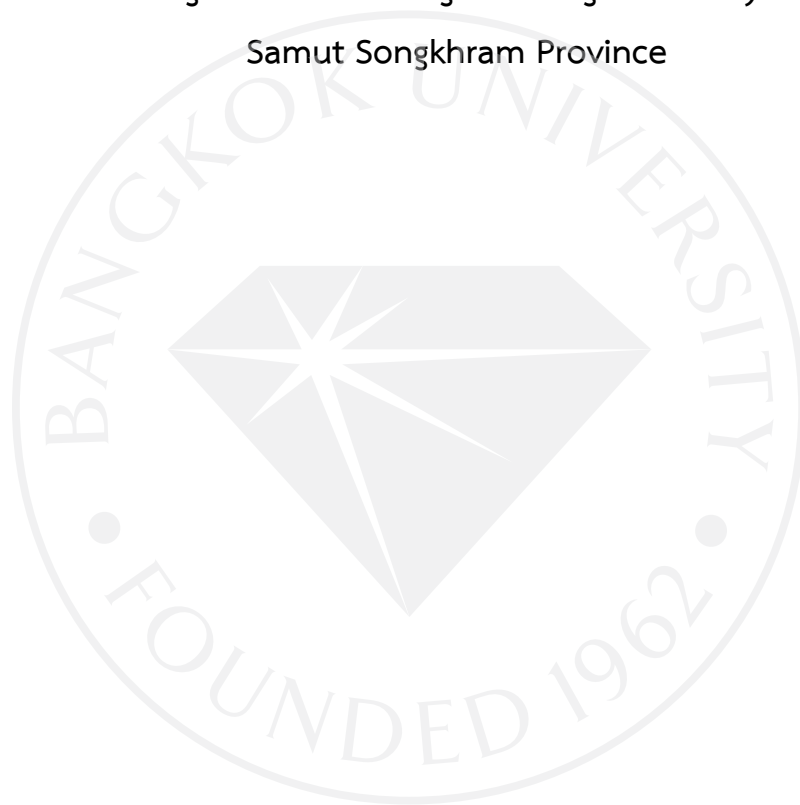


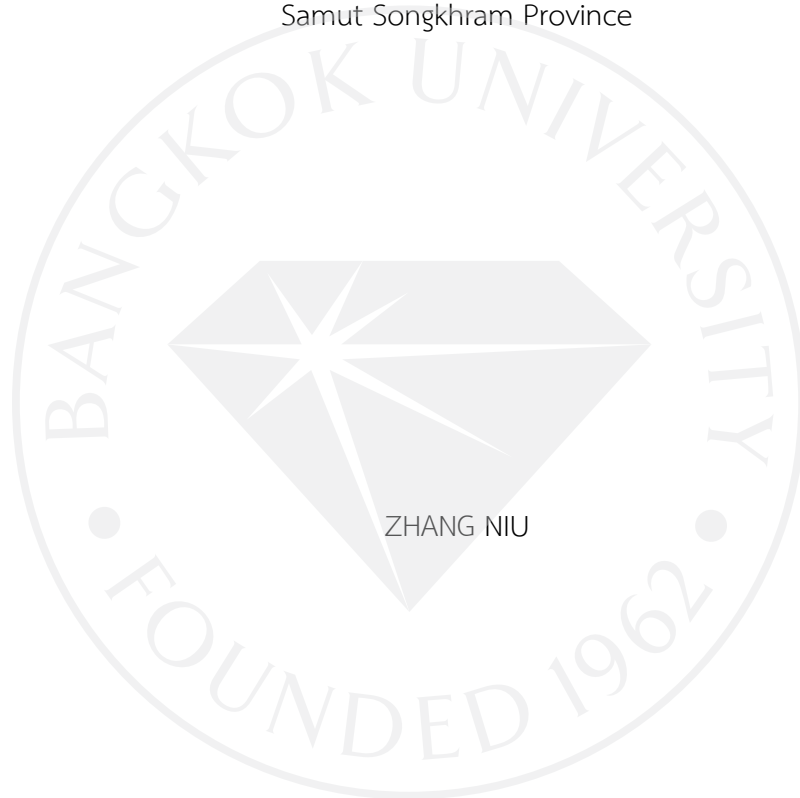
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา  
จังหวัดสมุทรสงคราม

Factors Affecting Decision Making on Using Homestay in Amphawa,  
Samut Songkhram Province



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา  
จังหวัดสมุทรสงคราม

Factors Affecting Decision Making on Using Homestay in Amphawa,  
Samut Songkhram Province



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2559



©2561

ZHANG NIU HITM

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัด  
สมุทรสงคราม

ผู้วิจัย ZHANG NIU

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงธิดา นันทากิรัตน์)

ผู้เชี่ยวชาญ

  
(ดร.ภูเกริก บัวสอน )

  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 พฤศจิกายน 2561

ZHANG NIU. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, ตุลาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (67 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงจิตา นันทภักดิ์

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการในการใช้บริการโฮมสเตย์ 2) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโฮมสเตย์ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด ที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 18 – 60 ปี โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.907 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 29 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการในการใช้บริการโฮมสเตย์ และการรับรู้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโฮมสเตย์โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการสนองตอบลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการส่งมอบสินค้า และด้านสถานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, โฮมสเตย์

ZHANG, N., M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), October 2018,  
Graduate School, Bangkok University.

Factors Affecting Decision Making on Using Homestay in Amphawa, Samut Songkhram  
Province (67 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Duangthida Nunthapirat, Ph.D.

### ABSTRACT

The study aims at analyzing the 1) the level of perceived of service quality on using homestay in Amphawa, Samut Songkhram province 2) The level of perceived of satisfaction of tourists on using homestay in Amphawa, Samut Songkhram province. And 3) the factors affecting decision making on using homestay in Amphawa, Samut Songkhram province. The samples used in the study chooses from Thai tourists between the ages of 18 - 60, selected by using a convenience sampling method of 400 people. A questionnaire was used, with a reliability of 0.907 and the content accuracy was examined by a panel of experts. The statistics used for data analysis were Descriptive Statistics, which included Percentage, Mean, Standard Deviation and inferential statistics, that used in hypothesis testing at the level of significance .05 was multiple regression analyzed.

The results indicated that the majority of participants were female with 20-29 years of age. They completed bachelor's degree, single worked in private companies, and earned average monthly incomes between 10,001–20,000 baht. In addition, the study results indicated that the perceived of service quality and perceived of satisfaction of tourists on using homestay in Amphawa, Samut Songkhram province at high level. The results of hypothesis testing revealed that the service quality in term of assurance, tangibility, empathy and responsiveness affecting decision making on using homestay in Amphawa, Samut Songkhram province at the significant level of .05. In addition, the satisfaction of tourists in term of products and services, price, delivery and place affecting decision making on using homestay in Amphawa, Samut Songkhram province at the significant level of .05.

*Keywords: Service Quality, Satisfaction, Decision Making on Using, Homestay*

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจาก อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ดวงธิดา นันทาทิรัตน์ ที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาเป็นอย่างดี ตลอดจน ได้ให้คำแนะนำในการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง พร้อมทั้งอธิบายข้อสงสัยต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความ เข้าใจในขั้นตอนและเนื้อหาของวิทยานิพนธ์มากขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้วิจัยส่งผลงานในงานประชุมวิชาการ เพื่อมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ จนการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอ กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการหลักสูตรการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวมหาบัณฑิต อาจารย์ประจำวิชา และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดี ตลอดจนให้คำแนะนำและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการศึกษาภายในหลักสูตรการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยวมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการ ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ กำลังใจสำคัญจากบุคคลอันเป็นที่รักยิ่งทุก ๆ ท่าน ที่มีส่วนสำคัญใน การศึกษาครั้งนี้ ที่คอยให้กำลังใจ จนกระทั่งได้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คุณค่าและประโยชน์ของการศึกษาเฉพาะบุคคลครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วน ร่วมในการศึกษาครั้งนี้

ZHANG NIU HITM

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม	10
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	14
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.6 กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย	23
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและตัวอย่าง	25
3.2 ประเภทของข้อมูล	26
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	27
3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ	27
3.5 การแปรผลข้อมูล	29
3.6 วิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์	29



## สารบัญ (ต่อ)

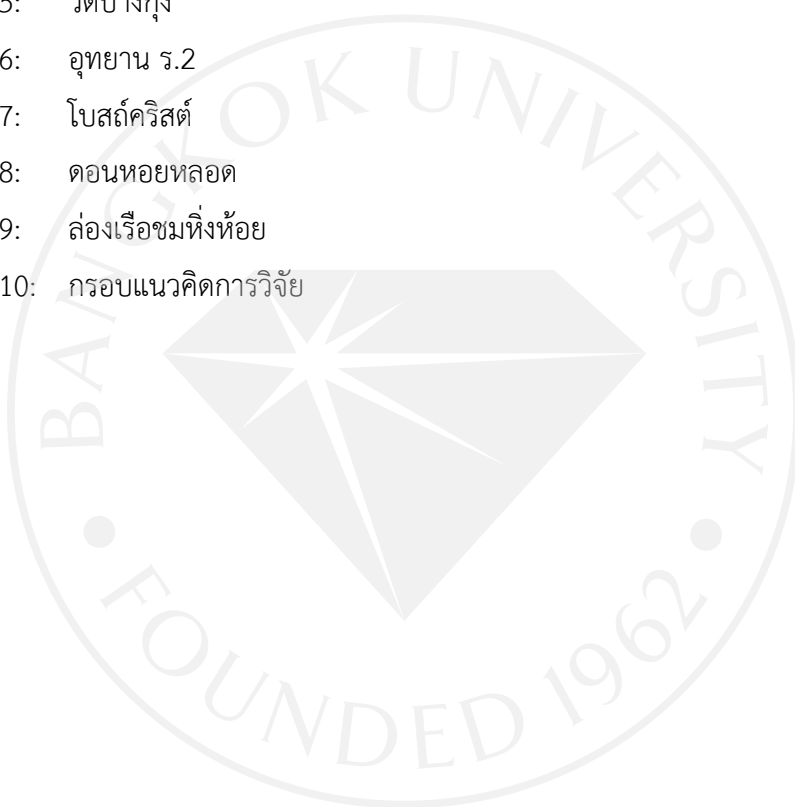
	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล	31
4.2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	34
4.3 ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	37
4.4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์	40
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	42
4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	44
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	46
5.2 อภิปรายผล	49
5.3 ข้อเสนอแนะ	51
บรรณานุกรม	53
ภาคผนวก	56
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย	57
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น	63
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	64
ประวัติผู้เขียน	67
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	31
ตารางที่ 4.2:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	32
ตารางที่ 4.3:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ	32
ตารางที่ 4.4:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ	33
ตารางที่ 4.5:	จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	33
ตารางที่ 4.6:	ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	34
ตารางที่ 4.7:	ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	38
ตารางที่ 4.8:	ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์	41
ตารางที่ 4.9:	ค่าสัมประสิทธิ์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	42
ตารางที่ 4.10:	ค่าสัมประสิทธิ์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	43
ตาราง 4.11:	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	44

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: แผนที่ตั้งและการเข้าถึงอำเภออัมพวา	15
ภาพที่ 2.2: ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	16
ภาพที่ 2.3: ตลาดน้ำอัมพวา	16
ภาพที่ 2.4: ตลาดทางรถไฟ	17
ภาพที่ 2.5: วัดบางกุ้ง	18
ภาพที่ 2.6: อุทยาน ร.2	18
ภาพที่ 2.7: โบสถ์คริสต์	19
ภาพที่ 2.8: ดอนหอยหลอด	20
ภาพที่ 2.9: ล่องเรือชมหิ่งห้อย	20
ภาพที่ 2.10: กรอบแนวคิดการวิจัย	23



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก แต่แต่ละประเทศจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ซึ่งประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นประเทศแรก ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวภายในประเทศ จาก การขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2530-2540 และหลังจากนั้นก็เกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาให้ความสนใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการส่งเสริมไทยเที่ยวไทยของภาครัฐเป็นผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น (นงนุช กันระชัย และธีระ เตชะมณีสถิตย์, 2558)

ทั้งนี้กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558–2560 ได้เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ ชุมชน และภาคประชาคมในพื้นที่และภูมิภาค เพื่อร่วมกันระดมความคิดเห็นกำหนดทิศทางการพัฒนาและการปฏิรูปการท่องเที่ยวของประเทศในอนาคตต่อไป ภายใต้กรอบแนวทางตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 โดยเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศจะไม่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว แต่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น ทั้งในเรื่องการเพิ่มระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวต่อวันหรือต่อครั้ง การพัฒนาในระดับพื้นที่ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในกลุ่มท่องเที่ยวและระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ และเกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพ ยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

จากการคาดการณ์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีการคาดการณ์ว่าในปี 2560 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อย่างธุรกิจโรงแรม และบริษัทนำเที่ยว รับอานิสงส์จากสถานการณ์การท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2559 โดยธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กมี

โอกาสให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น จากมาตรการและการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมถึงมีโอกาสเจาะตลาดการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) อย่างไรก็ตามธุรกิจโรงแรม และบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็กยังต้องปรับกลยุทธ์รับมือต่อความท้าทาย ทั้งการแข่งขันในตลาด ที่รุนแรงขึ้นรวมถึงตัวกลาง ที่ให้บริการทำธุรกรรมด้านการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต (Online Travel Agent: OTA) ที่เข้ามามีบทบาทในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกิจการ ไทย, 2560)

ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชากรทุกภาคส่วนใหญ่มิอาชีพ การเกษตร กระทรวงการท่องเที่ยวได้บูรณาการความร่วมมือกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีเกษตรชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจ และยกระดับสินค้าคุณภาพ และมุ่งเน้นการ กระจายรายได้ให้กับเกษตรกร และแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเล็งเห็นความสำคัญและประสงค์ให้ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีการเกษตรที่จะนำมาสู่ความยั่งยืนทั้งมิติเชิงเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กันไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) จึงมีการส่งเสริมให้ชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยว เชิงเกษตรชุมชนในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวชนบทเน้นการมีส่วนร่วมของ นักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้วิถีการดำรงชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการ นำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน สร้างการ อนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสภาพสิ่งแวดล้อม โดยให้ ชาวบ้านในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการเพื่อแสดงต่อนักท่องเที่ยว เช่น การเดินป่าชมธรรมชาติบริเวณ หมู่บ้านหรือบริเวณใกล้เคียงพร้อมมัคคุเทศก์โดยคิดค่าใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยว กิจกรรมการพักค้าง แรมในหมู่บ้านสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนั้น ซึ่งกิจกรรมการพักค้าง แรมในหมู่บ้านซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น การจัดแคมป์ (Camping) โฮมสเตย์ (Home stay) ซึ่งเป็นการ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักแรมในหมู่บ้าน (Village operated accommodation facilities) โดยให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในหมู่บ้านและพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้านในชุมชนและ ใช้ระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งอาจมีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเจ้าบ้านโดยนักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าที่พักและอาหาร ซึ่งในประเทศไทยมีการจัดโฮมสเตย์ในลักษณะนี้หลายจังหวัด อย่างเช่น จังหวัด สมุทรสงคราม (สุภัคศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ่นเจริญ, 2560)

สมุทรสงคราม เป็นจังหวัดเล็ก ๆ ที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร มีขนาดพื้นที่เล็ก ที่สุดของประเทศ คือประมาณ 416.7 ตารางกิโลเมตร ทั้งยังมีจำนวนประชากรน้อยที่สุดเป็นอันดับ 2 ของประเทศ นับเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและมีชายฝั่ง ทะเลติดอ่าวไทยยาวประมาณ 23 กิโลเมตร ไม่มีภูเขาหรือเกาะ มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม โดยพื้นที่ฝั่ง ตะวันตกจะสูงกว่าฝั่งตะวันออกเล็กน้อย อำเภออัมพวามีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ไทยในสมัยกรุงศรีอยุธยาถึงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นชุมชนเล็กๆ ที่มีความเจริญทั้งในด้านการเกษตร

และการพาณิชย์ ที่พักแบบโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จึงมีจุดเด่น คือ นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นอาชีพการทำสวนผัก สวนผลไม้ ชมการทำน้ำตาลมะพร้าว เที่ยวชมวัดหรือเที่ยวชมตลาด ที่ยังคงสภาพตลาดนัดแบบชาวบ้าน ล่องเรือ ชมวิถีเกษตร เลือกซื้อสินค้าจากสวน เรือนพายเรือ ล่องเรือชมหิ่งห้อย ช่วงเช้าทำบุญตักบาตรทางเรือ ทั้งยังได้ใช้ชีวิตท่ามกลางอากาศอันบริสุทธิ์ และรับประทานอาหารที่มีจากธรรมชาติอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ โฮมสเตย์ในเขตอำเภออัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม จึงเป็นสถานที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เมื่อนึกถึงการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในปัจจุบันพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพัก และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (ชุตินา วุฒิสิลป์ และประสพชัย พสุนนท์, 2558)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นจึงเป็นข้อสนับสนุนให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาถึง ประเด็น คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้ เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันในด้านการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการส่งเสริม การสร้างงาน เพิ่มรายได้และส่งผลดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนนำข้อมูลที่ได้ไป เป็นแนวทางในการปรับปรุงและวางแผนธุรกิจ รวมทั้งพัฒนาการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมและเติบโตยิ่งขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ คือ

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการในการใช้บริการโฮมสเตย์

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการโฮมสเตย์

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้คือ

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม

ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครเพศชายและหญิง ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากกลุ่มประชากรดังกล่าวเป็นกลุ่มประชากรที่มีอำนาจในการซื้อ และมี สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้เพราะมีรายได้จากผู้ปกครอง หรือรายได้จากการทำงาน โดย วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากผู้วิจัยได้คัดเลือกหน่วยตัวอย่าง โดยยึดหลักความสะดวกเป็นสำคัญ กลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณ ของ Yamane ที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

#### 1.4 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

1.4.1 ผลการวิจัยนี้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ความตั้งใจในการใช้บริการโฮมสเตย์ สามารถนำผลการศึกษาไปกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเพิ่ม ส่วนแบ่งการตลาด และศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยว

1.4.2 ผลการวิจัยนี้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทราบถึงระดับการรับรู้ คุณภาพการ ให้บริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สามารถนำผลการศึกษามาใช้ประกอบการกำหนด มาตรการในการสร้างความพึงพอใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

1.4.3 ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับผู้สนใจทำการศึกษาใน ประเด็นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานวิจัยต่อไปในอนาคต

#### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 โฮมสเตย์ หมายถึง ที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท คือ บ้านพักที่อยู่ในชุมชนชนบท ที่มีประชาชนเป็นเจ้าของบ้าน และประชาชนหรือสมาชิกในครัวเรือนอาศัยอยู่ประจำ และบ้านนั้น เป็นสมาชิกของกลุ่มหรือชมรมที่ร่วมจัดกันเป็นโฮมสเตย์ในชุมชน

1.5.2 การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือก ต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอใน ชีวิตประจำวัน

1.5.3 คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของ ธุรกิจให้บริการ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้อง กระทำ ผู้รับบริการจะถูกใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ

1.5.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการตามที่เขาเห็นหรือเข้าใจกับ การคาดหวังของบุคคล

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้หลากหลาย เช่น Lewis & Bloom (1983 อ้างใน ธราภรณ์ เสือสุรีย์, 2558) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งชี้วัดถึงระดับขั้นของการบริการที่ส่งมอบจากผู้ให้บริการถึงผู้รับบริการว่ามีความสัมพันธ์ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้ดีเพียงใด Ghobadian, Speller & Jones (1994) และ Boone & Kurtz (1998 อ้างใน ภัทธา ภัทธมโน, 2558) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก และภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้นบริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจบริการจึงต้องพยายามกำหนดคุณภาพการบริการให้ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการให้ดีที่สุดเพื่อการดำรงอยู่รอดในธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ นาสมปอง (2555) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ และ สุพจน์ วิริยะสาธร (2554) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ ว่าความเหมาะสมพอดีในการใช้ละเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการใช้งานตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น



ธีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธา (2552) กล่าวว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับเรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (Expected Service) กับ บริการที่รับรู้ (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเองโดยเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการให้บริการให้ให้เลือกเกณฑ์อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 เกณฑ์ ดังต่อไปนี้

1) ความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และไว้วางใจ (Assurance) ซึ่งได้แก่ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้ การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือให้พร้อมใช้งานเสมอ และการมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

2) ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security) ซึ่งได้แก่ความรู้ความสามารถของพนักงานในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการ การสร้างความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ ความมีมารยาทและความสุภาพของพนักงาน พฤติกรรมของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ

3) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ความทันสมัยของอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การแต่งกายของพนักงาน เอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบริการ เป็นต้น

4) ความใส่ใจ (Empathy) หมายถึง สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding) ซึ่งได้แก่ การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนของพนักงานบริการ เวลาในการเปิดให้บริการให้ความสะดวกแก่ลูกค้า โอกาสในการรับทราบข่าวสารข้อมูลต่างๆของกิจการผู้รับบริการ ความสนใจลูกค้าอย่างแท้จริงของพนักงาน ความสามารถในการเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าอย่างชัดเจน เป็นต้น

5) การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness) ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ การติดต่อกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การวางแผนในการปฏิบัติต่อลูกค้า เป็นต้น

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม (2552) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นโมเดลหนึ่งในสายการตลาด บริการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ดีในการกำหนดเป้าหมาย หรือทิศทางการสร้างการบริการที่มีคุณภาพก็คือโมเดล SERVQUAL ของ Zithaml, Parasuraman & Berry (1988) ซึ่งระบุด้านหรือมิติที่สำคัญต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดผลรวมในการรับรู้ของลูกค้าว่าเป็นการบริการที่มีคุณภาพไว้ 5 ด้านที่เรียกว่า RATER ดังนี้

- 1) Reliability – ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ลูกค้ารู้สึกว่าจะวางใจได้มีมตินี้เกิดจากการให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำไม่ผิดพลาดและตรงเวลาทุกครั้ง
- 2) Assurance – การให้ความเชื่อมั่น หมายถึง ลูกค้ารู้สึกมั่นใจ (ประกันความมั่นใจให้) มีมตินี้เกิดจากความรู้และอธัยาศัยของพนักงานผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจต่อสถานบริการ
- 3) Tangibles – ความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง ลูกค้าได้มองเห็นความพร้อมของเครื่องมือ และองค์ประกอบต่าง ๆ มีมตินี้เกี่ยวข้องกับเรื่องเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ทุกอย่างที่ลูกค้าเห็น ห้องรับรอง การจัดสถานบริการ เครื่องแบบการมองเห็นสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับพนักงานบริการ
- 4) Empathy – การเอาใจใส่ หมายถึง ลูกค้ารู้สึกว่าสถานบริการเอาใจใส่ มีมตินี้คือ เรื่องการ “เอาใจเขามาใส่ใจเรา” คือการเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละบุคคลเป็นอย่างดีเอาใจใส่ในความต้องการเฉพาะราย สามารถจดจำชื่อลูกค้ารวมถึงการเปิดให้บริการในวันเวลาที่สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการของลูกค้า ฯลฯ เป็นต้น
- 5) Responsiveness – การตอบสนอง หมายถึง ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการตอบสนอง ในมีมตินี้ หมายถึง การไม่เคยปฏิเสธลูกค้าก่อนที่จะพยายามทำตามความต้องการ รวมทั้งตอบสนองลูกค้าแบบทันทีที่เห็นลูกค้า ทันทึที่ลูกค้าถามทันทีที่ลูกค้าร้องขออีกด้วย

นอกเหนือจากการวางแผน 5 มิติเพื่อสร้างให้เกิดการรับรู้การบริการที่มีคุณภาพแล้ว รายละเอียดในการให้บริการของพนักงาน ณ จุดบริการ ก็มีผลต่อการรับรู้เชิงบวก และความพึงพอใจต่อบริการด้วยโดยมิติในการให้บริการเรียกย่อ ๆ เป็น RASC ได้แก่

1) Recovery – ความสามารถของพนักงานในการแก้ไขความบกพร่อง ผิดพลาดคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นกับการบริการ โดยมีมตินี้ลูกค้าจะประเมินในเชิงบวกเมื่อการตอบสนองมีความครบถ้วนในเรื่องคำอธิบาย (สาเหตุของความบกพร่อง) คำขอโทษ การแสดงความรับผิดชอบด้วยการเสนอการชดเชย หรือชดใช้แบบ Upgrade

2) Adaptability – การปรับการบริการตามความต้องการของลูกค้า มีมตินี้จะได้รับการประเมินเชิงบวกเมื่อพนักงานบริการสามารถปรับการบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าได้ แม้จะเป็นความต้องการที่เกินเลยกว่าการดำเนินการทั่วไป โดยการบริการมีมตินี้พนักงานต้องแสดงถึง

ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า อธิบายกฎระเบียบได้อย่างแม่นยำและอย่างสุภาพ และใช้ความพยายามอย่างจริงจังในการช่วยเหลือหรือหาทางปรับการบริการตามความต้องการของลูกค้า

3) Spontaneity – การมีธรรมชาติของการเป็นผู้ให้บริการที่ดี มิฉะนั้นจะได้รับการประเมินเชิงบวกเมื่อพนักงานมีปฏิกิริยาตอบสนองให้ผู้รับบริการเห็นชื่อ เช่น การสอบถามเพื่อช่วยเหลือ การให้ข้อมูลความสุภาพอ่อนน้อม และการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมชาติ เท่าเทียม

4) Coping – ความสามารถในการจัดการปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาบรรจบกันลูกค้า หรือปัญหาการบรรจบกันเองของลูกค้า มิฉะนั้นจะได้รับการประเมินเชิงบวก เมื่อพนักงานบริการทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ในการเอาใจใส่ปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้น และจัดการได้อย่างสุภาพ ไม่คุกคาม และสร้างความพึงพอใจในระดับหนึ่งให้แก่ทุกฝ่าย

สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการของพนักงานตามมาตรฐาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ เป็นไปตามความคาดหวัง โดยที่คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่สะท้อนความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการรับรู้ของลูกค้า จึงกล่าวได้ว่าคุณภาพในการให้บริการมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อธุรกิจในปัจจุบันและอนาคตการแข่งขันในอนาคตจะเป็นการแข่งขันกันในด้านคุณภาพการบริการ ดังนั้นคุณภาพในการให้บริการจะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของธุรกิจ ที่จะทำให้เกิดความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และการสร้างความภักดีในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้า มากกว่าการจัดการส่งเสริมการขายและการให้ส่วนลดและของแถม

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

Kim, et al. (2008 อ้างใน ศักดิ์ดีดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์, 2554) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction) มักจะมีการนำมาใช้สำรวจกับผู้บริโภคหรือลูกค้าของธุรกิจอยู่เป็นประจำ เนื่องจากการรู้จักลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นในกระบวนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสำหรับองค์กรทุกแห่งที่ต้องการความสำเร็จเหนือคู่แข่งรวมถึงการเจริญเติบโตและการพัฒนาทางธุรกิจโดยทั่วไปความพึงพอใจด้านบริการของผู้บริโภคจะหมายถึงความรู้สึกลูกค้าหลังจากการได้เข้ารับบริการว่ามีความชอบหรือไม่ชอบในบริการที่ได้รับ มากน้อยเพียงใด

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2541 อ้างใน อิสรา มหายศนันท์, 2554) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้น หลังการซื้อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับความรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวังแสดงว่าลูกค้าพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้แสดงว่าไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจ ยังรวมถึงการตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง ๆ ทั้งในขณะเวลาและวิถีทางที่ลูกค้าต้องการ หรือจะกล่าว

ได้ว่า เป็นการตอบสนองความจำเป็นของลูกค้าซึ่งอาจทำการจัดการระดับความพึงพอใจได้ 3 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 การตอบสนองความจำเป็นของลูกค้า

ระดับที่ 2 สนองความคาดหวังของลูกค้าในวิถีทางที่อยากกลับมาใช้บริการอีก

ระดับที่ 3 สนองเกินความคาดหวังของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ก็คือทำการค้นหาว่าที่ลูกค้ามีความต้องการหรือมีความจำเป็นอะไร แล้วจึงสนองความต้องการและความจำเป็นนั้น ซึ่งระดับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนจะมีความจำเป็นแตกต่างกัน แต่ความต้องการพื้นฐาน คล้ายคลึงกันไม่ว่าลูกค้าจะเป็นบุคคลใดก็ตาม ความต้องการก็จะคล้ายคลึงกัน ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจประกอบด้วย

1) ความต้องการในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับสินค้าที่ตรงกับความต้องการและบริการที่รวดเร็ว ประทับใจโดยไม่บกพร่อง ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ลูกค้าสนใจ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านราคาแล้ว ยังมีความสำคัญมากกว่า

2) ราคาแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจโดยเฉพาะหากเป็นสินค้าจำนวนมาก

3) คุณภาพและความเชื่อถือได้ลูกค้าคาดหวังว่าสินค้าและบริการที่เขาซื้อไปจะมีคุณภาพสูงและสามารถเชื่อถือได้

4) การส่งมอบสินค้า ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องมีการส่งมอบที่ตรงเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและการส่งมอบนั้นจะต้องทำด้วยความมีประสิทธิภาพไม่เกิดความบกพร่อง

5) การบริการหลังการขายเมื่อลูกค้าได้ทำการซื้อสินค้าและบริการแล้วลูกค้าย่อมคาดหวังว่า หากเกิดปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ได้รับ เขาจะได้รับความช่วยเหลือและแนะนำเป็นอย่างดี

6) สถานที่ลูกค้าย่อมคาดหวังว่าเขาจะได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าหรือการรับบริการทั้งนี้รวมถึงบรรยากาศและความสะดวกในการบริการด้วย

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คือความรู้สึกที่แสดงถึงความยินดีหรือความผิดหวังต่อการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวังเดิมของลูกค้า ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการที่ได้รับมีค่าต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าสิ่งที่ได้รับตรงกับความคาดหวังหรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ลูกค้าก็จะมี ความพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจของลูกค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุดตามเวลาและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม

นิเวศน์ ธรรมะ (2552 อ้างใน สิปปคดี บารเย, 2555) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลในการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งกระบวนการภายในจิตใจและสังคมภายนอกที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำนั้น ๆ โดยกล่าวถึงศาสตร์ของพฤติกรรมที่จะช่วยตอบคำถามว่า ทำไมเขาถึงเลือกผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งมากกว่าอีกอย่างหนึ่ง เขาเลือกอย่างไร และบริษัทใช้ประโยชน์เหล่านี้ในการนำเสนอคุณค่าไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างไร

Johnston (2013) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของลูกค้า เป็นกระบวนการก่อนที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้อีกด้วย

Swarbrooke & Horner (2007) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมที่ได้รับการวางแผนไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างมีเหตุผล ดังนั้นกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของการท่องเที่ยว จึงไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นมาเฉย ๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนเดินทางไปไหนนักท่องเที่ยวต้องคิด ถึงการเดินทางซึ่งอาจต้องทำการซื้อบัตรโดยสาร การเตรียมที่พัก นอกจากนั้นแล้วปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวยังเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

วจนะ ภูพานี (2555) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคคือการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ จากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับ คือ การตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

การตัดสินใจ (Purchase) ภายหลังจากผู้บริโภคได้เลือกผลิตภัณฑ์ หรือบริการจากทางเลือกหลาย ๆ ทางแล้ว ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะซื้อ นั่นคือ การแลกเปลี่ยนเงินหรือสัญญาที่จะจ่ายเงินเพื่อได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ต้องการ ในขั้นนี้ยังมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาตัดสินใจอีก 3 ประการ คือ สถานที่ซื้อ (Place of Purchase) เงื่อนไขการซื้อ (Terms) และความพร้อมที่จะจำหน่าย (Availability) หากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้เป็นที่พอใจตกลงกันได้ การตัดสินใจซื้อก็จะเกิดขึ้น แต่หากมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่เป็นที่พอใจหรือไม่อาจจะรับได้ ผู้บริโภคอาจจะไม่ซื้อ แม้ว่าพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วก็ตาม

โสภณ ศุภวิริยากร (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้ซื้อของนักท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาพิจารณาและความพยายามในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง ซึ่งมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอก กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตระหนัก หรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition)

- สิ่งกระตุ้นภายใน เช่น การบุคคลรู้สึกเครียด หรืออ่อนล้าจากการทำงานมาตลอดทั้งปี หรือในกรณีที่บุคคลรู้สึกจำเจกับชีวิตประจำวัน

- สิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น ข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจท่องเที่ยวทั้งสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากพักผ่อนหย่อนใจหรือเดินทางไปท่องเที่ยวปลดปล่อยให้หายเหนื่อยหรือซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

#### ขั้นตอนที่ 2 การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Information Search)

- แหล่งข้อมูลภายใน นักท่องเที่ยวอาจนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ตนรู้จักและจดจำไว้ในใจซึ่งอาจเคยมีประสบการณ์มาแล้ว

- แหล่งข้อมูลภายนอก นักท่องเที่ยวอาจหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตจากนิตยสารท่องเที่ยว จากป้ายโฆษณากลางแจ้ง จากบริษัทท่องเที่ยว จากสำนักส่งเสริมการท่องเที่ยวรวมทั้งข้อมูลทางสังคม อาทิ ครอบครัว ญาติพี่น้อง อาจารย์ เพื่อนร่วมงาน ฯลฯ ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการบริษัทที่มีเว็บไซต์ อาทิ นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลโรงแรมที่พักจากเว็บไซต์ หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวว่าจะไปจังหวัดใด หาข้อมูลว่าร้านที่ไหนน่าสนใจ ฯลฯ

#### ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

- ระบุทางเลือกหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไป

- เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ระบุไว้ การตัดสินใจซื้ออาจจะมาจากเกณฑ์ราคาอันดับแรก นักท่องเที่ยวที่กำลังมองหาโปรแกรมทัวร์มักจะพิจารณาราคาโปรแกรมทัวร์ก่อน นักท่องเที่ยวที่ไม่ละเอียดรอบคอบก็จะตัดสินใจสิ่งที่มีราคาถูกที่สุด แต่นักท่องเที่ยวที่รอบคอบมักพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ด้วย โดยการสอบถามรายการนำเที่ยวเพิ่มเติมเมื่อพิจารณาคุณสมบัติครบแล้ว ก็นำมาจัดเรียงความสำคัญ แล้วก็ประเมินทางเลือกเพียงสิ่งเดียว

#### ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อและการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Decision Making)

หลังจากนักท่องเที่ยวได้ประเมินทางเลือกแล้วและทราบว่าผลิตภัณฑ์ใดที่ตนเองมีความต้องการจริง บางครั้งอาจมีตัวแปรต่างๆ เข้ามาเมื่ออุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล การเมืองเศรษฐกิจ สังคม การก่อการร้าย สงคราม ภัยพิบัติต่าง ๆ เหตุการณ์เหล่านี้อาจทำให้นักท่องเที่ยวเลื่อนการเดินทางท่องเที่ยวหรือซื้อผลิตภัณฑ์ออกไปอีกหรืออาจพิจารณาเปลี่ยนแปลงยกเลิกได้ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวจะมีความตั้งใจที่จะเดินทางและเตรียมตัวเดินทางโดยจะมีกิจกรรมต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเช่น การซื้อตั๋วเครื่องบิน การจองห้องพัก การแลกเงิน การทำวีซ่าเข้าประเทศ การจัดเตรียมสัมภาระเพื่อการเดินทาง ฯลฯ จากนั้นนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังสถานที่ที่ตัดสินใจไว้



### ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการเดินทาง (Post-Purchase Behavior)

นักท่องเที่ยวจะประเมินผลจากประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจหรือไม่ พึงพอใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวตั้งไว้ และประสบการณ์ที่ได้รับจริงจากการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) ได้กล่าว ถึง กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวว่าคนเรานั้นเมื่อมีความต้องการอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยว ก็จะมีการตัดสินใจก่อนว่าที่ไหนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ใช้บริการรูปแบบไหน ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวกี่วัน ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจะมีกระบวนการตัดสินใจอยู่ 10 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย ซึ่งโดยทั่วไปสามารถ ทำได้ 4 แบบ คือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขายเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่อยากที่จะเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นที่ 2 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว 4 รูปแบบตามที่ได้กล่าวไปแล้วในขั้นที่ 1 จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหน่วยงานเกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว บริการทางการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อชักจูงและกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากที่จะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3 ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้หลังจากที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวแล้วจนกระทั่งเกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวขึ้นภายในใจ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวนั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ขั้นที่ 4 สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การจูงใจทางการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ ปัจจัยผลัก (Push Factor) อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวัน เช่น การมีเวลาว่างมากขึ้น การมีรายได้เพียงพอ หรือการขยายตัวทางการศึกษา และความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น และอีกปัจจัยหนึ่งคือปัจจัยดึง (Pull Factor) อันเป็นสภาพที่ท่องเที่ยวใหม่ การส่งเสริมการตลาดจากธุรกิจการท่องเที่ยวการขยายตัวของบริษัทจัดนำเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่งที่ดี เป็นต้น ซึ่งสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้ คือ

1) สิ่งจูงใจด้านกายภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้อการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ เพื่อต้องการคลายความเครียดและดูแลสุขภาพ เช่น การขึ้นชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2) สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม เป็นสิ่งกระตุ้นจากความต้องการในการอยากรู้ อยากเห็น วัฒนธรรมที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การชมแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ การชมศิลปะพื้นบ้านและความเป็นอยู่ การเข้าร่วมในเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

3) สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติ หรือการร่วมเดินทางไปเพื่อประกอบศาสนกิจ เป็นต้น

4) สิ่งจูงใจด้านสถานภาพ เป็นแรงกระตุ้นจากความต้องการยกระดับสถานะของตนเองให้สูงขึ้นและมีชื่อเสียงมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมประชุมสัมมนา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ได้รับข่าวสารจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว เสริมด้วยแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจทำให้เกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการเดินทางไปมากที่สุดจะถูกเลือก

ขั้นที่ 6 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนในการศึกษาถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการเดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ตัดสินใจเลือกแล้ว ซึ่งจะต้องวางแผนค่าใช้จ่าย รวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่ายานพาหนะในการเดินทาง ค่าเยี่ยมชม สถานที่ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจขอข้อมูลและการช่วยเหลือด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายจากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้ นอกจากนี้ยังต้องมีการวางแผนถึงความสามารถ ในการเดินทางท่องเที่ยวอันประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญต่อไปนี้ คือ

- 1) เวลาว่าง วางแผนว่าจะใช้เวลาเท่าใดในการท่องเที่ยวและ รวมถึงช่วงเวลาใดที่จะเดินทางท่องเที่ยว
- 2) การเงิน วางแผนค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางว่าจะต้องใช้งบเท่าไร
- 3) สุขภาพ ในการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องวางแผนว่าจะต้องมีการเตรียมตัวด้านสุขภาพอย่างไร เช่นการป็นเขา การเดินป่า ล่องแพ ตลอดจนการเตรียมยารักษาโรคประจำตัว เป็นต้น
- 4) อาชีพ จะต้องวางแผนว่าจะมอบภารกิจการทำงานให้ใคร
- 5) ระยะเวลา จะต้องวางแผนถึงระยะเวลาของสถานที่ท่องเที่ยวว่าจะสมดุลงกับเวลาว่างการเงิน สุขภาพ และอาชีพหรือไม่อย่างไร

ขั้นที่ 7 การเตรียมตัวก่อนเดินทางท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะต้องเตรียมตัวก่อนออกเดินทางที่จะท่องเที่ยว หลังจากที่ได้วางแผนถึงค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว ซึ่งการเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวมีหลายอย่างที่ควรคำนึงถึง เช่น การจองตั๋วพาหนะเดินทาง การจองตั๋วรายการนำเที่ยว การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการจัดเตรียมเสื้อผ้ากระเป๋าท่องเที่ยว เป็นต้น



ขั้นที่ 8 การเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางสู่จุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้เลือกไว้แล้ว จนกระทั่งกลับสู่ที่พักในภูมิลำเนาเดิม โดยนักท่องเที่ยวจะมีการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นช่วง ๆ ตามที่ได้รับประสบการณ์เริ่มตั้งแต่วินาทีแรกที่นำสู่จุดหมาย หรือแหล่งท่องเที่ยว สภาวะแวดล้อมต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และบริการอื่น ๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง ตรงกับที่ได้คาดหวังไว้หรือไม่

ขั้นที่ 9 ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะทำการประเมินประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ หลังจากเสร็จสิ้นการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งการประเมินของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจนั้นเป็นการประเมินของนักท่องเที่ยวที่ได้รับหรือสัมผัสผ่านการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ คน สภาวะแวดล้อม ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว

ขั้นที่ 10 ทักษะคิดต่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวหลังจากประเมินประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ทัศนคติที่ดีจะเกิดขึ้นหากนักท่องเที่ยวได้รับความรู้สึกหรือสิ่งที่ดีก็จะเกิดเป็นความพึงพอใจ และยังคงอาจทำให้อยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกด้วย หรือแม้กระทั่งบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน แต่หากนักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจจากการท่องเที่ยวก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดี ทำให้ไม่อยากไปท่องเที่ยวอีก และอาจนำไปบอกคนอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยเหมือนกัน

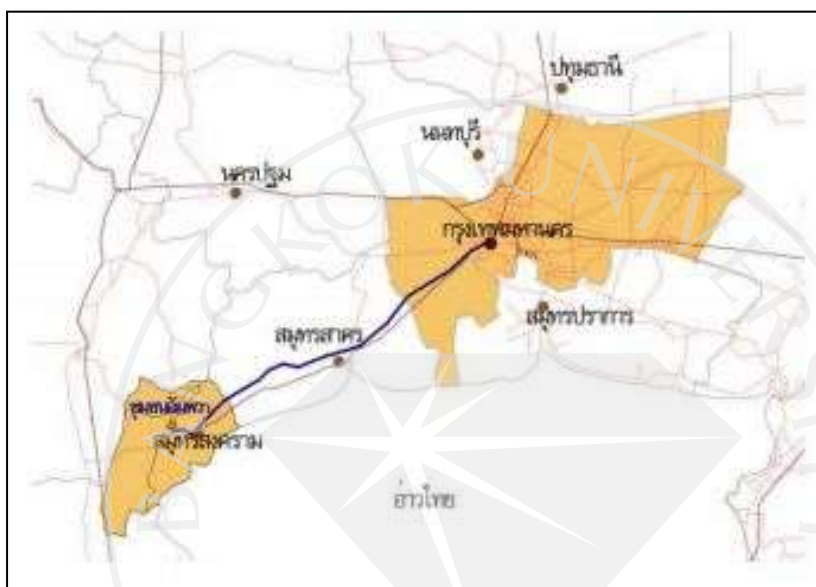
สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการโรงแรม หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติเมื่อมีการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยการกระทำหรือการแสดงออกใด ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหา หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ประกอบด้วยการตระหนัก หรือการรับรู้ปัญหา การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว และพฤติกรรมภายหลังการเดินทาง

## 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

อำเภออัมพวา เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสมุทรสงคราม สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มีผู้คนมาตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ไม่มากนักต่อมาเมื่อเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 ปี พ.ศ. 2310 ผู้คนอพยพมาอยู่กันมากขึ้น เพราะมีทำเลเหมาะแก่การเพาะปลูกและเป็นที่อยู่อาศัย ตามหลักฐานที่พอจะค้นคว้าได้นั้นปรากฏว่า ที่ว่าการอำเภออัมพวาในอดีตได้อาศัยศาลาการเปรียญของวัดอัมพวันเจติยาราม ต่อมาได้ย้ายข้ามคลองอัมพวาไปอยู่ที่ศาลาการเปรียญวัดท้ายตลาด ตำบลบางกะพ้อม ซึ่งอยู่ห่างจากสถานที่เดิมไปประมาณ 400 เมตร และได้ย้ายมาอยู่ที่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลองมาจนทุกวันนี้ และคงใช้ชื่ออัมพวา

เพราะบริเวณนี้เดิมเป็นเรือกสวน มีต้นมะพร้าว และต้นมะม่วงอยู่เป็นจำนวนมาก ต้นมะพร้าวนั้นเป็นพืชหลักของสมุทรสงครามและมีอยู่ทั่วไป ส่วนต้นมะม่วงมีการปลูกอยู่อย่างหนาแน่นที่บริเวณนี้ จึงใช้ชื่ออัมพวามาตลอด (กอบกาญจน์ เหริยอุทอง, 2556)

ภาพที่ 2.1: แผนที่ตั้งและการเข้าถึงอำเภออัมพวา



สภาพพื้นที่ทั่วไป เป็นที่ราบลุ่ม แม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน มีลำคลองผ่านหลายสาย เช่น คลองอัมพวา คลองวัดนางวัง คลองวัดบางกะพ้อม คลองบางจาก คลองดาวดึงษ์ คลองลัดดาโชติ ได้รับอิทธิพลจากน้ำทะเลหนุน น้ำไหลขึ้นลงตลอดปี พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ ได้แก่ สวนลิ้นจี่ สวนส้มโอ สวนมะพร้าว สวนมะม่วง (กอบกาญจน์ เหริยอุทอง, 2556)

ลักษณะภูมิอากาศ โดยทั่วไป จะมีฝนตกชุกประมาณเดือน พฤษภาคม – ตุลาคม เนื่องจากได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ เนื่องจากอยู่ไม่ไกลทะเลมากนัก จึงทำให้อากาศไม่หนาวจัดมากนัก (วรรณศิลป์ พิรพันธุ์ และ ศิริวรรณ ศิลาพัชรินทร์, 2553)

ที่ตั้งและอาณาเขต อำเภออัมพวามีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางคนที

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเมืองสมุทรสงคราม

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเขาย้อยและอำเภอบ้านแหลม(จังหวัดเพชรบุรี)

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอปากท่อและอำเภอวัดเพลง (จังหวัดราชบุรี)

สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภออัมพวา (วรรณศิลป์ พิรพันธุ์ และ ศิริวรรณ ศิลาพัชรินทร์, 2553)

1) ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ภาพที่ 2.2: ตลาดน้ำดำเนินสะดวก



เพียง 20 กิโลเมตรจากอัมพวา จะถึงตลาดน้ำดำเนินสะดวก สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอีกแห่งหนึ่ง เปิดให้เข้าเที่ยวชมตั้งแต่เวลา 8.00-12.30 น. จะท่องเที่ยวโดยการเดินเลาะริมคลองหรือจะนั่งเรือล่องดูวิวทัศน 2 ฝั่งคลองก็ได้บรรยากาศทั้ง 2 แบบ

2) ตลาดน้ำอัมพวา

ภาพที่ 2.3: ตลาดน้ำอัมพวา



ตลาดน้ำยามเย็น หรือตลาดน้ำอัมพวาห่างจากรีสอร์ทเพียง 3 กิโลเมตร ขณะนี้กำลังได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจาก บรรยากาศริมสองฝั่งน้ำยังคงรักษาเอกลักษณ์แบบดั้งเดิมไว้ได้เป็นอย่างดี เลือกชิมอาหารไทยนานาชนิดจากพ่อค้า แม่ค้าที่พายเรือขายในคลอง อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวบ้าน และหิงห้อย

### 3) ตลาดทางรถไฟ

ภาพที่ 2.4: ตลาดทางรถไฟ



จากอัมพวาไปสู่ตลาดแม่กลองประมาณ 6 กิโลเมตร จะพบตลาดที่แปลกตา ด้วยมีพ่อค้า แม่ค้า หลายร้านขายของกันบนทางรถไฟ เป็นอีกตลาดหนึ่งที่น่าแวะเที่ยวชม เพราะมีความตื่นตาตื่นใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อรถไฟวิ่งเข้าสู่ชานชาลา พ่อค้า แม่ค้า เหล่านี้จะทำอย่างไร ต้องแวะไปดูด้วยตาตนเอง

### 4. วัดบางกุ้ง



ภาพที่ 2.5: วัดบางกุ่ม



สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีลักษณะพิเศษ คือโบสถ์ทั้งหลังปกคลุมด้วยรากและ ต้นไม้ถึงสี่ชนิด ได้แก่ ต้นโพธิ์ ต้นไทร ต้นไกร ต้นกร่าง ยึดไว้ทั้งหลังเป็นเวลารวมกว่า 200 ปี จนกลายเป็นสถานที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแนะนำให้เป็นหนึ่งใน “Unseen Thailand”

5) อุทยาน ร.2

ภาพที่ 2.6: อุทยาน ร.2



อุทยานพระบรมราชานุสรณ์ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ลักษณะเป็นอาคาร  
ทรงไทย 4 หลัง แบ่งออกเป็นสวนต่าง ๆ ภายในจัดแสดงศิลปะโบราณวัตถุสมัยต้นรัตนโกสินทร์  
เครื่องเบญจรงค์เครื่องถ้วย หัวโขนเปิดให้ชมทุกวัน

#### 6) โบสถ์คริสต์

ภาพที่ 2.7: โบสถ์คริสต์



สร้างขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1890 โดยบาทหลวงเปาโลซ์ลมอน มิซซันนารีชาวฝรั่งเศสและญาติพี่น้อง  
โดยใช้เวลาในการสร้างทั้งสิ้นรวม 6 ปี เป็นสถาปัตยกรรมแบบโกธิคของประเทศฝรั่งเศสฉาบด้วย  
ปูนดำภายในประดับด้วยกระจกสีสวยงาม

#### 7) ดอนหอยหลอด

ภาพที่ 2.8: ดอนหอยหลอด



สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นสันดอนตั้งอยู่ปากแม่น้ำแม่กลอง บริเวณสันดอนมีหอยอาศัยอยู่หลายชนิด ไม่ว่าจะเป็น หอยลาย หอยปุก หอยปากเป็นและหอยที่พบมากที่สุดคือ หอยหลอด จึงเป็นจุดเด่นของสถานที่แห่งนี้

8) ล่องเรือชมหิ่งห้อย

ภาพที่ 2.9: ล่องเรือชมหิ่งห้อย



มาตลาดน้ำอัมพวาทั้งที่ ต้องไปดูแมลงชนิดนี้ หิ่งห้อย จะพบได้ในระบบนิเวศที่มีความอุดมสมบูรณ์ ธรรมชาติยังบริสุทธิ์ เพราะการดำรงชีวิตอยู่ของหิ่งห้อยต้องอาศัยน้ำค้าง และสิ่งแวดล้อมที่ไม่มีพิษ สัมผัสธรรมชาติด้วยการล่องเรือมาชม ที่มีความปลอดภัย และนั่งสบายได้ทุกวัย

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Ismail, Hanafiah, Aminuddin & Mustafa (2016) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ อธิบายว่า โฮมสเตย์ ถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน โดยหลายประเทศมีการเติบโตอย่างมากรวมทั้งโครงการโฮมสเตย์ในมาเลเซีย แต่อุตสาหกรรมนี้ก็ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ มากมาย ซึ่งการศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งได้รับการตรวจสอบตามความตรงเชิงเนื้อหาและความน่าเชื่อถือโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยการตรวจสอบ (Exploratory Factor Analysis EFA) ผลการศึกษายืนยันความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว

Kasuma, Esmado, Yacob, Kanyan & Nahar (2016) ศึกษาเรื่องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษา รัฐซาบฮ์ การศึกษานี้มุ่งเน้นการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของธุรกิจโฮมสเตย์ในรัฐซาบฮ์ โดยการศึกษาความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานการส่งเสริมและผลิตภัณฑ์ที่พวกเขาได้รับ จากการวิเคราะห์ถดถอยพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกับคุณภาพการบริการ โครงสร้างพื้นฐาน และผลิตภัณฑ์ของธุรกิจโฮมสเตย์ นอกจากนี้ยังพบว่า คุณภาพการบริการและการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจมากขึ้น

Assaf & Magnini (2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการวัดประสิทธิภาพของโรงแรม: หลักฐานจากอุตสาหกรรมโรงแรมในสหรัฐอเมริกา (Accounting for customer satisfaction in measuring hotel efficiency: Evidence from the US Hotel Industry) และพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญจากการให้บริการ แต่มักจะถูกละเลยในการศึกษาประสิทธิภาพของโรงแรม การศึกษานี้มีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ไม่รวมความพึงพอใจของลูกค้าที่อาจนำไปสู่ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในความหมายและการจัดอันดับของคะแนนประสิทธิภาพของโรงแรม การศึกษานี้ได้รับผลคะแนนประสิทธิภาพของโรงแรมใช้วิธีการสุ่มแบบ Stochastic Frontier ที่อยู่บนพื้นฐานของตัวอย่างที่สมดุลของกลุ่มโรงแรมชั้นนำในสหรัฐอเมริกา การศึกษานี้ มีการนำเสนอและเปรียบเทียบผลด้านประสิทธิภาพจากสองรูปแบบของการศึกษา รูปแบบแรก มีการรวมเอาคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าและรูปแบบที่สอง ไม่รวม



คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า การศึกษามีการอธิบายถึงความแตกต่างของคะแนนด้านประสิทธิภาพระหว่างทั้งการศึกษาทั้งสองรูปแบบ นอกจากนี้ยังมีการอธิบายค่าคะแนนประสิทธิภาพของแต่ละกลุ่มเครือโรงแรมและให้คำแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคต

AbuKhalifeh & Som (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการคุณภาพการให้บริการในอุตสาหกรรมโรงแรม: กรอบแนวคิดสำหรับแผนกอาหารและเครื่องดื่ม (Service Quality Management in Hotel Industry: A Conceptual Framework for Food and Beverage Departments) พบว่า คุณภาพการให้บริการเป็นประเด็นที่สำคัญของการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแผนกอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม แม้จะมีงานวิจัยจำนวนมากเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ แต่เหตุผลที่ว่าทำไมแขกมาพักที่โรงแรมและทำไมการบริการที่มีคุณภาพสูงจากแผนกอาหารและเครื่องดื่มเป็นสิ่งจำเป็นนั้น ยังคงยังไม่ได้คำตอบ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมที่มีอยู่ในการบริหารจัดการคุณภาพการให้บริการในแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ของโรงแรม กระบวนการของโรงแรมและกรอบการจัดการคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพ การศึกษานี้ อภิปรายถึงโมเดลที่มีชื่อเสียงและอธิบายกรอบมิติ การจัดการคุณภาพการของ Parasuraman ของการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่ม และการประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมโรงแรม การศึกษาแนวคิดในครั้งนี้ได้เสนอแนะวิธีการประยุกต์ใช้แบบจำลองมิติคุณภาพการให้บริการในแผนกอาหารและเครื่องดื่มเพื่อที่จะปรับปรุงการบริหารจัดการที่ดีในการตอบสนองความพึงพอใจของแขกที่มาใช้บริการ

Seubsamarn (2009) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย งานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาถึงแรงจูงใจและลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวและศึกษาคุณลักษณะที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวชมสถานที่ทางวัฒนธรรมในประเทศไทย ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ เก็บรวบรวมจากผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คุณลักษณะทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

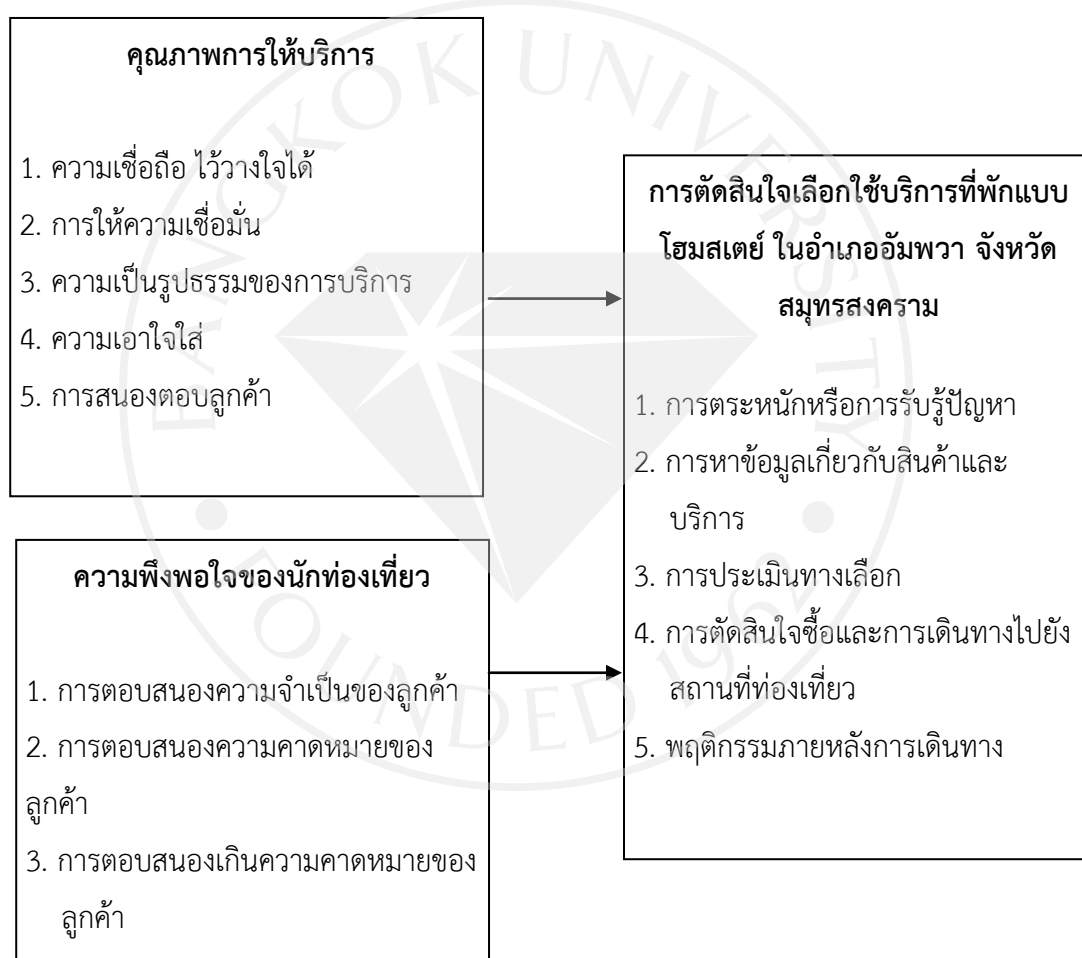
Baker & Crompton (2000) คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจใช้บริการ การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างภายใต้สมมุติฐานว่าการรับรู้คุณภาพการบริการจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากกว่าความพึงพอใจ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว โดยการประเมินคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของทั้งสองด้าน แต่เนื่องจากคุณภาพการให้บริการอยู่ภายใต้การควบคุมของฝ่ายจัดการจึงน่าจะเป็นมาตรการที่มีประโยชน์มากขึ้น

## 2.5 กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

### 2.5.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยในข้างต้นแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กับตัวแปรตามการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ภาพที่ 2.10: กรอบแนวคิดการวิจัย



### 2.5.2 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภอ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและตัวอย่าง
- 3.2 ประเภทของข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.5 การแปรผลข้อมูล
- 3.6 วิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์

#### 3.1 ประชากรและตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่รู้จัก เคยเดินทางไปท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา หรือกำลังตัดสินใจท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา เนื่องจากกลุ่มประชากรดังกล่าวเป็นกลุ่มประชากรที่มีอำนาจในการซื้อ และสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ทั้งนี้เพราะมีรายได้จากผู้ปกครอง หรือรายได้จากการทำงาน

##### 3.1.2 ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พบว่าประชากร เพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 3,561,448 คน (กรมการปกครอง, 2561) จึงทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณ ของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมให้มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 5% ซึ่งสูตรที่ใช้ในการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5%

แทนค่า

$$N = \frac{3,561,448}{1 + 3,561,448 (0.05)^2}$$

$$= 399.95$$

ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

### 3.2 ประเภทของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการศึกษา ได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความและการสรุปผล ประกอบด้วย

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมซึ่งในที่นี้ คือ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เน้นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือ ได้แก่

- 1) ตำรา หนังสือ
- 2) เอกสารเกี่ยวกับงานวิจัยที่ผ่านมาแต่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้และ
- 3) วารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอน ดังนี้

- 3.3.1 ทบทวนวัตถุประสงค์ของการศึกษา และตัวแปรที่ศึกษา
- 3.3.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 3.3.3 สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ คือ

- 1) ข้อมูลส่วนบุคคล
- 2) คุณภาพการให้บริการ
- 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 4) การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัด

สมุทรสงคราม

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไข

3.3.5 ทำการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง

3.3.6 นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างจำนวน 30 รายเพื่อหาความเชื่อมั่นและนำผลที่ได้เข้าปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา

3.3.7 ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษานุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม

3.3.8 แจกแบบสอบถามไปยังตัวอย่าง

### 3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

3.4.1 การตรวจสอบความตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านที่พิจารณาแบบสอบถาม

3.4.2 วิธีการและขั้นตอนการประเมิน

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาผู้วิจัยได้กระทำได้โดยการนำนิยามเชิงปฏิบัติการ และข้อคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องพิจารณาความสอดคล้อง และกรอกผลการพิจารณา ซึ่งดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ

ให้คะแนน +1 หากแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด  
 ให้คะแนน 0 หากไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด  
 ให้คะแนน -1 หากแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่  
 กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (กรมวิชาการ, 2545,  
 หน้า 65)

สูตรในการคำนวณ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

*IOC* คือ ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

*R* คือ คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$  คือ ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

*N* คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิเคราะห์ค่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป จึงไม่ต้องตัดคำถามข้อใดออก

#### 3.4.3 การตรวจสอบความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ช อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละประเด็นและค่าความเชื่อมั่นรวมอยู่ระหว่างค่า 0.817 – 0.937 นอกจากนี้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นยังได้ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว จึงได้สรุปว่าแบบสอบถามที่ได้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)

### 3.5 การแปลผลข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดอันตรภาคชั้นขึ้น สำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณอันตรภาคชั้นขึ้น เพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยช่วงชั้นของค่าคะแนน ดังนี้

อันตรภาคชั้น	4.24 – 5.00	หมายถึง ระดับมากที่สุด
อันตรภาคชั้น	3.43 – 4.23	หมายถึง ระดับมาก
อันตรภาคชั้น	2.62 – 3.42	หมายถึง ระดับปานกลาง
อันตรภาคชั้น	1.81 – 2.61	หมายถึง ระดับน้อย
อันตรภาคชั้น	1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับที่ต่ำสุด

### 3.6 วิธีการทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษาคั้งนี้ไว้ดังนี้ คือ

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้ คือ

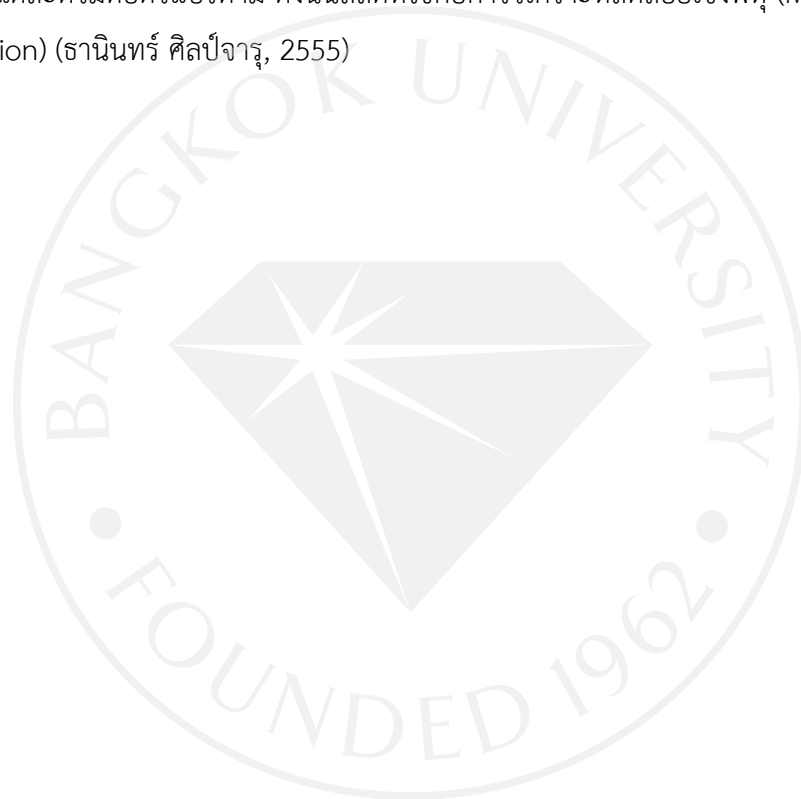
1) ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดแบบนามบัญญัติ เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสม คือ ค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ

2) ตัวแปรด้านระดับความคิดเห็น ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดอันตรภาคเนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนให้แต่ละระดับ



และผู้วิจัยต้องการทราบจำนวนตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยคะแนนของแต่ละระดับความคิดเห็นของตัวอย่าง สถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.6.2 สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิง สำหรับการอธิบายผลการศึกษาของตัวอย่างโดยใช้การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในลักษณะของการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งใช้มาตรวัดอันตรายกับตัวแปรตามหนึ่งตัว คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งใช้มาตรวัดอันตราย และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวมีต่อตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบายและทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

- 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล
- 4.2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ
- 4.3 ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- 4.4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์
- 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	133	33.2
หญิง	267	66.8
รวม	400	100.0

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 และเป็นเพศชาย จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 – 20 ปี	5	1.2
21 – 29 ปี	210	52.5
30 – 39 ปี	144	36.0
40 – 49 ปี	34	8.5
50 – 59 ปี	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 29 ปี ซึ่งมีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และรองลงมามีอายุ 30 – 39 ปี มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 อายุ 40 – 49 ปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อายุ 50 – 59 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 และอายุ 18 – 20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
โสด	236	59.0
สมรส	136	34.0
ม้าย/หย่าร้าง	28	7.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมา สมรส จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และ ม้าย/ หย่าร้าง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	18	4.5
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	41	10.2
พนักงานบริษัทเอกชน	318	79.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	10	2.5
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	8	2.0
อื่นๆ	5	1.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมา เจ้าของธุรกิจ / อาชีพอิสระ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 อาชีพนักเรียน นักศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 อาชีพ แม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	25	6.2
10,001 – 20,000 บาท	145	36.2
20,001 – 30,000 บาท	108	27.0
30,001 – 40,000 บาท	48	12.0
40,001 – 50,000 บาท	26	6.5
50,001 บาท ขึ้นไป	48	12.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 และรองลงมาได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท และ 50,001 บาท ขึ้นไป เท่ากันที่จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

#### 4.2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลดังกล่าวปรากฏในตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6: ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
<b>1. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)</b>			
1.1 ที่พักแบบโฮมสเตย์ให้บริการได้ตรงตามที่ชี้แจงไว้ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น	4.02	.711	มาก
1.2 ผู้ให้บริการสามารถให้บริการเหมือนกันทุกครั้งที่มาใช้บริการ	4.06	.689	มาก
1.3 การจองห้องพักมีความน่าเชื่อถือ	3.97	.773	มาก
1.4 การให้บริการมีมาตรฐานทุกครั้งที่มาใช้บริการ	4.18	.716	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.05</b>	<b>.611</b>	<b>มาก</b>
<b>2. ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Assurance)</b>			
2.1 ผู้ให้บริการมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี	3.96	.772	มาก
2.2 ท่านมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างเข้าพัก	4.01	.806	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัย  
คุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
2.3 ที่พักแบบโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อดีชมและ ปัญหาของลูกค้า สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว	3.90	.818	มาก
2.4 ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สร้างความมั่นใจให้แก่ท่าน	4.07	.780	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.98</b>	<b>.695</b>	<b>มาก</b>
<b>3. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility)</b>			
3.1 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวน ลูกค้า	4.07	.743	มาก
3.2 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีสถานที่นั่งพักผ่อนเหมาะสมกับ จำนวนลูกค้า	4.07	.751	มาก
3.3 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีสัญญาณ wifi ให้บริการทั่ว บริเวณที่พักแบบโฮมสเตย์	4.06	.827	มาก
3.4 ห้องพักมีการตกแต่งที่เป็นระเบียบ	3.92	.841	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.02</b>	<b>.701</b>	<b>มาก</b>
<b>4. ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)</b>			
4.1 ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า เป็นรายบุคคล	4.12	.748	มาก
4.2 ผู้ให้บริการให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มี อัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้า	4.11	.726	มาก
4.3 ผู้ให้บริการสามารถจัดจําบริการที่ลูกค้าต้องการได้	4.02	.774	มาก
4.4 ที่พักแบบโฮมสเตย์แห่งนี้มีการสอบถามความ ต้องการของลูกค้า เพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้อง	3.98	.796	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.06</b>	<b>.666</b>	<b>มาก</b>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
<b>5. ด้านการสนองตอบลูกค้า (Responsiveness)</b>			
5.1 ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง	4.03	.814	มาก
5.2 ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.04	.773	มาก
5.3 ผู้ให้บริการมีความพร้อมให้บริการตลอดเวลา	4.02	.883	มาก
5.4 ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	3.89	.952	มาก
รวม	<b>3.99</b>	<b>.758</b>	<b>มาก</b>
<b>คุณภาพการให้บริการ รวม</b>	<b>4.02</b>	<b>.627</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.02 และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ เป็นรายด้านแล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านความเอาใจใส่ รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ถัดมา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ถัดมาด้านการสนองตอบลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่น ตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ การให้บริการมีมาตรฐานทุกครั้งที่มาใช้บริการ มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.18 รองลงมาผู้ให้บริการสามารถให้บริการเหมือนกันทุกครั้งที่มาใช้บริการ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.06 และที่פקแบบโฮมสเตย์ให้บริการได้ตรงตามที่ชี้แจงไว้ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.02 ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ การจองห้องพักมีความน่าเชื่อถือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.97

ด้านการให้ความเชื่อมั่น ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สร้างความมั่นใจให้แก่ท่าน มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ท่านมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างเข้าพัก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.01 และผู้ให้บริการมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.96 ส่วนข้อที่ผู้ตอบ



แบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ที่พักแบบโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้า สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.90

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ที่พักแบบโฮมสเตย์ มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้า และที่พักแบบโฮมสเตย์มีสถานที่นั่งพักผ่อนเหมาะสมกับจำนวนลูกค้า มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.07 รองลงมา ที่พักแบบโฮมสเตย์มีสัญญาณ wifi ให้บริการทั่วบริเวณที่พักแบบโฮมสเตย์ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.06 ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ห้องพักมีการตกแต่งที่เป็นระเบียบ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.92

ด้านความเอาใจใส่ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.12 รองลงมา ผู้ให้บริการให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้า ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.11 และผู้ให้บริการสามารถจดจำบริการที่ลูกค้าต้องการได้ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.02 ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ที่พักแบบโฮมสเตย์แห่งนี้มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้อง ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.98

ด้านการสนองตอบลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.04 รองลงมา ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.03 และผู้ให้บริการมีความพร้อมให้บริการตลอดเวลา ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.02 ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.89

#### 4.3 ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลดังกล่าวปรากฏในตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7: ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจ  
ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
<b>1. สินค้าและบริการ</b>			
1.1 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสมและเพียงพอ	4.18	.706	มาก
1.2 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีสิ่งดึงดูดใจ และสวยงาม แปลกตาแตกต่างจากที่อื่น	4.08	.749	มาก
1.3 ผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เป็นอย่างดี	4.13	.721	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.12</b>	<b>.645</b>	<b>มาก</b>
<b>2. ราคา</b>			
2.1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสม	4.17	.633	มาก
2.2 ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.07	.703	มาก
2.3 ราคาค่าบริการอื่นๆ มีความเหมาะสม	4.09	.714	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.10</b>	<b>.619</b>	<b>มาก</b>
<b>3. คุณภาพและความเชื่อถือได้</b>			
3.1 การให้บริการของโฮมสเตย์มีความน่าเชื่อถือ วางใจได้	4.13	.755	มาก
3.2 การให้บริการของโฮมสเตย์มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก	4.16	.797	มาก
3.3 พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี	4.14	.797	มาก
<b>4. การส่งมอบสินค้า</b>			
4.1 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้	3.95	.785	มาก
4.2 โฮมสเตย์ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีข้อผิดพลาดในการให้บริการ	4.06	.772	มาก
4.3 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามเวลา เช่น บริการนำเที่ยว บริการด้านอาหาร เป็นต้น	4.02	.770	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.00</b>	<b>.703</b>	<b>มาก</b>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
<b>5. การบริการหลังการขาย</b>			
5.1 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีการสอบถามความคิดเห็นหลังการเข้าพัก	4.08	.765	มาก
5.2 ที่พักแบบโฮมสเตย์นำเสนอกิจกรรมพิเศษในช่วงเวลาต่างๆ หลังจากการเข้าพักให้แก่ผู้ใช้บริการได้รับทราบ	4.07	.780	มาก
5.3 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีการจูงใจให้ท่านเข้ามาใช้บริการอีกครั้งภายหลังการใช้บริการ เช่น การมอบส่วนลดพิเศษ	4.11	.738	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.08</b>	<b>.671</b>	<b>มาก</b>
<b>6. สถานที่</b>			
6.1 โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม	4.14	.742	มาก
6.2 บริเวณโดยรอบโฮมสเตย์มีความสะอาด	4.04	.750	มาก
6.3 สถานที่ตั้งของโฮมสเตย์มีความสะดวกในการเดินทาง	3.98	.799	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>4.05</b>	<b>.637</b>	<b>มาก</b>
<b>ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>.585</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.08 และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นรายด้านแล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านคุณภาพและความเชื่อถือได้ รองลงมา ด้านสินค้าและบริการ ถัดมา ด้านราคา ถัดมา ด้านการบริการหลังการขาย ถัดมา ด้านสถานที่ และด้านการส่งมอบสินค้า ตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายแต่ละด้านได้ ดังนี้

ด้านสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสมและเพียงพอ มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.18 รองลงมาผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เป็นอย่างดี ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.13 และที่พัก

แบบโฮมสเตย์มีสิ่งดึงดูดใจ และสวยงาม แปลกตา แตกต่างจากที่อื่น ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ราคาห้องพักมีความเหมาะสม มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.17 รองลงมาราคาค่ากิจกรรมอื่นๆ เช่น ล่องเรือ เป็นต้น มีความเหมาะสม ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.09 และราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

ด้านคุณภาพและความเชื่อถือได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ การให้บริการของโฮมสเตย์มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.16 รองลงมา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.14 และการให้บริการของโฮมสเตย์มีความน่าเชื่อถือ วางใจได้ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.13 ตามลำดับ

ด้านการส่งมอบสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ โฮมสเตย์ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีข้อผิดพลาดในการให้บริการ มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.06 รองลงมา โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามเวลา เช่น บริการนำเที่ยว บริการด้านอาหาร เป็นต้น ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.02 และโฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

ด้านการบริการหลังการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ที่พักแบบโฮมสเตย์มีการจูงใจให้ท่านเข้ามาใช้บริการอีกครั้งภายหลังการใช้บริการ เช่น การมอบส่วนลดพิเศษ มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.11 รองลงมา ที่พักแบบโฮมสเตย์มีการสอบถามความคิดเห็นหลังการเข้าพัก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.08 และที่พักแบบโฮมสเตย์นำเสนอกิจกรรมพิเศษในช่วงเวลาต่างๆ หลังจากการเข้าพักให้แก่ผู้ใช้บริการได้รับทราบ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ

ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม มากที่สุด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.14 รองลงมา บริเวณโดยรอบโฮมสเตย์มีความสะอาด ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.04 และสถานที่ตั้งของโฮมสเตย์มีความสะดวกในการเดินทาง ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

#### 4.4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลดังกล่าวปรากฏในตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8: ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อต้องการพักผ่อน	4.06	.776	มาก
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อต้องการสัมผัสกับวิถีชุมชนอย่างใกล้ชิด	4.16	.727	มาก
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	4.08	.691	มาก
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากได้รับทราบประสบการณ์จากผู้ที่เคยมาใช้บริการ	4.07	.774	มาก
5. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เพราะมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป	4.03	.767	มาก
6. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากมีการจัดโปรโมชั่น และให้ส่วนลดพิเศษ	4.12	.720	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>.611</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในระดับมาก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.08 และเมื่อพิจารณาการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อต้องการสัมผัสกับวิถีชุมชนอย่างใกล้ชิด รองลงมา ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากมีการจัดโปรโมชั่น และให้ส่วนลดพิเศษ ถัดมาท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เพราะมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

#### 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.9: ค่าสัมประสิทธิ์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ปัจจัย	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	.054	.044	.054	1.223	.222
2. ด้านการให้ความเชื่อมั่น	.083	.042	.095	1.978	.049*
3. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.117	.047	.134	2.501	.013*
4. ด้านความเอาใจใส่	.257	.044	.280	5.892	.000*
5. ด้านการสนองตอบลูกค้า	.315	.038	.391	8.291	.000*

Note:  $R^2 = 0.781$ ,  $AR^2 = 0.779$ ,  $F = 281.722$ ,  $*p < 0.05$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น (sig = 0.049) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (sig = 0.013) ด้านความเอาใจใส่ (sig = 0.000) และด้านการสนองตอบลูกค้า (sig = 0.000) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของคุณภาพการให้บริการ พบว่า ด้านการสนองตอบลูกค้า (Beta = 0.391) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเอาใจใส่ (Beta = 0.280) ถัดมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Beta = 0.134) และด้านการให้ความเชื่อมั่น (Beta = 0.095) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjust R Square = 0.779) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 77.9 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 22.1 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

ตารางที่ 4.10: ค่าสัมประสิทธิ์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ปัจจัย	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1. สินค้าและบริการ	.261	.031	.275	8.422	.000*
2. ราคา	.331	.033	.336	10.168	.000*
3. คุณภาพและความเชื่อถือได้	.045	.027	.053	1.655	.099
4. การส่งมอบสินค้า	.204	.031	.235	6.626	.000*
5. การบริการหลังการขาย	-.008	.031	-.008	-.243	.808
6. สถานที่	.148	.027	.154	5.409	.000*

Note:  $R^2 = 0.874$ ,  $AR^2 = 0.872$ ,  $F = 453.879$ ,  $*p < 0.05$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ (sig = 0.000) ด้านราคา (sig = 0.000) ด้านการส่งมอบสินค้า (sig = 0.000) และด้านสถานที่ (sig = 0.000) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ด้านราคา (Beta = 0.336) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ (Beta = 0.275) ถัดมาด้านการส่งมอบสินค้า (Beta = 0.235) และด้านสถานที่ (Beta = 0.154) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjust R Square = 0.872) พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 87.2 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 12.8 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา



#### 4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 4.11: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม</b>	
สมมติฐานย่อยที่ 1.1 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานย่อยที่ 1.2 คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่น ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	สอดคล้อง
สมมติฐานย่อยที่ 1.3 คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	สอดคล้อง
สมมติฐานย่อยที่ 1.4 คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	สอดคล้อง
สมมติฐานย่อยที่ 1.5 คุณภาพการให้บริการด้านการสนองตอบลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	สอดคล้อง
<b>สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม</b>	
สมมติฐานย่อยที่ 2.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านความต้องการในตัวสินค้าและบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	สอดคล้อง

(ตารางมีต่อ)

ตาราง 4.11 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
<b>สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม</b>	
สมมติฐานย่อยที่ 2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	สอดคล้อง
สมมติฐานย่อยที่ 2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพและความเชื่อถือได้ ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานย่อยที่ 2.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการส่งมอบสินค้า ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	สอดคล้อง
สมมติฐานย่อยที่ 2.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการบริการหลังการขาย ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานย่อยที่ 2.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	สอดคล้อง

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประชากร สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 18 – 60 ปี จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษารื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.8 มีอายุ 21 – 29 ปี มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 สถานภาพโสด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2

##### 5.1.2 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยมาก และเมื่อพิจารณาปัจจัยคุณภาพการให้บริการ เป็นรายด้านแล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านความเอาใจใส่ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล มากที่สุด รองลงมา ผู้ให้บริการให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้า และผู้ให้บริการสามารถจัดจําบริการที่ลูกค้าต้องการได้ ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ที่พักแบบโฮมสเตย์แห่งนี้มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้อง

รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ การให้บริการ มีมาตรฐานทุกครั้งที่มาใช้บริการ มากที่สุด รองลงมาผู้ให้บริการสามารถให้บริการเหมือนกันทุกครั้ง

ที่มาใช้บริการ และที่พักแบบโฮมสเตย์ให้บริการได้ตรงตามที่ชี้แจงไว้ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ การจองห้องพักมีความน่าเชื่อถือ

ถัดมา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ที่พักแบบโฮมสเตย์มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้า และที่พักแบบโฮมสเตย์มีสถานที่นั่งพักผ่อนเหมาะสมกับจำนวนลูกค้า มากที่สุด รองลงมา ที่พักแบบโฮมสเตย์มีสัญญาณ wifi ให้บริการทั่วบริเวณที่พักแบบโฮมสเตย์ ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ห้องพักรวมการตกแต่งที่เป็นระเบียบ

ถัดมาด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว มากที่สุด รองลงมา ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง และผู้ให้บริการมีความพร้อมให้บริการตลอดเวลา ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

และด้านการให้ความเชื่อมั่น ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สร้างความมั่นใจให้แก่ท่าน มากที่สุด รองลงมา ท่านมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างเข้าพัก และผู้ให้บริการมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของท่านได้เป็นอย่างดี ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ที่พักแบบโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อดีชมและปัญหาของลูกค้า สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

ระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมในระดับเห็นด้วยมาก และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นรายด้านแล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านคุณภาพและความเชื่อถือได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ การให้บริการของโฮมสเตย์มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก มากที่สุด รองลงมา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี และการให้บริการของโฮมสเตย์มีความน่าเชื่อถือ วางใจได้

รองลงมา ด้านสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสมและเพียงพอ มากที่สุด รองลงมาผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เป็นอย่างดี และที่พักแบบโฮมสเตย์มีสิ่งดึงดูดใจ และสวยงาม แปลกตา แตกต่างจากที่อื่น

ถัดมา ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ราคาห้องพักมีความเหมาะสม มากที่สุด รองลงมาราคาค่ากิจกรรมอื่น ๆ เช่น ล่องเรือ เป็นต้น มีความเหมาะสม และราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม

ถัดมา ด้านการบริการหลังการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ ที่พักแบบโฮมสเตย์มีการจูงใจให้ท่านเข้ามาใช้บริการอีกครั้งภายหลังการใช้บริการ เช่น การมอบส่วนลดพิเศษ มากที่สุด

รองลงมา ที่พักแบบโฮมสเตย์มีการสอบถามความคิดเห็นหลังการเข้าพัก และที่พักแบบโฮมสเตย์ นำเสนอกิจกรรมพิเศษในช่วงเวลาต่าง ๆ หลังจากการเข้าพักให้แก่ผู้ใช้บริการได้รับทราบ

ถัดมา ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม มากที่สุด รองลงมา บริเวณโดยรอบโฮมสเตย์มีความสะอาด และสถานที่ตั้งของโฮมสเตย์มีความสะดวกในการเดินทาง

และด้านการส่งเสริมสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับ โฮมสเตย์ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีข้อผิดพลาดในการให้บริการ มากที่สุด รองลงมา โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามเวลา เช่น บริการนำเที่ยว บริการด้านอาหาร เป็นต้น และโฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้

ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อต้องการสัมผัสกับวิถีชุมชนอย่างใกล้ชิด รองลงมา ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากมีการจัดโปรโมชั่น และให้ส่วนลดพิเศษ ถัดมาท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ต่างๆ ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดคือ ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เพราะมีความคุ้มค่ากับราคาที่ย่ำแย่

### 5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการใช้ความเชื่อมั่น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการสนองตอบลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 77.9 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 22.1 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมสินค้า และด้านสถานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 87.2 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 12.8 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

## 5.2 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้นำผลสรุปมาเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเพื่ออธิบายสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

### สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ใน อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการสนองตอบลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยคุณภาพการให้บริการด้านการสนองตอบลูกค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเอาใจใส่ ถัดมาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่น ตามลำดับ ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความเชื่อมั่นต่อการสร้างความมั่นใจของผู้ให้บริการ โดยมีความมั่นใจถึงความปลอดภัยในการเข้าพัก หรือการแก้ไขปัญหาต่างๆ ของที่พักแบบโฮมสเตย์ที่นำข้อติชมและปัญหาของลูกค้า สามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้แล้วจากการที่ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ มีความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง และมีความพร้อมให้บริการตลอดเวลา ยังเป็นส่วนที่มีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ รวมทั้งในส่วนของความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า การให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้า สามารถจดจำบริการที่ลูกค้าต้องการได้ มีที่จอดรถเพียงพอ มีสถานที่นั่งพักผ่อนเหมาะสมกับจำนวนลูกค้า และมีสัญญาณ wifi ให้บริการทั่วบริเวณที่พักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สอดคล้องกับแนวความคิดของ ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม (2552) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ และ สุพจน์ วิริยะสาธิต (2554) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ ว่าความเหมาะสมพอดีในการใช้ละเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าหรือบริการ) ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการใช้งานตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น นอกจากนี้แล้วผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Ismail,



Hanafiah, Aminuddin & Mustafa (2016) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ ผลการศึกษายืนยันความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ การตัดสินใจใช้บริการของนักท่องเที่ยว

## สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการส่งมอบสินค้า และด้านสถานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ ถัดมาด้านการส่งมอบสินค้า และด้านสถานที่ ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีความพึงพอใจต่อราคาห้องพัก ค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม และราคาค่ากิจกรรมอื่น ๆ ที่มีความเหมาะสม ภายในโฮมสเตย์มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม สิ่งดึงดูดใจ และสวยงาม แปลกตา แตกต่างจากที่อื่น และเพียงพอ ภายใต้การให้บริการของผู้ให้บริการที่มีความชำนาญด้านการให้บริการ นอกจากนี้แล้วโฮมสเตย์ยังมีการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีข้อผิดพลาดในการให้บริการ ซึ่งการให้บริการตรงตามเวลาและตรงตามที่โฆษณาไว้ รวมทั้งสถานที่ต่างๆ ภายในโฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม มีความสะอาด และสถานที่ตั้งของโฮมสเตย์มีความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จึงทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านการส่งมอบสินค้า และด้านสถานที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สอดคล้องกับแนวความคิดของ วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2541 อ่างใน อิศรา มหายศนันท์, 2554) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดจากความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับความรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวังแสดงว่าลูกค้าพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้แสดงว่าไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจ ยังรวมถึงการตอบสนองของลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง ๆ ทั้งในขณะเวลาและวิถีทางที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้แล้วผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาของ Seubsamarn (2009) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว



### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้งานธุรกิจ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ ดังนี้

1) ด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการมีมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้งที่ใช้บริการมาใช้บริการ ให้ตรงตามที่ชี้แจงไว้ ต้องมีการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีการสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างเข้าพัก เพื่อการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ต้องมีการฝึกอบรมผู้ให้บริการผู้ให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี การให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้า มีการสอบถามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้แล้วต้องมีความพร้อมให้บริการตลอดเวลา ต้องจัดสรรผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง และควรการรักษาความเป็นรูปธรรมของโฮมสเตย์ เพราะการสร้างสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่ดีของโฮมสเตย์จะส่งเสริมการสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าต่อไป

2) ด้านความพึงพอใจ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์ให้มีความเหมาะสมและเพียงพอ มีการจัดหาผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านการให้บริการ การสร้างสิ่งดึงดูดใจ ที่สวยงาม แปลกตา แตกต่างจากที่อื่น ภายใต้ราคาของที่พักที่มีมาตรฐานมีความเหมาะสม โดยที่การให้บริการต้องมีประสิทธิภาพ ไม่มีข้อผิดพลาดในการให้บริการ การรักษาเวลาในการให้บริการให้ตรงตามเวลา และตรงตามที่โฆษณาไว้ นอกจากนี้แล้วควรมีการจูงใจให้ลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการอีกครั้งภายหลังการใช้บริการ เช่น การมอบส่วนลดพิเศษ นำเสนอกิจกรรมพิเศษในช่วงเวลาต่างๆ และมีการสอบถามความคิดเห็นหลังการเข้าพัก เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อส่งเสริมการตัดสินใจเข้าใช้บริการ และความภักดีของลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการและบอกต่อกันต่อไป

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1) การศึกษาในครั้งจะมีข้อจำกัดในด้านกรณีตัวอย่างที่ใช้ที่เป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพียงแห่งเดียว ผลของการศึกษาอาจมีข้อจำกัดในการนำไปเปรียบเทียบหรืออ้างอิงกับที่พักแบบโฮมสเตย์อื่นในธุรกิจเดียวกัน ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในลักษณะเดียวกันนี้กับที่พักแบบโฮมสเตย์อื่น ๆ เปรียบเทียบผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ที่พักแบบโฮมสเตย์ที่กว้างขวางขึ้นต่อไป

2) การศึกษาครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมไปยังผู้ใช้บริการชาวต่างชาติเพื่อจะได้ศึกษาว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน

งานวิจัยครั้งนี้หรือไม่ เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้อย่างครบถ้วนในอนาคต

3) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น สำหรับผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับวิจัยเรื่องนี้ ควรจะมีการศึกษาวิจัยเจาะลึกในเชิงคุณภาพ เพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ต่อไป

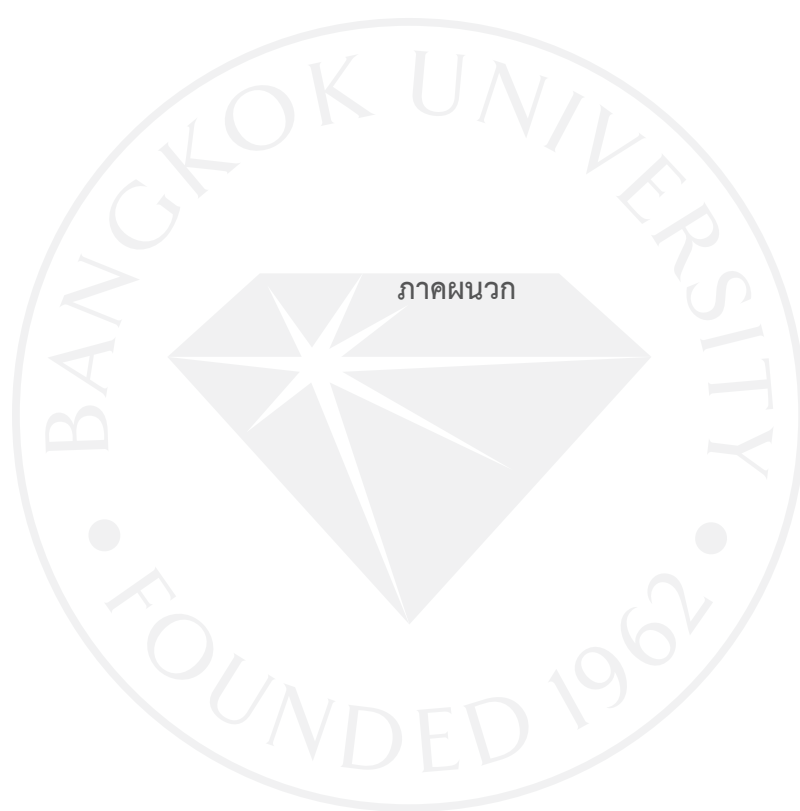


### บรรณานุกรม

- กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). *สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- กรมวิชาการ. (2545). *การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้อยู่ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพฯ :* ม.ป.พ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว. สืบค้นจาก* [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114).
- กอบกาญจน์ ทรัพย์ทอง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.*
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *ท่องเที่ยวเชิงเกษตรสีเขียว. สืบค้นจาก* <http://www.tourismthailand.org>.
- ชุติมา วุฒิสิลป์ และประสพชัย พสุนนท์. (2558). *ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการ ที่พักแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. Veridian E-Journal, Slipakorn University, 8(2), 2066 - 2079.*
- ธราภรณ์ เสือสุริย์. (2558). *ปัจจัยที่อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและ การกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงแรมระดับห้าดาว. การศึกษา เฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.*
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2552). *การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.*
- นงนุช กันระชัย และธีระ เตชะมณีสถิตย์. (2558). *ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการ จัดการ, 32(2), 117-144.*
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). *การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่:* มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัทรา ภัทรโมน. (2558). *การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

- วณะ ภูพานี. (2555). *Consumer's decision making*. สืบค้นจาก  
<https://www.slideshare.net/kingkongzaa/consumers-decision-making-ch-11>.
- วรรณศิลป์ พีรพันธุ์ และศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์. (2553). *การอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. เอกสารประกอบปาฐกถาเสาทหลักของแผ่นดิน “ชุดเศรษฐกิจพอเพียง” เรื่อง “การอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม”*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม. (2552). ปัจจัยประเมินคุณภาพการบริการ. *โปรดักทิวิตี้ เวิลด์ (Productivity world)*, 14(83), 40-43.
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคณไ้: กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัย มช. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(2), 160-172.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *โรงแรม ทัวร์ บูมรับกระแสท่องเที่ยวโต*. สืบค้นจาก  
<https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge>.
- สุภัคศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ่นเจริญ. (2560). มาตรฐานโฮมสเตย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารช่อพะยอม*, 28(2), 75-86.
- สุพจน์ วิริยะสาธิต. (2554). *คุณภาพการให้บริการของตลาดรังสิตจังหวัดปทุมธานี*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ลิปศิณี บาเรย์. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านนวดแสนสบาย. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2(1), 133-149.
- โสภณ ศุภวิริยากร. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่*. ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.
- อิสรา มหายศนันท์. (2554). *พฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดน่าน*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Abukhalifeh, A. N., & Mat Som, A. P. (2013). Service Quality Gaps: For Food and Beverage Service Division in Jordanian Hotels. In: *Proceedings of the 3<sup>rd</sup> Regional Conference on Tourism Research/Innovation & Optimisation of Tourism Research* (29-31 pp.). City Bayview Hotel, Kuah, Langkawi, Malaysia.

- Assaf, A., & Magnini, V. (2012). Accounting for customer satisfaction in measuring hotel efficiency: Evidence from the US hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 642-647.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27, 785-804.
- Ismail, M. N. I., Hanafiah, M. H., Aminuddin, N., & Mustafa, N. (2016). Community-Based Homestay Service Quality, Visitor Satisfaction, and Behavioral Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222( 2016), 398 – 405.
- Johnston, E. (2013). *5 Steps to understanding your customer's buying process*. Retrieved from <https://www.b2bmarketing.net/en-gb/resources/blogs>.
- Kasuma, J., Esmado, M. I., Yacob, Y., Kanyan, A., & Nahar, H. (2016). Tourist perception towards homestay businesses: Sabah experience. *Journal of Scientific Research and Development*, 3(2), 7-12.
- Seubsamarn, K. (2009). *Tourist motivation to use homestays in Thailand and their satisfaction based on the destination's cultural and heritage-based attribute*. USA: University of Missouri.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behavior in tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Yamane, T. (1967). *An introductory analysis*. New York: Harper and Row.



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามงานวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัด  
สมุทรสงคราม

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม ในการให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย  2) หญิง

2. อายุ

- 1) 18 – 20 ปี  2) 21 – 29 ปี  
 3) 30 – 39 ปี  4) 40 – 49 ปี  
 5) 50 – 59 ปี  6) 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1) โสด  2) สมรส  
 3) ม้าย/หย่าร้าง  4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....



## 4. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา  2) เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ
- 3) พนักงานบริษัทเอกชน  4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ
- 5) แม่บ้าน/พอบ้าน  6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) 15,000 บาท หรือต่ำกว่า  2) 15,001 – 25,000 บาท
- 3) 25,001 – 35,000 บาท  4) 35,001 – 45,000 บาท
- 5) 45,001 - 55,000 บาท  6) 55,000 บาท ขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ ใน  
อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**

**คำชี้แจง:** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง  
ช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ ที่แพคเกจโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>1. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)</b>					
1.1 ที่แพคเกจโฮมสเตย์ให้บริการได้ตรงตามที่ชี้แจงไว้ เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น					
1.2 ผู้ให้บริการสามารถให้บริการเหมือนกันทุกครั้งที่มาใช้บริการ					
1.3 การจองห้องพักมีความน่าเชื่อถือ					
1.4 การให้บริการมีมาตรฐานทุกครั้งที่มาใช้บริการ					

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ ที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>2. ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Assurance)</b>					
2.1 ผู้ให้บริการมีความรู้สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามของ ท่านได้เป็นอย่างดี					
2.2 ท่านมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างเข้าพัก					
2.3 ที่พักแบบโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับขอติชมและปัญหาของ ลูกค้า และสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว					
2.4 ผู้ให้บริการสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สร้าง ความมั่นใจให้แก่ท่าน					
<b>3. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility)</b>					
3.1 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีที่จอดรถเพียงพอกับจำนวนลูกค้า					
3.2 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีสถานที่นั่งพักผ่อนเหมาะสมกับจำนวน ลูกค้า					
3.3 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีสัญญาณ wifi ให้บริการทั่วบริเวณที่พัก แบบโฮมสเตย์					
3.4 ห้องพักมีการตกแต่งที่เป็นระเบียบ					
<b>4. ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)</b>					
4.1 ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นราย บุคคล					
4.2 ผู้ให้บริการให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีอัธยาศัย ไมตรีต่อลูกค้า					
4.3 ผู้ให้บริการสามารถจดจำบริการที่ลูกค้าต้องการได้					
4.4 ที่พักแบบโฮมสเตย์แห่งนี้มีการสอบถามความต้องการของ ลูกค้า เพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้อง					
<b>5. ด้านการสนองตอบลูกค้า (Responsiveness)</b>					
5.1 ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ ทั่วถึง					
5.2 ผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว					

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ ที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5.3 ผู้ให้บริการมีความพร้อมให้บริการตลอดเวลา					
5.4 ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ					

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม	ระดับความพึงพอใจ				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>1. สินค้าและบริการ</b>					
1.1 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม และเพียงพอ					
1.2 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีสิ่งดึงดูดใจ และสวยงาม แปลกตา แตกต่างจากที่อื่น					
1.3 ผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านการให้บริการที่พักแบบโฮมส เตย์เป็นอย่างดี					
<b>2. ราคา</b>					
2.1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสม					
2.2 ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม					
2.3 ราคาค่าบริการอื่นๆ เช่น ล่องเรือ เป็นต้น มีความเหมาะสม					
<b>3. คุณภาพและความเชื่อถือได้</b>					
3.1 การให้บริการของโฮมสเตย์มีความน่าเชื่อถือ วางใจได้					
3.2 การให้บริการของโฮมสเตย์มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก					

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม	ระดับความพึงพอใจ				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3.3 พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี					
<b>4. การส่งมอบสินค้า</b>					
4.1 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้					
4.2 โฮมสเตย์ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีข้อผิดพลาดในการให้บริการ					
4.3 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามเวลา เช่น บริการนำเที่ยว บริการด้านอาหาร เป็นต้น					
<b>5. การบริการหลังการขาย</b>					
5.1 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีการสอบถามความคิดเห็นหลังการเข้าพัก					
5.2 ที่พักแบบโฮมสเตย์นำเสนอกิจกรรมพิเศษในช่วงเวลาต่างๆ หลังจากการเข้าพักให้แก่ผู้ใช้บริการได้รับทราบ					
5.3 ที่พักแบบโฮมสเตย์มีการจูงใจให้ท่านเข้ามาใช้บริการอีกครั้ง ภายหลังจากใช้บริการ เช่น การมอบส่วนลดพิเศษ เป็นต้น					
<b>6. สถานที่</b>					
6.1 โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม					
6.2 บริเวณโดยรอบโฮมสเตย์และบริเวณห้องพักมีความสะอาด					
6.3 สถานที่ตั้งของโฮมสเตย์มีความสะดวกในการเดินทาง					

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อต้องการพักผ่อน					
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อต้องการสัมผัสกับวิถีชุมชนอย่างใกล้ชิด					
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ					
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากได้รับทราบประสบการณ์จากผู้ที่เคยมาใช้บริการ					
5. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เพราะมีความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป					
6. ท่านตัดสินใจใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากมีการจัดโปรโมชั่น และให้ส่วนลดพิเศษ					

\*\* ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลา ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ \*\*

**ภาคผนวก ข**  
**ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น**

ตารางภาคผนวกที่ 1: ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น
	กลุ่มทดลอง (n=40)
1. คุณภาพการให้บริการ	0.870
2. ความพึงพอใจ	0.817
3. การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่פקแบบโฮมสเตย์	0.937
<b>ค่าความเชื่อมั่นรวม</b>	<b>0.907</b>

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละประเด็นและค่าความเชื่อมั่นรวมอยู่ระหว่างค่า 0.7-1.00 นอกจากนี้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นยังได้ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาจากอาจารย์ที่ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว จึงได้สรุปว่าแบบสอบถามที่ได้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)

ภาคผนวก ค  
ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ตัวแปร	ผู้เชี่ยวชาญ			$\Sigma R$	$\frac{\Sigma R}{N}$	แปลผล
	1	2	3			
<b>ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจ</b>						
1. เพศ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. อายุ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3. สถานภาพ	+1	+1	+1	3	1	
4. อาชีพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5. รายได้	+1	0	+1	2	0.66	ใช้ได้
<b>ส่วนที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ</b>						
<b>1. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 4	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
<b>2. ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Assurance)</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	0	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 4	+1	0	0	1	0.3	ใช้ได้
<b>3. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility)</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	+1	+1	0	2	0.6	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 4	0	+1	+1	2	0.6	ใช้ได้



ตัวแปร	ผู้เชี่ยวชาญ			$\Sigma R$	$\frac{\Sigma R}{N}$	แปลผล
	1	2	3			
<b>4. ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 4	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>5. ด้านการสนองตอบลูกค้า (Responsiveness)</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 4	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>ส่วนที่ 3 ปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว</b>						
<b>1. ความต้องการในตัวสินค้าและบริการ</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>2. ราคา</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>3. คุณภาพและความเชื่อถือได้</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>4. การส่งมอบสินค้า</b>						
ข้อคำถามที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อคำถามที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ตัวแปร	ผู้เชี่ยวชาญ			$\Sigma R$	$\frac{\Sigma R}{N}$	แปลผล
	1	2	3			
<b>5. การบริการหลังการขาย</b>						
ข้อความที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>6. สถานที่</b>						
ข้อความที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
<b>ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม</b>						
ข้อความที่ 1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 4	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 6	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ข้อความที่ 7	-1	-1	+1	-1	-0.3	ตัดออก
ข้อความที่ 8	-1	0	+1	0	0	ตัดออก
<b>รวม</b>	45	46	46	<b>137</b>	<b>0.89</b>	ใช้ได้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

NIU ZHANG

อีเมล

123726367@qq.com



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 11 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) Zhang Niu อยู่บ้านเลขที่ 600/61 (A1-511)  
ซอย Lumpini Ville ถนน Sukhumit 77(2) ตำบล/แขวง Condo Suan Luang  
อำเภอ/เขต Suan Luang จังหวัด Bangkok รหัสไปรษณีย์ 10250  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 4580500135  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว  
คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์  
ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฉบับนี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... Zhang Niu ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( Zhang Niu )

ลงชื่อ..... อภิรัตน์ ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..... [Signature] ..... พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... จตุ ๕ ..... พยาน  
(ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร