       | ราคาค่าบริการ |                |     |
|------------------------------|---------------|----------------|-----|
|                              | r             | Sig.(2-tailed) | n   |
| ช่องทางการให้บริการ          | 0.579         | 0.000**        | 244 |
| การส่งเสริมการตลาด           | 0.499         | 0.000**        | 254 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ | 0.677         | 0.000**        | 266 |
| ผู้ให้บริการ                 | 0.572         | 0.000**        | 264 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม         | 0.571         | 0.000**        | 263 |

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-86 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ราคาค่าบริการ มีความสัมพันธ์กับช่องทางการให้บริการ ( $r = 0.579$ ) การส่งเสริมการตลาด ( $r = 0.499$ ) การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ( $r = 0.677$ ) ผู้ให้บริการ ( $r = 0.572$ ) และการจัดการสภาพแวดล้อม ( $r = 0.571$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ )

ตารางที่ 4-87 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับด้านช่องทางการให้บริการ

| ตัวแปร                       | ช่องทางการให้บริการ |                |     |
|------------------------------|---------------------|----------------|-----|
|                              | r                   | Sig.(2-tailed) | n   |
| การส่งเสริมการตลาด           | 0.716               | 0.000**        | 251 |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ | 0.637               | 0.000**        | 262 |
| ผู้ให้บริการ                 | 0.438               | 0.000**        | 260 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม         | 0.516               | 0.000**        | 259 |

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-87 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด ( $r = 0.716$ ) การจัดการด้านกระบวนการต่างๆ ( $r = 0.637$ ) ผู้ให้บริการ ( $r = 0.438$ ) และการจัดการสภาพแวดล้อม ( $r = 0.516$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ )

ตารางที่ 4-88 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับด้านการส่งเสริมการตลาด

| ตัวแปร                       | การส่งเสริมการตลาด |                |     |
|------------------------------|--------------------|----------------|-----|
|                              | r                  | Sig.(2-tailed) | n   |
| การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ | 0.626              | 0.000**        | 278 |
| ผู้ให้บริการ                 | 0.389              | 0.000**        | 276 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม         | 0.448              | 0.000**        | 274 |

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-88 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ( $r = 0.626$ ) ผู้ให้บริการ ( $r = 0.389$ ) และการจัดการสภาพแวดล้อม ( $r = 0.448$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ )

ตารางที่ 4-89 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ

| ตัวแปร               | การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ |                |     |
|----------------------|------------------------------|----------------|-----|
|                      | r                            | Sig.(2-tailed) | n   |
| ผู้ให้บริการ         | 0.725                        | 0.000**        | 299 |
| การจัดการสภาพแวดล้อม | 0.701                        | 0.000**        | 297 |

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-89 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ ( $r = 0.725$ ) และการจัดการสภาพแวดล้อม ( $r = 0.701$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ )

ตารางที่ 4-90 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเดินทาง ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก  
โฮมสเตย์ กับด้านผู้ให้บริการ

| ตัวแปร               | ผู้ให้บริการ |                |     |
|----------------------|--------------|----------------|-----|
|                      | r            | Sig.(2-tailed) | n   |
| การจัดการสภาพแวดล้อม | 0.767        | 0.000**        | 297 |

\*\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4-90 แสดงการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการจัดการสภาพแวดล้อม ( $r = 0.767$ ) ลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $Sig. < .01$ )

### ข้อเสนอแนะ

นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ยกเว้นด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ดังนี้  
ด้านที่พัก

ที่พักแบบโฮมสเตย์ควรจัดบ้านพักแยกเป็นหลังเดี่ยวหลังเล็ก สำหรับพัก 1-2 คน และมีความเป็นส่วนตัวมากกว่านี้ หรือแบ่งบ้านเป็นโซนเพื่อความเป็นส่วนตัวที่ชัดเจนหรือกันเป็น ล็อค ๆ แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รักษาความเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมไม่โน้มไปเป็นเชิง พาณิชย์ มีการปรับภูมิทัศน์และความสะอาด มีต้นไม้และดอกไม้เยอะ ๆ เพื่อความเป็นธรรมชาติ

ควรปรับปรุงสถานที่อยู่เรื่อง ๆ จะดีมาก นอกจากนั้น ที่พักควรปิดมิดชิด เพราะมีช่องลอดอาจทำให้เด็กตกน้ำได้

ควรมีผ้าเช็ดตัว/รองเท้าและไว้คอยบริการ และปรับปรุงห้องน้ำให้มีความเป็นส่วนตัวมากกว่านี้ มีห้องน้ำและห้องอาบน้ำในตัวบ้านหรือใกล้ ๆ ห้องพัก พร้อมแยกห้องน้ำชาย – หญิง ติดตั้งชักโครก ควรปรับปรุงความสะอาดของที่นอน หมอนมุ้ง ผ้าห่ม

ควรจัดพัดลมเพื่อให้อากาศถ่ายเทและกันยุง เพราะเมื่อนอนกางมุ้งจะทำให้มีอากาศจะร้อนมาก ส่วนห้องแอร์ควรโล่งโปร่ง พร้อมจัดตู้เสื้อผ้า และ ไม้แขวนเสื้อไว้ให้ มีตู้ไว้สำหรับเก็บสิ่งของต่าง ๆ ให้มิดชิด ควรส่งเสริมการให้ความรู้ในด้านการตกแต่งห้องให้ดูทันสมัย และมีการรักษาความสะอาดที่พักและบริเวณโดยรอบ เช่น บริเวณทะเล และป่าชายเลนมีขยะก็ควรให้ความสำคัญในการรักษาความสะอาดให้มากขึ้นกว่านี้ พร้อมปรับปรุงทางเดินเข้าที่พักให้ดูสวยงามและมีไฟทางเดินเพื่อให้เกิดความปลอดภัย

#### ด้านบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเสนอแนะให้ปรับปรุงการให้บริการท่องเที่ยว โดยเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มากกว่าการดำน้ำมากกว่านี้ เช่น การพายเรือคายัก – แคนู พาไปตกปลาหมึก หรือมีกิจกรรมการเล่นพื้นบ้านให้ดู หรือมีไกด์ที่มีความรู้คอยแนะนำ อีกทั้งควรให้รายละเอียดเรื่องเวลาและกิจกรรมนำเที่ยวมากกว่านี้ น่าจะมีการบริการสำหรับผู้ที่มีค่าใช้จ่ายน้อย โดยคิดจาก โปรแกรมทัวร์ มีการชี้แจง โปรแกรมทัวร์ เพื่อการตัดสินใจของลูกค้า ควรแจ้งขอบเขตการเข้าพักของลูกค้า และการให้บริการของเจ้าของบ้านให้ถูกต้องเพื่อการเตรียมตัวในการเดินทาง

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวยังเสนอให้มีเครื่องดื่มต้อนรับลูกค้า ควรจัดทำใบปลิวประจำบ้านว่าสภาพอากาศเป็นอย่างไร เช่น ตอนดึก ๆ จะมียุง มีแมลงอะไรบ้าง มีไกด์นำเที่ยว มีทีวี มียากันยุง การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง และมีร้านสะดวกซื้อใกล้ ๆ

#### ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

นักท่องเที่ยวเสนอแนะให้ปรับปรุงป้ายตรงถนนใหญ่ควรมีมากกว่านี้ และเพิ่มเติมป้ายบอกทางเข้า ควรเพิ่มขนาดป้าย และมีภาษาอังกฤษกำกับด้วย

ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ เพื่อการเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ควรโฆษณาผ่านเว็บไซต์ ควรเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น มีการประสานงานกับ อบต. ททท. เพื่อเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ จัดทำโบรชัวร์ รายละเอียดของแพ็คเกจราคาที่พักที่ชัดเจน ฝากไว้ที่ ททท. ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัด และมีการจัดทำโฆษณาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ รัฐบาลควรมีส่วนเข้ามาประชาสัมพันธ์ให้ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ที่ยังขาดแคลนอยู่

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาคุณภาพการบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก: การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านท่องเที่ยว” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว-ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก จำแนกตามเพศ อายุ ระดับรายได้ต่อเดือนระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก จำแนกตามพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออก โดยเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2549 โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักแรมแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งมีจำนวนไม่แน่นอนตามฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ จึงเลือกขนาดตัวอย่าง โดยวิธีไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยระบุขนาดของตัวอย่างจำนวน 308 คน

#### สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษสามารถสรุปได้ ดังนี้

##### ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.6 มีอายุเฉลี่ย 34.81 ปี หรือ 34 ปี 10 เดือน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 55.2 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.2 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 35.8 ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 35.1

### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเดิมเฉลี่ย 2.22 ครั้ง ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งยาวนาน 2.72 วัน มีผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งเฉลี่ย 32.52 คน ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาเอง ร้อยละ 64.9 เพศหญิงใช้วิธีเดินทางมาเอง ร้อยละ 81.9 ส่วนเพศชายนิยมซื้อทัวร์มา ร้อยละ 14.8 ด้านผู้มีสถานภาพสมรสหม้าย/หย่าร้างนิยมใช้วิธีเดินทางมาเองสูงที่สุด ร้อยละ 93.8 ซึ่งแตกต่างจากผู้มีสถานภาพโสดใช้วิธีการซื้อทัวร์มามากที่สุด ร้อยละ 15.6

พาหนะที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นรถเช่า ร้อยละ 44.5 รองลงมาเป็นรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 41.6 ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน ร้อยละ 81.5 มีผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งเฉลี่ย 22.56 คน มีการวางแผนท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด ร้อยละ 86.4 โดยนิยมใช้วิธีเดินทางมาเองมากที่สุด ร้อยละ 58.1

นักท่องเที่ยวที่ใช้วิธีเดินทางโดยการซื้อทัวร์มักจะเป็นแบบเหมาจ่ายรวมราคาค่าบริการต่าง ๆ ได้แก่ ค่าพาหนะเดินทางทั้งหมดและค่าที่พัก จำนวนคืนพักเฉลี่ย 1.45 คืน รวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์แล้ว ร้อยละ 100 รองลงมารวมค่าอาหาร จำนวนเฉลี่ย 3.81 มื้อ ร้อยละ 29.3 และรวมค่าใช้จ่ายอื่น ๆ น้อยที่สุด ร้อยละ 9.8 โดยนักท่องเที่ยวนิยมซื้อทัวร์ผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agent) มากที่สุด ร้อยละ 39.0

นักท่องเที่ยวทั้งหมดเข้าพัก ณ ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 100 โดยเข้าพัก 1 คืนมากที่สุด ร้อยละ 54.2 รองลงมาเข้าพัก 2 คืน ร้อยละ 38.6 และเข้าพัก 4 และ 5 คืน น้อยที่สุด ร้อยละ 0.7 โดยที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่เข้าพักในครั้งนี้นักท่องเที่ยวมีการเข้าพักแรมเป็นครั้งแรก ร้อยละ 86.8 ส่วนใหญ่ชอบพักแยกออกจากเรือนของเจ้าของบ้าน ร้อยละ 56.8 ส่วนที่เหลือร้อยละ 43.2 เข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้านในหลังเดียวกัน โดยเป็นห้องพักประเภทบ้านริมทะเลมากที่สุด ร้อยละ 55.5 โดยมีสาเหตุที่เลือกพักแรมแบบโฮมสเตย์ดังกล่าว เนื่องจากเจ้าของบ้านมีทัศนคติมากที่สุด ร้อยละ 52.9 ส่วนใหญ่มีราคาที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มีราคาคืนละ 200 – 500 บาท/คน ร้อยละ 78.9 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการอาหารและเครื่องดื่มของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ร้อยละ 64.3 รองลงมาเป็นบริการคาราโอเกะ ร้อยละ 43.5 โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้บริการนวดแผนไทยในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มากที่สุด ร้อยละ 18.8 รองลงมาต้องการซื้อของฝาก/ของที่ระลึก ร้อยละ 15.6 ด้านกิจกรรมที่สถานที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชอบดำน้ำดูปะการัง ร้อยละ 49.4 รองลงมาพายเรือ ร้อยละ 29.9 ด้านกิจกรรมที่ต้องการทำมากที่สุด คือ กิจกรรมเก็บผลไม้กินเอง ร้อยละ 18.8 รองลงมา คือ ตกปลา/หาปลา/ดูนก ร้อยละ 15.3

โดยสื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ดังกล่าว ได้แก่ เพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 58.1 รองลงมาจากเว็บไซต์ ร้อยละ 14.9 และสื่อหนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ การแสดง นิทรรศการ การออกร้าน/บู๊ทแนะนำที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ตามเทศกาลต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อยที่สุดเท่า ๆ กัน ร้อยละ 0.3

### ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมแบบโฮมสเตย์

นักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจในด้านผู้ให้บริการหรือเจ้าของบ้านมากที่สุด รองลงมาด้านการจัดการสภาพแวดล้อม ด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ด้านราคาค่าบริการ ด้านการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องผู้ให้บริการหรือเจ้าของบ้านยิ้มแย้มแจ่มใสให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่นของผู้ให้บริการมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของผู้ให้บริการที่มีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ส่วนเรื่องการจัดการสภาพแวดล้อมของที่พักแรมให้มีอากาศถ่ายเทสะดวก แสงสว่างส่องถึง ความสะอาดของห้องพัก และการจัดการลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้นได้

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

อาจสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ตามลำดับ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีความสัมพันธ์ทางลบกับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง และการจัดการสภาพแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อายุของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง จำนวนวันที่พักแรมในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ระดับความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ และผู้ให้บริการ

ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในด้านต่อไปนี้เป็น ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละ



ครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา ลักษณะผู้ร่วมเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้ง นี้ จำนวนวันที่พักแรมในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ระดับความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวนวันที่พักแรมในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์และช่องทางการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้ง นี้ ระดับความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้ง นี้ และการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสัมพันธ์ทางลบกับจำนวนวันที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะผู้ร่วมเดินทาง ระดับความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

ลักษณะผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมการตลาด และระดับความพึงพอใจรวม การจัดการด้านกระบวนการด้านต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้ง นี้ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ลักษณะผู้ร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ ลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ทางลบกับจำนวนวันที่พักแรมในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนวันที่พักโฮมสเตย์ ระดับความพึงพอใจรวม ลักษณะของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ พบว่า

จำนวนวันที่พักผ่อนในที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับลักษณะที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์อย่างนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนวันที่พักผ่อนในที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจรวม ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม

ลักษณะที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยด้านผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการจัดการสภาพแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาวิจัยนี้มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และเทียบเคียงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยได้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกัน (ทางบวก) กับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ตั้งแต่ต้นปี 2549) และจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้มีแนวโน้มที่จะเข้าพักผ่อนแบบโฮมสเตย์มีจำนวนวันพักลดลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุไม่ชอบการเดินทางไกลที่ใช้ระยะเวลาานาน ๆ และนักท่องเที่ยวสูงอายุยังให้ความสำคัญกับผู้ร่วมเดินทางเป็นอย่างมาก ดังนั้นนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงอาจมีความต้องการการเอาใจใส่ดูแลและห่วงใยจากผู้ร่วมเดินทาง ซึ่งอาจเป็นลูกหลานหรือเพื่อนเมื่อเดินทางท่องเที่ยวจึงเดินทางลักษณะครอบครัวหรือเดินทางเป็นหมู่คณะใหญ่ ๆ โดยหน่วยงานมักจ่ายค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางท่องเที่ยวให้ จึงทำให้จำเป็นต้องจำกัดเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวและเวลาพักผ่อน ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นหมู่คณะมีจำนวนวันพักเพียง 1 - 2 วันเท่านั้นสอดคล้องกับทฤษฎีของความต้องการของมนุษย์ของ Abraham Maslow

ในความต้องการด้านร่างกาย ด้านความปลอดภัย ด้านความรักและยอมรับ และด้านการยกย่องนับถือ โดยปกตินักท่องเที่ยวสูงอายุมักจะเดินทางท่องเที่ยว โดยมีผู้ร่วมเดินทางมาด้วย ได้แก่ เพื่อนญาติ และลูกหลาน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ผ่านการตอบสนองความต้องการด้านร่างกายและความปลอดภัยมาแล้ว โดยที่พวกเขายังต้องการความรักและการยอมรับที่เป็นลำดับขั้นต่อไปนั่นเอง

ในด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวโดยวัดจากระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมาและจำนวนวันที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนแบบโฮมสเตย์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มระยะเวลาการเข้าพักผ่อนมากขึ้น ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปตามแนวทางเดียวกับการศึกษาของ วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ได้ให้แนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เกิดความประทับใจและพึงพอใจกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เนื่องจากคุณภาพการบริการจะประเมินได้จากประสบการณ์ที่ได้ใช้บริการนั้นไปแล้วหรืออยู่ระหว่างการรับบริการนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจคุณภาพการบริการของการจัดการการท่องเที่ยวที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์ด้านต่าง ๆ ซึ่งจะกล่าวถึงภายหลัง

สำหรับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวใน 6 เดือนที่ผ่านมายังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ ความพึงพอใจและการส่งเสริมการตลาด นั่นคือ จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวในอดีตเป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่มีผลต่อจำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี้ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเพราะนักท่องเที่ยวสามารถอนุมานความเหมาะสมของจำนวนผู้ร่วมเดินทางได้ดียิ่งขึ้น โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่พักผ่อนแบบโฮมสเตย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเกาะช้าง จังหวัดตราดมักเดินทางในลักษณะร่วมกันเป็นหมู่คณะ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่จัดโดยบริษัทและหน่วยงานเป็นส่วนใหญ่ดังกล่าวมาแล้ว ซึ่งหากมีการเดินทางซ้ำมักเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมจากหน่วยงานเดียวกันซึ่งมีความคุ้นเคยและสนิทสนมกันมาก่อน อีกทั้งปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์มีส่วนสนับสนุนให้มีการสื่อสารแบบปากต่อปากซึ่งสามารถกระจายไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เกิดการชักจูงกันมาร่วมเดินทางกันเป็นกลุ่มอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งใน 6 เดือนที่ผ่านมาและครั้งนี้มีจำนวนมาก ซึ่งทำให้จำนวนวันที่พักผ่อนในที่พักแบบโฮมสเตย์ลดลง ซึ่งได้ความสัมพันธ์เชิงลบ โดยสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการจัดการด้านการให้บริการห้องพักผ่อนแบบโฮมสเตย์ที่มีอยู่อย่างจำกัดของที่พักแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หากประมาณเป็นจำนวนห้องพักในการให้บริการ ซึ่งผลการวิจัยนี้แตกต่างกับผลการศึกษาของ อิตถิรัตน์ จันทร์แสงทอง (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยกับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาด้วยกัน จำนวนวันที่มาท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคต แต่ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานในด้านท่าเรือ ระบบไฟฟ้า ประปา และถนน มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งจากการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษากับนักท่องเที่ยวทั่วไป มิได้จำกัดเฉพาะนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่พำนักพักแรมแบบ โฮมสเตย์ ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาดูแตกต่างกัน

การวิจัยนี้ได้ผลการศึกษาน่าสนใจ กล่าวคือ จำนวนวันที่พักแรมในที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเข้าพักที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์ต่อคุณภาพการบริการด้านลักษณะที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์ แสดงให้เห็นว่า จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วยกันในแต่ละครั้งใน 6 เดือนที่ผ่านมาเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความพึงพอใจในด้านลักษณะที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์ที่มีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นอย่างมาก และด้วยเหตุผลข้างต้นที่กล่าวไว้แล้วว่านักท่องเที่ยวมักเดินทางเป็นหมู่คณะที่เป็นเพื่อนร่วมงาน ซึ่งรู้จักกันคุ้นกันคืออยู่แล้ว และเกิดความพึงพอใจที่ได้ท่องเที่ยวและเข้าพักแรมร่วมกัน ในขณะที่ดัชนีชี้วัดคุณภาพของที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์มาตรฐานที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านที่พักได้ถึง 7 ปัจจัย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2546) ซึ่งสามารถอธิบายผลการศึกษาดังกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมแบบ โฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยแบ่งพิจารณาเป็นรายด้าน 7 ด้าน คือ ลักษณะที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการหรือเจ้าของบ้านที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์เป็นปัจจัยสำคัญหลัก นอกจากนี้การจัดการสภาพแวดล้อม ลักษณะที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์ ราคาค่าบริการ การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ช่องทางการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าพักแรมแบบ โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวในระดับมาก ( $r \geq 0.70$ ) หากที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์มีระบบการจัดการที่ไม่ดีพอแล้วไม่ว่าจะเป็นในด้านใดจะส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวลดลงและจะไม่สามารถสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวได้ ดังรายละเอียดตามผลการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

ด้านลักษณะที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์เป็นตัวกำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อช่องทาง

การให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม แสดงให้เห็นว่า การจัดการด้านลักษณะที่พักแรมแบบโฮมสเตย์มีความสำคัญในการจัดการช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม ซึ่งสะท้อนถึงการบริหารจัดการที่เหมาะสมในปัจจุบันหลักที่จำเป็นต่อที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออก ทั้งนี้โดยอาศัยการออกแบบ ตกแต่ง และจัดการด้านห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในปี 2548 ด้านการพัฒนาศักยภาพของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของทั้ง 2 ที่พักแรม คือ จังหวัดระยองและเกาะช้าง จังหวัดตราด โดย วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ (2548) เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น ดังที่ มธุรส ปรายไพรี (2545) ได้กล่าวถึงว่าองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ซึ่งดำเนินการด้านที่พักของชาวบ้านในชุมชนให้แก่ผู้มาเยี่ยมชมด้วยความเต็มใจของเจ้าบ้าน โดยที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ก่อให้เกิดการจัดการกระบวนการจัดการด้านต่าง ๆ ที่ให้บริการต้องมีห้องพักหรือพื้นที่ที่สามารถรองรับและสามารถให้บริการแก่ผู้มาเยี่ยมชมได้ อันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน รวมถึงการที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจและความพึงพอใจในการเข้าพักแรมในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

ด้านราคาค่าบริการเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม แสดงให้เห็นว่า การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ การจัดการช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับราคาค่าบริการ ได้แก่ ค่าห้องพัก ค่าบริการนำเที่ยว ค่าบริการอาหาร ค่าบริการรถนำเที่ยว/ขนส่ง รวมถึงการที่นักท่องเที่ยวสามารถต่อรองราคาค่าบริการได้มีส่วนสำคัญที่ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผลการศึกษาที่สอดคล้องกับนิคม ประเมโท (2543) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีมากขึ้น คือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่านำเที่ยวที่เหมาะสมกับราคา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และมีบริษัทนำเที่ยวให้เลือกใช้หลากหลาย และยังสนับสนุนด้วยผลการศึกษาบางส่วนของ อัญมณี ชำกรม (2543) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อด้านราคาที่พักต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น ซึ่งแขกที่เข้าพักได้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

สำหรับด้านช่องทางการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด การจัดการ กระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม แสดงให้เห็นว่า ช่องทางการให้บริการ ได้แก่ การมีระบบการจองล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนทำให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ และการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว รวมทั้ง การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชนที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็นวิถีชีวิตและความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างและหลากหลาย มีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดการกระบวนการด้านต่าง ๆ ผู้ให้บริการ และการจัดการสภาพแวดล้อม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ อัญมณี ชำกรม (2543) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ โรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ดังกล่าวโดย พบว่า ปัจจัยส่วน ประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น คือ การจัดการสภาพแวดล้อม เช่น ห้องพักผ่อน ที่จอดรถสะดวก กิจการมารยาทของ พนักงาน มีบริการด้านอื่น ๆ ครบครัน และความหรูหราทันสมัย ตามลำดับ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลกระทบต่อการใช้บริการในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษไว้อีพี การลดราคา การจัดนิทรรศการ การแถมอาหารมื้อใดมื้อหนึ่ง การให้ส่วนลดพิเศษในการบริการ ด้านอื่น ๆ และการสะสมโบนัสจากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจใน คุณภาพบริการทั้ง 7 ด้านของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออก มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยเป็นการย้ำและยืนยันอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ว่าส่วนประสมการตลาดของบริการทั้ง 7 ด้าน มีส่วนสัมพันธ์ต่อกันและเอื้ออำนวยต่อกัน ดังที่ Kotler (2000) และ Payne (1993) ศึกษาไว้รวมทั้ง สนับสนุนแนวคิดด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าต้องอาศัยกระบวนการจัดการแบบบูรณา การความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการ หน่วยงานในท้องถิ่นระดับต่าง ๆ ตลอดจน ทรัพยากรจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติในชุมชนเพื่อนำมาสร้างความหลากหลาย และดึงดูดนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับการศึกษาของ Henderson, Chan, Loke & Teo (2004) ที่ ศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ในประเทศสิงคโปร์

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องการศึกษาคุณภาพการบริการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ของภาค ตะวันออก : การพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและ

การประกอบธุรกิจด้านท่องเที่ยวในด้านคุณภาพการบริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ได้นำเสนอในเบื้องต้นแล้วนั้น คณะผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นต่าง ๆ แบ่งเป็นประเด็นได้ ดังนี้

## 1. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นจากผลการศึกษาวิจัยเป็นประเด็นต่อไป

### 1.1 สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

1.1.1 ควรมีกำหนดหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นระยะ ๆ และต่อเนื่องเพื่อเสริมทักษะให้ชุมชนดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบความร่วมมือทั้งภายในชุมชน ระหว่างชุมชน รวมถึงการขยายตลาดไปสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น เพื่อดึงดูดเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนเป็นการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาพื้นบ้านอย่างยั่งยืน

1.1.2 ควรมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (Cluster) ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ของชุมชนไปสู่การปฏิบัติจริงในพื้นที่ และเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพของชุมชน โดยการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน 5 ประเภท คือ ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และระบบการขนส่งและคมนาคมที่เชื่อมโยงพันธมิตรธุรกิจท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1.1.3 ควรมีการประเมินและติดตามผลคุณภาพการบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ โดยควรวัดคุณภาพบริการของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์เป็นระยะ ๆ ก่อนและหลังในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวโดยนำผลไปปรับปรุงแก้ไข และใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้มีคุณภาพมาตรฐานของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์และสามารถกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาพักแรมได้อย่างสม่ำเสมอ

### 1.2 สำหรับการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมแบบโฮมสเตย์

1.2.1 ผู้ศึกษาวิจัยควรสอบถามความสะดวกและช่วงวันเวลาว่างจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้ชัดเจน เพราะบางครั้งคณะผู้วิจัยเข้าไปสอบถามช่วงเวลากิจกรรมทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีเวลาว่างเพียงพอที่จะให้ข้อมูล

1.2.2 คณะผู้วิจัยควรคำนึงถึงการเสริมความแม่นยำของข้อมูลโดยอาศัย

การเข้าไปมีส่วนร่วม และสร้างความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยวก่อนล่วงหน้า เพื่อรับรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเพื่อเตรียมการและวางแผนให้เกิดความพร้อมหรือความสนใจในการให้ข้อมูล

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยนี้ได้ข้อมูลและข้อสรุปจากการศึกษาครั้งเดียว ซึ่งได้รับข้อมูลในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นจึงควรศึกษาระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมเพื่อศึกษาถึงสาเหตุการมาพักซ้ำที่เดิม

2.2 การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ประสงค์จะได้รับความเพลิดเพลินร่วมไปกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ดังนั้นจึงควรศึกษาตัวแปรต้นการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนและหาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกับระดับการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน

2.3 การศึกษาด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมและความเข้าใจในเป้าหมายการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน โดยคนในชุมชน การศึกษาเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วม อุปสรรค และปัญหา ตลอดจนด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงควรศึกษาเพิ่มเติม

2.4 นโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยอาศัยชุมชน หน่วยงานรัฐ และหน่วยงานพิเศษต่าง ๆ ยังมีข้อจำกัดและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวดังกล่าวให้มีความยั่งยืน จึงควรศึกษาแนวทางและนโยบายในการส่งเสริมของหน่วยงานรัฐ และหน่วยงานพิเศษต่าง ๆ วิถีทางในการพัฒนาศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบที่พักรวมแบบโฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป



## บรรณานุกรม

- กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). *สถานการณ์การเข้าพักแรมตามสถานที่พักแรมในประเทศไทย*. วันที่ค้นข้อมูล 8 สิงหาคม 2549, เข้าถึงได้จาก <http://www.tat.or.th/knowledge.asp>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *แผนการพัฒนาแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ*. วันที่ค้นข้อมูล 8 สิงหาคม 2549, เข้าถึงได้จาก [http://www.homestaythai.org/curriculum/b2\\_018.php](http://www.homestaythai.org/curriculum/b2_018.php)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). *แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กฤษณี รื่นรัมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และสาวิกา อุดหนุนันท์. (2547). *การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด : สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น*. กรุงเทพฯ: อินโนกราฟฟิกส์.
- เกรียง จิตติจำเริญพร. (2545, กรกฎาคม-กันยายน). บ้านพักแรม = Homestay : chambre D'Hote. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 21(3), 4-8.
- ชูวิทย์ สิริเวชกุล. (2544, เมษายน-มิถุนายน). การท่องเที่ยวเชิงชุมชนและการจัด Homestay Community Based Tourism and Homestay. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 20(2), 43.
- จิราพร กองทอง. (2540). *ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามัธยมศึกษา, สาขาภูมิศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุฑามาศ จันทรัตน์ . (2541, เมษายน-มิถุนายน). การท่องเที่ยวก้าวไกล หัวใจอยู่ที่ความร่วมมือ. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 17(2), 9.
- นำชัย ทนุผล. (2542) *การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : แนวคิดและวิธีการ : เอกสารประกอบการสอนวิชา พท 322 (Ecotourism management : Concepts and Practices)*. กิจกรรมการท่องเที่ยวนิเวศ. เชียงใหม่: สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นิคม ประเมโท. (2543). *พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี*. การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปัญญา ชิมสื่อ. (2547). *การพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาน้ำหลวง-ห้วยกะเสม็ด จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

- พจนานวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). *การบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.)*. เชียงใหม่: โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มธุรส ปรานไพรี. (ธันวาคม 2545-พฤษภาคม 2546). โสมสแต่ย์กับการจัดการ. *วารสารราชภัฏเพชรบุรี*, 11(2), 36-40.
- รัชดาภรณ์ เรืองช่อ. (2545). *ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอม อำเภอคาบเชิง จังหวัดสุรินทร์*. การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วรรณมา ศิลปอาษา. (2544). “องค์การที่มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ. (2548). *การพัฒนาศักยภาพ ความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษาตำบลตะพง จังหวัดระยอง*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยวิทยาลัยบูรพา.
- \_\_\_\_\_ และคณะ. (2548). *การพัฒนาศักยภาพ ความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเกาะช้าง จังหวัดตราด*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยวิทยาลัยบูรพา.
- ศิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์. (2545, กรกฎาคม-กันยายน). กลยุทธ์และกระบวนการทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 14 (56), 83-95
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544). *โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549)*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ. (2544). *การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สมศักดิ์ เทพสุทิน. (2544, เมษายน-มิถุนายน). นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมนตรีประจำ  
 สำนักนายก. *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*, 20(2), 4.
- สาทิศ สุขอ่วมศรี. (2543). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชนคีรี ตำบลท่า อำเภอลานสกา  
 จังหวัดนครศรีธรรมราช*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวง  
 สาธารณสุข.
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). *ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัด  
 กรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, สาขา  
 บริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- สุทธิชัย อบอุ่น,พระมหา. (2540). *การศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว  
 เชิงอนุรักษ์ศึกษาเฉพาะกรณี : เส้นทางสายน้ำลำน้ำกก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคม  
 สงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์  
 ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา  
 ขอนแก่น(ภาคคำ)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการศึกษา,  
 บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อัญมณี ชำกรม. (2543). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมือง  
 ขอนแก่น*. การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ,  
 คณะการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อิตธีรรัตน์ จันทร์แสงทอง. (2548). *ปัจจัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย :  
 กรณีศึกษา เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
 สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Fitzgerald & Durant, F. (Nov. - Dec., 1980). Citizen Evaluations and Urban Management:  
 Service Delivery in an Era of Protest. *Public Administration Review*, 40(6), 585-594
- Fitzsimmons, A & Fitzsimmons, J. (2004). *Service management; Operations, Strategy and  
 Information Technology*, London: McGraw Hill.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing : Managing The Moments of Truth in  
 Service Competition*. Lexington: Lexington Books.
- Henderson, Chan, Loke and Teo,(2004). Widening Accommodation Choice: The Potential in  
 Singapore. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 3(1), 1-9

- Ibrahim, Y. (2004) Homestay programme in Malaysia: Development and prospect.  
*ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 3(1), 65-75
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (Millennium ed.). Upper Saddle River, N.J.:  
Prentice Hall.
- Maslow, H. A. (1968). *Toward a Psychology of Being* (2<sup>nd</sup> ed). New York: Van Nostrand.
- Millet. (1954). *Management in the public service*. New York : Mcgraw.Hill Book
- Ming & Wong (2005). Home Stay Development and Community Participation on Dachangshan  
Dao, Northeast China. from *Border Tourism and Community Development Conference*  
Web site: <http://www.geog.nau.edu/igust/China2005/Abstract-English.html>
- Payne, A. (1993). *The Essence of Services Marketing*. London: Prentice Hall.
- Reid P. & Gundlach H. (1984). A Scale for the Measurement of Consumer Satisfaction with  
Social Services. *Journal of Social Service Research*, 7(1), 37-54
- Sumka, S. (n.d.). *Educational Travel as a Model for Responsible Tourism*. Retrieved August 8,  
2006, from <http://www.transitionsabroad.com/listings/study/articles/studymay1.shtml>.
- Tucker & Keen. (n.d.). *Hosting Guests Rural New Zealand : A Social Analysis of the Bed and  
Breakfast and Homestay Sector*. Retrieved August 8, 2006, from [http://www.commerce.  
otago.ac.nz/tourism/research/hostingreport.html](http://www.commerce.otago.ac.nz/tourism/research/hostingreport.html).

## ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ภาพที่ปักแรมแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออก

## แบบสอบถาม

เรื่อง : แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมแบบโฮมสเตย์ของภาคตะวันออก

แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ 4 ส่วน มหาวิทยาลัยบูรพา ใ้ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามโดย วงกลมคำตอบตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามนั้นจะถือเป็นความลับ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะรวมเท่านั้น และขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

| ส่วนที่ 1 โครงสร้างทั่วไปของนักท่องเที่ยว  | สำหรับเจ้าหน้าที่ |                          |
|--|-------------------|--------------------------|
|  | รายการ            | สมุดกั                   |
| ส่วนที่ 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม   |                   |                          |
| 1. เพศ   | A01               | <input type="checkbox"/> |
| 1. ชาย   |                   |                          |
| 2. หญิง  |                   |                          |
| 2. อายุ _____ ปี   | A02               | <input type="checkbox"/> |
| 3. สถานภาพ   | A03               | <input type="checkbox"/> |
| 1. โสด   |                   |                          |
| 2. สมรส  |                   |                          |
| 3. ม่าย / หย่าร้าง   |                   |                          |
| 4. ระดับการศึกษา   | A04               | <input type="checkbox"/> |
| 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย  |                   |                          |
| 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.  |                   |                          |
| 3. อนุปริญญา / ปวส.  |                   |                          |
| 4. ปริญญาตรี   |                   |                          |
| 5. สูงกว่าปริญญาตรี  |                   |                          |
| 5. อาชีพ   | A05               | <input type="checkbox"/> |
| 1. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ   |                   |                          |
| 2. พนักงานเอกชน  |                   |                          |
| 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว   |                   |                          |
| 4. นักเรียน / นักศึกษา   |                   |                          |
| 5. แม่บ้าน   |                   |                          |
| 6. อื่น ๆ (ระบุ).....  |                   |                          |
| 6. ที่อยู่ปัจจุบัน (อำเภอ, จังหวัด) _____  | A06               | <input type="checkbox"/> |
| 7. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน   | A07               | <input type="checkbox"/> |
| 1. ไม่เกิน 10,000 บาท  |                   |                          |
| 2. 10,001-20,000 บาท   |                   |                          |
| 3. 20,001-30,000 บาท   |                   |                          |
| 4. 30,001-40,000 บาท   |                   |                          |
| 5. 40,001-50,000 บาท   |                   |                          |
| 6. มากกว่า 50,000 บาท  |                   |                          |
| ส่วนที่ 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว   |                   |                          |
| 8. ใน 6 เดือนที่ผ่านมา ( ตั้งแต่ต้นปี 2549) ท่านเดินทางท่องเที่ยวและเยี่ยมเยียนครั้ง | A08               | <input type="checkbox"/> |
|  | A09               | <input type="checkbox"/> |
| 9. ใน 6 เดือนที่ผ่านมาระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง                   | A10               | <input type="checkbox"/> |
| วัน  | A11               | <input type="checkbox"/> |
| 10. ใน 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวนผู้ร่วมเดินทางแต่ละครั้ง (ไม่รวมตัวท่าน)                |                   | <input type="checkbox"/> |
| คน   |                   |                          |
| 11. ใน 6 เดือนที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ ท่านเดินทางโดยวิธีใด                                |                   |                          |
| 1. เดินทางเอง  |                   |                          |
| 2. ซื้อทัวร์   |                   |                          |
| 3. อื่นๆ ระบุ .....  |                   |                          |

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเดินทางและการพักผ่อน

12.1 ท่านเดินทางมายัง สถานที่นี้/จังหวัดนี้ โดยพาหนะอะไร

- 1. รถยนต์ส่วนตัว      2. รถไฟ      3. เรือโดยสาร
- 4. รถไฟ      5. รถโดยสารประจำทาง      6. เครื่องบิน
- 7. รถเช่า      8. อื่นๆ ระบุ .....

12.2 การเดินทางครั้งนี้ท่านมากับใคร

- 1. คนเดียว      2. เพื่อน \_\_\_\_\_ คน      3. ครอบครัว/ญาติ \_\_\_\_\_ คน

13. สำหรับการเดินทางในสถานที่/จังหวัดนี้ ท่านเดินทางหรือวางแผน

จะเดินทางไปสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล เกาะ ภูเขา น้ำตก ป่า
- 2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น สวนผลไม้ สวนดอกไม้ สวนพฤกษศาสตร์
- 3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถาน  
เช่น วัด พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน เป็นต้น
- 4. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต  
เช่น สงกรานต์ บุญบั้งไฟ ตลาดน้ำ วิ่งควาย เป็นต้น
- 5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการและบันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก เป็นต้น
- 6. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อดูแลและรักษาสุขภาพ  
เช่น โรงพยาบาล Spa และนวดแผนโบราณ เป็นต้น
- 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

14. ท่านเดินทาง ครั้งนี้ โดยวิธีใด

- 1. เดินทางเอง (ข้ามไปตอบข้อ 17)      2. ซื้อทัวร์มา      3. อื่นๆ ระบุ.....

15. ถ้าท่านซื้อทัวร์หรือแพ็คเกจทัวร์มาท่องเที่ยว แพ็คเกจนี้รวมรายการใดบ้าง

- 1. ค่าพาหนะเดินทางทั้งหมด      2. ค่าพาหนะบางส่วน
- 3. ค่าที่พัก \_\_\_\_\_ คืน      4. ค่าอาหารรวม \_\_\_\_\_ มื้อ
- 5. ค่าบริการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ค่าตัวเข้าชม ค่าผ่านประตู เป็นต้น
- 6. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (ระบุ) \_\_\_\_\_
- 7. ค่าใช้จ่ายแพ็คเกจทัวร์รวม \_\_\_\_\_ บาท ต่อ คน

16. ท่านจองทัวร์โดยผ่านใคร

- 1. บริษัทนำเที่ยว (Tour operator)      3. บริษัทหรือสายการบิน
- 2. ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว (Travel Agent)      4. อื่น ๆ (ระบุ) .....

| รายการ | จดหมาย                   |
|--------|--------------------------|
| B01A   | <input type="checkbox"/> |
| B01B   | <input type="checkbox"/> |
| B02A   | <input type="checkbox"/> |
| B02B   | <input type="checkbox"/> |
| B02C   | <input type="checkbox"/> |
| B02D   | <input type="checkbox"/> |
| B02E   | <input type="checkbox"/> |
| B02F   | <input type="checkbox"/> |
| B02H   | <input type="checkbox"/> |
| B03    | <input type="checkbox"/> |
| B04    | <input type="checkbox"/> |
| B05    | <input type="checkbox"/> |

## จำนวนคืน

|                           |   |   |   |   |   |               |      |                          |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---------------|------|--------------------------|
| 1. ไม่ได้พัก              |   |   |   |   |   |               | B06A | <input type="checkbox"/> |
| 2. โรงแรม                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | มากกว่า 5 คืน | B06B | <input type="checkbox"/> |
| 3. โฮมสเตย์               | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | มากกว่า 5 คืน | B06C | <input type="checkbox"/> |
| 4. บังกะโล/รีสอร์ต        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | มากกว่า 5 คืน | B06D | <input type="checkbox"/> |
| 5. เกสต์เฮ้าส์            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | มากกว่า 5 คืน | B06E | <input type="checkbox"/> |
| 6. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | มากกว่า 5 คืน | B06F | <input type="checkbox"/> |
| 7. ที่พักรับรอง           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | มากกว่า 5 คืน | B06G | <input type="checkbox"/> |
| 8. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | มากกว่า 5 คืน | B06H | <input type="checkbox"/> |
| 9. อื่นๆ ระบุ.....        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | มากกว่า 5 คืน | B06I | <input type="checkbox"/> |

18. สำหรับโฮมสเตย์ที่ท่านเลือกพัก มีลักษณะทำเลที่ตั้งเป็นแบบใด

ชื่อโฮมสเตย์ \_\_\_\_\_ หมู่บ้าน / อำเภอ \_\_\_\_\_ จังหวัด \_\_\_\_\_

1. ในตัวเมือง 2. ชานเมือง B07 

19. ท่านเคยมาพักโฮมสเตย์นี้มาก่อนหรือไม่

1. เป็นการพักครั้งแรก 2. เคยพักมาแล้ว \_\_\_\_\_ เดือนที่ผ่านมา  
3. เคยพัก \_\_\_\_\_ ครั้งในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา 4. เคยพักโฮมสเตย์อื่น B08 

20.1 ห้องพักประเภทใดในโฮมสเตย์ที่ท่านเข้าพัก

1. ห้องธรรมดา 5. ห้องพิเศษ หรูหรา  
2. ห้องคู่ (ประตูเปิดถึงกัน) 6. ห้องแบบครอบครัว  
3. บ้านสวน 7. บ้านริมทะเล B09   
4. บ้านริมแม่น้ำ 8. อื่น ๆ (ระบุ.....)

20.2 ห้องพักโฮมสเตย์ที่ท่านเข้าพักเป็นแบบใด

1. พักร่วมกับเจ้าของบ้านในหลังเดียวกัน 2. พักแยกออกจากเรือนเจ้าของบ้าน  
3. อื่น ๆ (ระบุ)..... 

21. เหตุผลที่ท่านพักโฮมสเตย์ดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน 5. ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว  
2. ชอบการผจญภัย 6. เจ้าของบ้านมีอัธยาศัยดี  
3. ราคาประหยัด 7. มีบริการนำเที่ยวที่หลากหลาย  
4. ชอบความเป็นธรรมชาติ 8. อื่น ๆ (ระบุ).....

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

22. ที่พักโฮมสเตย์ที่ท่านเข้าพัก ราคาเท่าใด

1. ต่ำกว่า 200 บาท/คน 2. 200-500 บาท/คน 3. 501-1000 บาท/คน B10   
4. 1001-2000 บาท/คน 5. มากกว่า 2000 บาท/คน



23. ท่านใช้และต้องการใช้บริการใดบ้าง เมื่อพักแรมแบบโฮมสเตย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| บริการ                 | ใช้   | ต้องการใช้ |
|------------------------|-------|------------|
| 1. คาราโอเกะ           | ..... | .....      |
| 2. สระว่ายน้ำ          | ..... | .....      |
| 3. นวดแผนไทย           | ..... | .....      |
| 4. สปา                 | ..... | .....      |
| 5. อาหารและเครื่องดื่ม | ..... | .....      |

| บริการ                    | ใช้   | ต้องการใช้ |
|---------------------------|-------|------------|
| 6. ชื่อของฝาก ของที่ระลึก | ..... | .....      |
| 7. ห้องอบสมุนไพร          | ..... | .....      |
| 8. โฮมเธียเตอร์           | ..... | .....      |
| 9. ไปรษณีย์และส่งของ      | ..... | .....      |
| 10. อื่น ๆ (ระบุ).....    | ..... | .....      |

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

24. กิจกรรมใดบ้างที่ท่านใช้หรือมีส่วนร่วมและต้องการให้สถานที่พักแรมโฮมสเตย์บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| บริการ                         | ใช้   | ต้องการใช้ |
|--------------------------------|-------|------------|
| 1. ดำน้ำดูปะการัง              | ..... | .....      |
| 2. พายเรือ                     | ..... | .....      |
| 3. วอล์คแรลลี่                 | ..... | .....      |
| 4. สปีดโบ๊ท                    | ..... | .....      |
| 5. วินเซิร์ฟ                   | ..... | .....      |
| 6. เก็บผลไม้กินเอง             | ..... | .....      |
| 7. ดูงานกลุ่มอาชีพ/<br>แม่บ้าน | ..... | .....      |

| บริการ                 | ใช้   | ต้องการใช้ |
|------------------------|-------|------------|
| 8. ขี่จักรยาน          | ..... | .....      |
| 9. ตกปลา/หาปลา/ดูนก    | ..... | .....      |
| 10. ชมสวนผลไม้         | ..... | .....      |
| 11. ปีนเขา             | ..... | .....      |
| 12. กิจกรรมทางศาสนา    | ..... | .....      |
| 13. กิจกรรมสิ่งแวดล้อม | ..... | .....      |
| 14. อื่น ๆ (ระบุ)..... | ..... | .....      |






|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

25. ท่านรู้จักที่พักโฮมสเตย์นี้จากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                 |                                |                                  |
|-----------------|--------------------------------|----------------------------------|
| 1. เพื่อน       | 2. ญาติและครอบครัว             | 3. บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนนำเที่ยว |
| 4. เว็บไซต์     | 5. โบรชัวร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว | 6. นิตยสาร วารสาร                |
| 7. หนังสือพิมพ์ | 8. รายการวิทยุ                 | 9. รายการโทรทัศน์                |
| 10. ป้ายประกาศ  | 11. การแสดงนิทรรศการ           | 12. อื่น ๆ (ระบุ).....           |
- ป้ายบอกทาง ไปสเตอร์ ออกบ้าน บูธแนะนำ  
งานเทศกาลต่าง ๆ

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ที่เข้าพักโฮมสเตย์

| ความพึงพอใจต่อบริการที่พักแรมโฮมสเตย์         |  (5) |  (4) |  (3) |  (2) |  (1) |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. ลักษณะของที่พักแบบโฮมสเตย์                 |   |   |   |   |   |
| 1.1 ขนาดห้องพัก                               |   |   |   |   |   |
| 1.2 จำนวนห้องพักรวมเพียงพอ                    |   |   |   |   |   |
| 1.3 การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายนอกโฮมสเตย์ |   |   |   |   |   |
| 1.4 การตกแต่งและออกแบบที่สวยงามภายในโฮมสเตย์  |   |   |   |   |   |
| 1.5 ห้องพักแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น   |   |   |   |   |   |
| 1.6 บริการเพิ่มเติมในห้องพัก เช่น น้ำดื่ม     |   |   |   |   |   |

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

| ความพึงพอใจต่อบริการที่พักแรมโฮมสเตย์                            |  (5) |  (4) |  (3) |  (2) |  (1) |                          |
|--|---|---|---|---|---|--------------------------|
| 1.7 ความสะอาดของห้องพัก  |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 1.8 ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม                                 |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 1.9 สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักโฮมสเตย์ เช่น ที่วี ตู้เสื้อผ้า   |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| <b>2. ค่าบริการ</b>  |   |   |   |   |   |                          |
| 2.1 ค่าห้องพัก   |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 2.2 ค่าบริการนำเที่ยว  |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 2.3 ค่าบริการอาหาร   |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 2.4 ค่าบริการรถนำเที่ยว / ขนส่ง                                  |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 2.5 การต่อรองราคาค่าบริการ                                       |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| <b>3. ช่องทางการให้บริการ</b>                                    |   |   |   |   |   |                          |
| 3.1 ระบบจองล่วงหน้าเพื่อลงทะเบียนให้ทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยว   |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 3.2 เครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น บริษัททัวร์ ททท.             |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 3.3 การบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านหน่วยงานของรัฐ    |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 3.4 การสร้างเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่างๆ ในชุมชน |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| <b>4. การส่งเสริมการตลาด</b>                                     |   |   |   |   |   |                          |
| 4.1 การโฆษณาทางโบรชัวร์ แผ่นพับ                                  |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 4.2 เว็บไซต์   |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 4.3 การบอกเล่าแบบปากต่อปาก                                       |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 4.4 การติดป้ายประกาศ   |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 4.5 การติดป้ายบอกทาง   |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 4.6 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านทาง อบต. ททท.                      |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 4.7 การมีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเดิม                             |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 4.8 การโปรโมชั่นลดราคาในช่วงเทศกาลและไม่ใชฤดูท่องเที่ยว          |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| <b>5. การจัดการด้านกระบวนการต่าง ๆ</b>                           |   |   |   |   |   |                          |
| 5.1 ความปลอดภัยของสถานที่พัก                                     |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.2 มีการเตรียมพร้อมด้านอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น                |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.3 ภาชนะที่ใช้ในครัวและรับประทานอาหารสะอาดถูกสุขอนามัย          |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.4 อาหารมีความสะอาด   |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.5 อาหารมีรสชาติดี  |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.6 บริการอาหารท้องถิ่น  |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.7 มีระบบการชำระเงินวิธีต่าง ๆ ให้เลือก                         |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.8 มีบริการท่องเที่ยวแบบแพคเกจรวมที่พัก นำเที่ยวและอาหาร        |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.9 การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น                         |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.10 บริการไฟฟ้า - แสงสว่าง                                      |   |   |   |   |   | <input type="checkbox"/> |

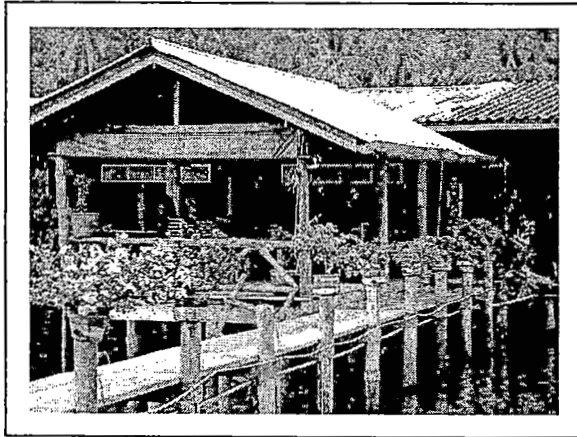
| ความพึงพอใจต่อบริการที่พักแรมโฮมสเตย์                |  (5) |  (4) |  (3) |  (2) |  (1) |                          |
|--|---|---|--|---|---|--------------------------|
| 5.11 บริการน้ำประปา                                  |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.12 อุปกรณ์เครื่องนอนเพียงพอและสะอาด                |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 5.13 พาหนะในการเดินทางเข้าถึงโฮมสเตย์                |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| <b>6. ผู้ให้บริการ</b>                               |   |   |  |   |   |                          |
| 6.1 ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับอบอุ่น               |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 6.2 กริยามารยาทที่ดี                                 |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 6.3 แต่งกายสะอาด                                     |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 6.4 ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว            |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 6.5 ความเป็นกันเอง เป็นมิตร                          |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 6.6 การสร้างสรรค์รูปแบบบริการใหม่ ๆ                  |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 6.7 ความสามารถในการสื่อสารข้อความ                    |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 6.8 ความรวดเร็วในการบริการ                           |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 6.9 ความถูกต้องรอบคอบในการบริการ                     |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| <b>7. การจัดการสภาพแวดล้อม</b>                       |   |   |  |   |   |                          |
| 7.1 อากาศถ่ายเทสะดวก และมีแสงสว่างส่องถึง            |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 7.2 สภาพแวดล้อมบริเวณภายในและบริเวณโดยรอบมีความสะอาด |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 7.3 ทัศนียภาพที่สามารถมองเห็นได้โดยรวมจากห้องพัก     |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 7.4 พื้นที่ยอดรถหรือลานจอดรถ                         |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 7.5 มีความร่มรื่นด้วยต้นไม้ ดอกไม้                   |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 7.6 ความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสิ่งปรุงแต่ง             |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |
| 7.7 ระบบการทิ้งและกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล              |   |   |  |   |   | <input type="checkbox"/> |

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะ

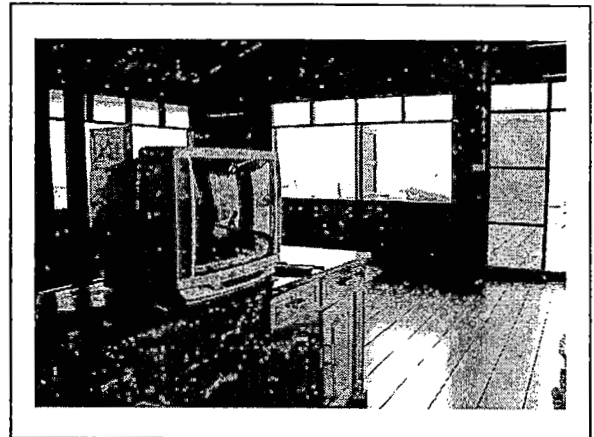
1. ด้านที่พัก \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. ด้านบริการการนำเที่ยว / กิจกรรมท่องเที่ยว \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. ด้านค่าบริการ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถาม

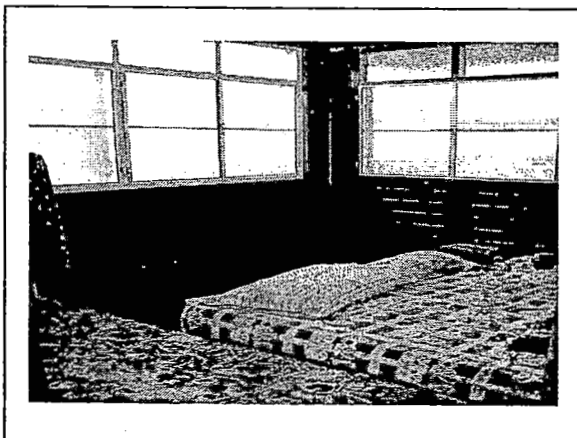
ภาพที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออก



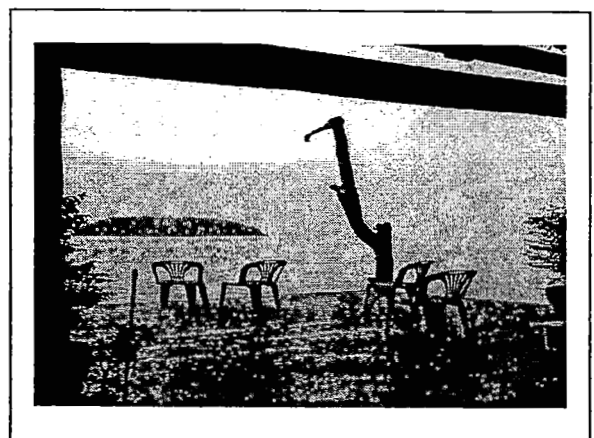
ภาพที่ ก-1 ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ในเกาะช้าง



ภาพที่ ก-2 สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน  
ที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์

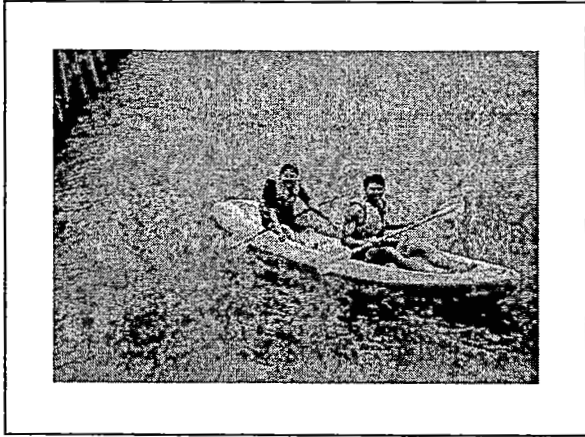


ภาพที่ ก-3 ห้องนอนภายในที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

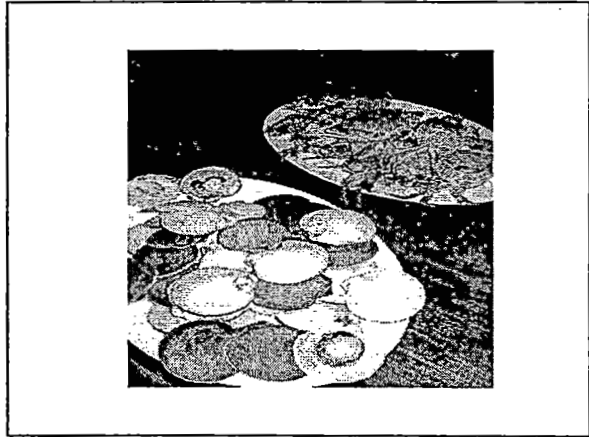


ภาพที่ ก-4 บริเวณภายนอกที่พักแรมแบบ โฮมสเตย์

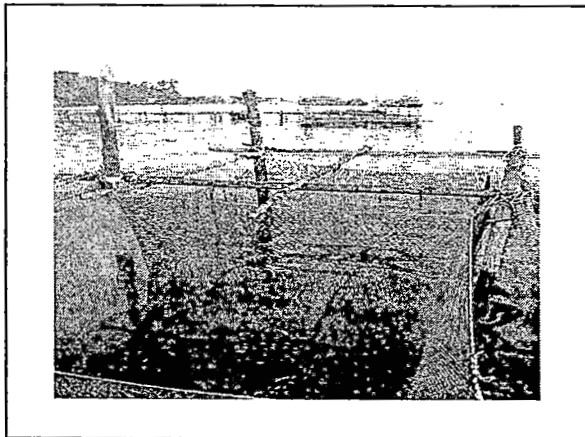
ภาพที่ปักแรมแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออก (ต่อ)



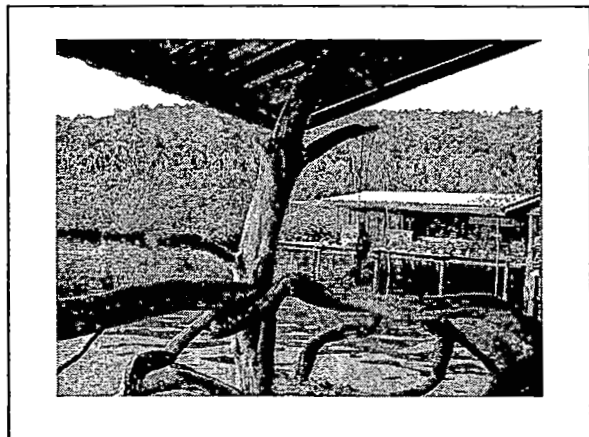
ภาพที่ ก-5 กิจกรรมการท่องเที่ยว



ภาพที่ ก-6 อาหารของที่ปักแรมแบบโฮมสเตย์



ภาพที่ ก-7 สภาพแวดล้อมภายนอกที่ปักแรมแบบโฮมสเตย์



ภาพที่ ก-8 สภาพแวดล้อมภายนอกที่ปักแรมแบบโฮมสเตย์