



การศึกษาอิสระ

การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน

จังหวัดชุมพร

HOMESTAY SERVICE MARKETING IN AMPHORE PATHIO
CHUMPHON PROVINCE.

นางสาวพกามาศ พลสุวรรณ

รหัสนักศึกษา 62205049

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ปีการศึกษา 2563

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



INDEPENDENT STUDY
HOMESTAY SERVICE MARKETING IN AMPORE PATHIO
CHUMPHON PROVINCE.



MRS.PAKAMAD PONSUWAN

STUDENT ID 62205049

INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION IN
BUSINESS ADMINISTRATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2020

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2020

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองการศึกษาอิสระ

หัวข้อการศึกษาอิสระ

การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนใน
พื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร
HOMESTAY SERVICE MARKETING IN
AMPORE PATHIO CHUMPHON PROVINCE.

ชื่อนักศึกษา

นางสาวณภมาศ พลสุวรรณ

รหัสประจำตัว

62205049

ปริญญา

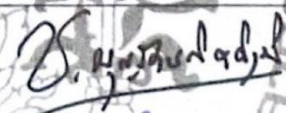
บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ

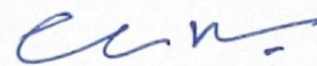
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนหิต บุญรัตน์กิตติภูมิ

| อาจารย์ผู้ควบคุมการศึกษาอิสระ | ลายมือชื่อ |
|---|--|
| รองศาสตราจารย์ ดร.ชนหิต บุญรัตน์กิตติภูมิ |  |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชร ศิลป์เสวตร์ |  |

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 29 พฤศจิกายน 2564 เวลา 09.00 - 12.00 น.

สถานที่สอบ ห้องประชุมคอกปะตู

เห็นชอบ/รับรอง



(ดร.ชุติมันต์ บุญนวล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 20 เดือน 8 ปี 64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|-------------------------------|---|
| การศึกษาอิสระ | การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร |
| ชื่อ-นามสกุล | นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ |
| รหัสนักศึกษา | 62205049 |
| ปริญญา | บริหารธุรกิจบัณฑิต |
| สาขา | บริหารธุรกิจ |
| ปีการศึกษา | 2563 |
| อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ | รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ |

บทคัดย่อ

ศึกษาอิสระการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอ ปะทิว จังหวัดชุมพรโดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ จำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย T-test , F-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษา ผลการศึกษาปัจจัยบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท ผลวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ทางสถิติที่ .05 ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

คำสำคัญ : มาตรฐานโฮมสเตย์ , การตลาดบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | |
|-----------------------------------|--|
| Independent Study | HOMESTAY SERVICE MARKETING IN AMPORE PATHIO CHUMPHON PROVINCE. |
| Student's Name | MRS. PAKAMAD PONSUWAN |
| Student ID | 62205049 |
| Degree | Bachelor of Business Administration |
| Program | Business Administration |
| Year | 2563 |
| Independent Study Advisors | Assoc. Prof. Dr. Chanathat Boonrattanakittibhumi |



Abstract

Independent study of service marketing of homestays for community tourism in the area of Ampore Pathio, Chumphon Province with objectives 1) To study general information about homestays for tourism in Ampore Pathio, 2) To study the marketing of homestay services for community tourism in Ampore Pathio , Chumphon Province. 3) To study the problems and obstacles in marketing services of homestay for community tourism in the area, Ampore Pathio, Chumphon Province. The sample group consisted of 384 homestay users using a questionnaire. It is a tool for collecting information. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean, standard deviation. and inferential statistics consisting of T-test , F-test and Pearson's correlation coefficient.

The results of the study of the individual factors revealed that Most of the respondents were female, aged 21 - 30 years, marital status, bachelor's degree education. personal business career Monthly income 10,000 – 15,000 baht. The research found that personal factors The difference affects the homestay standard for community tourism, Ampore Pathio, Chumphon Province at .05. Personal factors consisted of gender, age, status, education level, occupation, monthly income. Different affecting homestay standards for community tourism, Ampore Pathio, Chumphon Province

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
Keywords: homestay standard, service marketing
 ไม่ว่าการเผยแพร่ หักสิทธิ์ ไม่รับผิดชอบต่อการเผยแพร่และต้องอยู่ ไปถึงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | I |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | II |
| กิตติกรรมประกาศ..... | IV |
| สารบัญ..... | V |
| สารบัญภาพ..... | VII |
| สารบัญตาราง..... | IX |
| | |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 คำถามในการวิจัย..... | 4 |
| 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 5 |
| 1.4 ขอบเขตของการวิจัย | 5 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 5 |
| 1.6 สมมติฐานการวิจัย..... | 6 |
| 1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย..... | 7 |
| 1.8 นิยามศัพท์..... | 8 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว..... | 15 |
| 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ..... | 18 |
| 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 8P..... | 21 |
| 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์..... | 22 |
| 2.5 มาตรฐานของที่พักโฮมสเตย์ | 27 |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 34 |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย | |
| 3.1 การออกแบบการวิจัย | 43 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|-----------------|--|
| บทที่ 3 | วิธีการดำเนินการวิจัย |
| | 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....43 |
| | 3.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง44 |
| | 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....45 |
| | 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....47 |
| | 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบสมมติฐาน.....48 |
| บทที่ 4 | ผลการวิเคราะห์ข้อมูล |
| | 4.1 ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....50 |
| | 4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์.....53 |
| | 4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน.....57 |
| | 4.4 ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน.....65 |
| | 4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....77 |
| บทที่ 5 | สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ |
| | 5.1 สรุปผลการวิจัย.....76 |
| | 5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....80 |
| | 5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....81 |
| บรรณานุกรม..... | 83 |
| ภาคผนวก..... | 87 |
| | ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....88 |
| | ภาคผนวก ข หนังสือรายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....97 |
| | ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม.....130 |
| | ภาคผนวก ง ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์.....138 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 2.1 | สรุปตัวแปรต้นและตัวแปรตามในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดบริการของ..... โฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | 40 |
| 4.1 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ..... | 49 |
| 4.2 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ..... | 49 |
| 4.3 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพ..... | 49 |
| 4.4 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา..... | 50 |
| 4.5 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ..... | 50 |
| 4.6 | แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน..... | 51 |
| 4.7 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ..... | 52 |
| 4.8 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านราคา..... | 53 |
| 4.9 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... | 53 |
| 4.10 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด..... | 54 |
| 4.11 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านบุคลากร..... | 55 |
| 4.12 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านกระบวนการ..... | 55 |
| 4.13 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านลักษณะทางกายภาพ..... | 56 |
| 4.14 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านที่พัก..... | 57 |
| 4.15 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอาหาร..... | 57 |
| 4.16 | ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับ มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านความปลอดภัย..... | 58 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มาใช้งาน

สารบัญตาราง(ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก..... | 59 |
| 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน..... | 59 |
| 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์..... | 60 |
| 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการประชาสัมพันธ์..... | 61 |
| 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม..... | 61 |
| 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านวัฒนธรรม..... | 62 |
| 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านรายการนำเที่ยว..... | 62 |
| 4.24 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม..... | 63 |
| 4.25 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม..... | 64 |
| 4.26 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม..... | 66 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.27 | การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม..... | 68 |
| 4.28 | การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม..... | 70 |
| 4.29 | การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม..... | 72 |
| 4.30 | ผลการวิเคราะห์การตลาดบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร..... | 74 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 1.1 | กรอบแนวคิดการวิจัย..... | 7 |
| 1.2 | สัญลักษณ์ของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย..... | 28 |
| 1.3 | ภาพบ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์ บางสน..... | 139 |
| 1.4 | ภาพระเบียงบ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์ บางสน..... | 139 |
| 1.5 | ภาพอาหารพื้นบ้าน..... | 140 |
| 1.6 | ภาพล่องเรือชมเกาะ..... | 140 |
| 1.7 | ภาพผลิตภัณฑ์ปลาหวานบ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์ บางสน..... | 141 |
| 1.8 | ภาพผลิตภัณฑ์โตปลาแห้งจากบ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์ บางสน..... | 141 |
| 1.9 | ภาพบ้านพักบ่อสำโรงโฮมสเตย์..... | 142 |
| 1.10 | ภาพที่พักของบ่อสำโรงโฮมสเตย์..... | 142 |
| 1.11 | ภาพที่ทานอาหารของบ่อสำโรงโฮมสเตย์..... | 143 |
| 1.12 | ภาพแพกลางทะเลของบ่อสำโรงโฮมสเตย์..... | 143 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก ดังจะเห็นได้จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในทุกปี ซึ่งก่อให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมใหญ่ๆ หลายๆ อุตสาหกรรม ทั้งทางด้าน การว่าจ้างแรงงานหมุนเวียนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการขยายการเติบโตจากเดิมมากขึ้นหลายเท่าตัว ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สำหรับในประเทศไทยนั้นได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมานานกว่า 40 ปี ส่งผลให้การพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ผลจากการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปรากฏอย่างชัดเจนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องมาจากการท่องเที่ยวเป็น อุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ด้านการขนส่ง ที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงคือบริการ กับที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้า เป็นต้น รวมไปถึงการซื้อสินค้าและบริการและสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ต่างประเทศ ถือเป็น การส่งออกสินค้าออก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ทั้งการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศยังช่วยสร้างงานอาชีพ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ขณะที่ ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ยังสามารถทำเงินเข้าประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าสภาพเศรษฐกิจของประเทศจะยังไม่กระเตื้องขึ้นเนื่องจากประเทศไทยยังเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจมาเยือนและติดอยู่ 1 ใน 10 อันดับที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมากที่สุดในโลก อีกทั้งยังมีการรณรงค์บวกระแสนิยมที่กระตุ้นให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เพราะเหตุนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศจึงยังเป็นธุรกิจที่เป็นรายได้หลักทำเงินเข้าประเทศได้ แต่ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน รวมทั้งภาคประชาชน ควรหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นสถานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และช่องทางสร้างรายได้ที่เกิดขึ้น ในระยะหลังจึงจะเห็นได้ว่ามีนายทุนต่างชาติเข้ามากว้านซื้อที่ดิน เพื่อลงทุนในอุตสาหกรรมนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งภาครัฐบาลคงต้องหันมาตรวจสอบและให้ความสำคัญกับประเด็นนี้ทั้งในด้านการตรวจสอบทั้งทางตรงและทางอ้อมในด้านกฎหมาย ไม่เช่นนั้นแล้วสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในประเทศไทยอาจจะตกเป็นของนายทุนต่างชาติไปเสียหมด และอีกอย่างที่ควรเฝ้าระวังก็คือความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนรวมทั้งประชาชนเอง ควรตระหนักและให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้เข้าประเทศได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (industrialnew,2561; <https://industrialnew.com>)

ในยุคปัจจุบัน การแข่งขันในตลาดโลกได้ให้ความสำคัญในการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จำหน่ายเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่กำลังมาแรง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมมีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี การท่องเที่ยววันนี้เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว,2561)

จังหวัดชุมพร เปรียบเสมือนประตูสู่ภาคใต้และนับได้ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจากความสวยงามของหาดทรายขาวสะอาด น้ำทะเลใสไม่แพ้ทะเลแถบอันดามัน สถานที่ท่องเที่ยวมีมากมายตลอดชายฝั่งทะเลและเกาะแก่งน้อยใหญ่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นคือชายหาดและอ่าวต่างๆ เช่น หาดทรายรี หาดอรุณทัย หาดภราดรภาพ หาดทุ่งวัวแล่นฯลฯ หาดทรายรี เป็นหาดมีหาดทรายทอดยาวและขาวสะอาด มีที่พักและร้านอาหารบริการ บริเวณใกล้เคียง แนวชายหาดและหาดทุ่งวัวแล่น เป็นชายหาดที่มีเม็ดทรายสีขาวนวลละเอียด เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมากที่สุดแห่งหนึ่ง ทางด้านใต้ของหาดมีแนวหาดหินใต้น้ำ เป็นแหล่งดำน้ำตื้นที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของจังหวัดชุมพรเพราะมีสาหร่ายฟองน้ำ ดอกไม้ทะเลและปลาทะเลนานาชนิดอาศัยอยู่นอกจากนี้ชุมพรยังมีเกาะใกล้เคียงมากมายที่สามารถล่องเรือไปเที่ยวชมและดำน้ำดูปะการังได้ เกาะมะพร้าวเป็นเกาะขนาดเล็กมีหาดทรายสีขาวนวล อยู่ทางตะวันตกของเกาะมีแนวปะการังอยู่ในสภาพสมบูรณ์และสวยงาม เกาะทะลุที่มีลักษณะเด่นของเกาะคือ ตอนกลางของเกาะจะมีช่องทะลุไปอีก

ด้านหนึ่งได้ ซึ่งเกิดจากการกัดเซาะของคลื่นที่ใช้เวลานาน เกาะมัตรา เป็นเกาะขนาดใหญ่ มีหาดทราย สีขาวนวล มีแนวหินวางเรียงอยู่ประปราย 2 แห่ง ทางตอนกลางของฝั่งซึ่งเหมาะสำหรับการตั้งแคมป์ บนเกาะยังพบ "ปูไก่" ปูขนาดใหญ่ที่ส่งเสียงร้องเหมือนลูกไก่ อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก (ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร, 2561; <http://www.sawadee.co.th>)

อำเภอปะทิว เดิมเป็นเมืองขนาดเล็ก ซึ่งกล่าวถึงมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เมืองอุทุมพร (ชุมพร) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรนครศรีธรรมราชและเป็นส่วนที่แคบที่สุด อยู่ที่บ้านท่าข้าม อำเภอท่าแซะ เมืองปะทิว เป็นทางผ่านไปท่ามาหากินของชนพื้นเมืองจากตะวันตก ซึ่งเป็นพื้นที่สูง บริเวณดอนตาเถร ดอนยายชี ดอนตะเคียน บ้านทวนอน และบ้านเกาะ หรือ เกาะชะอม ฟังตามสำเนียงภาษาพื้นเมือง พอจะทราบว่า ปะทิว เรียกตามสภาพของท้องที่ โดยในทะเลหน้าอ่าว ทุ่งมหา ต.ปากคลอง มีเกาะอยู่เรียงรายเป็นทิวแถว เมื่อไปตั้งเมืองในทำเลซึ่งมีสภาพท้องที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไปก็ตั้งชื่อเมืองว่า เมืองปะทิว (สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร , 2558; <http://www.chumphontourism.org/>)

ในปัจจุบันมีโฮมสเตย์ที่ได้รับการพัฒนาและได้ให้การรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์จาก กรมการท่องเที่ยวแล้วทั้งสิ้น 140 แห่ง กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2558 (รวมระยะเวลารับรอง 3 ปี) ครอบคลุมพื้นที่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย จำนวน 51 จังหวัด ประกอบด้วยโฮมสเตย์ในภาคกลาง จำนวน 16 แห่ง ภาคตะวันออกจำนวน 13 แห่ง ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 53 แห่ง ภาคใต้ จำนวน 20 แห่ง และภาคเหนือ จำนวน 38 แห่ง ซึ่งนับเป็นการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะในสังคม ชนบทที่ยังคงดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของ ชุมชน ตลอดจนการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมให้กับสมาชิกในชุมชน ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ได้มีการติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละโฮมสเตย์เพื่อประเมินศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารจัดการโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง ผลจากการลงพื้นที่ตรวจประเมินคุณภาพโฮมสเตย์พบว่า จุดอ่อนและอุปสรรคสำคัญ ประการหนึ่ง ในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ คือ บุคลากรของโฮมสเตย์ขาดความรู้และทักษะในการทำประชาสัมพันธ์และการตลาดให้นักท่องเที่ยวผ่านอีเมลล์ และเว็บไซต์บนโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันช่องทางเหล่านี้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในขั้นตอนการวางแผนการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง (กรมการท่องเที่ยว, 2557; <http://www.tourism.go.th>)

ในปัจจุบันทางรัฐบาลได้ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาพักโฮมสเตย์กันมากขึ้น เพราะเห็นว่าเป็นอีกหนึ่งทางที่จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งการให้เข้าโฮมสเตย์ มีส่วนทำให้บุคคลหรือครอบครัวผู้ให้เช่ามีรายได้เพิ่มขึ้น และทำให้ชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นสถานที่เสริมสร้างความรู้ เป็นแหล่งท่องเที่ยว เกิดการสร้างงาน สร้างได้ของคนในพื้นที่ ทำให้คนในชุมชนไม่ต้องออกไปทำงาน

โดยลักษณะของโฮมสเตย์ ถือว่าเป็นรูปแบบบริการที่พักผ่อนที่เล็กที่สุดก็ได้ เพราะในบ้านหลังหนึ่งมีเพียงไม่กี่ห้องนอน โดยมีเจ้าของกิจการและนักท่องเที่ยวต่างเปิดใจ เรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ที่ เป็นมิตรไมตรีต่อกัน และเจ้าของบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย และเจ้าของบ้านนั้นจะต้องจะต้องจัดเตรียมห้องพักและจัดห้องนอน ไว้แก่นักท่องเที่ยวที่มาพักค้างแรมเป็นห้องส่วนตัว เพราะบางช่วงเวลานักท่องเที่ยวต้องการความเป็นส่วนตัว และที่พักเองก็ต้องมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งจัดทำอาหารตามแบบชีวิตประจำวันปกติ ให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละมื้อวางแผนหรือเตรียมจัดรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว อาจพาไปเที่ยวเองตามความเหมาะสม เป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาพัก (คู่มือเดินทาง ,2557;<https://mai18phatthra.wordpress.com/>)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบะพิตัว จังหวัดชุมพร เกี่ยวกับการจัดการบ้านพัก ด้านวิถีชีวิต ด้านวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบะพิตัว จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบะพิตัว จังหวัดชุมพร และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบะพิตัว จังหวัดชุมพร การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ขอบเขตพื้นที่บ้านไม้ชายคลอง โฮมสเตย์ บางสน และบ่อสำโรง โฮมสเตย์ โดยในแต่ละพื้นที่มีลักษณะของปัจจัยทางพื้นที่แตกต่างกันไป เช่น บ้านไม้ชายคลอง โฮมสเตย์ บางสนเป็นโฮมสเตย์เล็ก ๆ ริมคลองบางสน คลองที่เต็มไปด้วยวิถีชีวิตและเรื่องราวของชาวเล ให้ความรู้สึกเหมือนกลับมาเยี่ยมบ้าน มาหาปู่ย่า ตายาย มาเจอญาติรับไหว้ และหาข้าวหาปลาให้กิน มีมุมให้นั่งรับลม มองพระอาทิตย์ตกหน้าบ้าน และบ่อสำโรงโฮมสเตย์ได้สัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนและทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชน ชมนกกกหนึ่งในตระกูลนกเงือก, นั่งเรือชมฝูงนกนางนวล, ดำน้ำชมปะการังหลากสีและปลาสวยงาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการ วิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อการตลาดบริการและพัฒนาที่พักทางวัฒนธรรม (Home Stay) ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบะพิตัว จังหวัดชุมพร ให้เกิดการบริการที่ดีต่อไป

1.2 คำถามในการวิจัย

การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบะพิตัว จังหวัดชุมพร มีการบริการเป็นอย่างไรบ้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่องการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดบึงสามพันมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดบึงสามพัน
2. เพื่อศึกษาการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดบึงสามพัน
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดบึงสามพัน

1.4 ขอบเขตของการทำวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่องการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดบึงสามพันมีขอบเขตของการทำวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากร ได้แก่ โฮมสเตย์ชุมชน จำนวน 6 กลุ่ม ได้แก่ GRAY HOMESTAY, บ้านไม้ชายคลอง, โฮมสเตย์บ้านไม้ชายสวน, บ่อสำโรงโฮมสเตย์, บ้านธรรมชาติโฮมสเตย์, โฮมสเตย์บ้านปากคลอง
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่เข้าพักโฮมสเตย์
2. ขอบเขตด้านสถานที่

กลุ่มโฮมสเตย์ที่ขึ้นทะเบียนกับวิสาหกิจชุมชน บางสน
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในช่วงระหว่างวันที่ 16 กรกฎาคม ถึง 30 พฤศจิกายน 2564

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาอิสระเรื่องการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดบึงสามพันมีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับดังนี้

ผลที่ได้จากการวิจัยเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดบึงสามพัน สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลทางวิชาการส่งเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องด้านการบริการ การท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอบึงสามพัน จังหวัดบึงสามพัน และเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนหรือส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เอกสารนี้คืนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศท้องถิ่นของตนเอง รวมถึงเพิ่มศักยภาพไม่ว่าจะในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่องการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพรมีสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1.6.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร

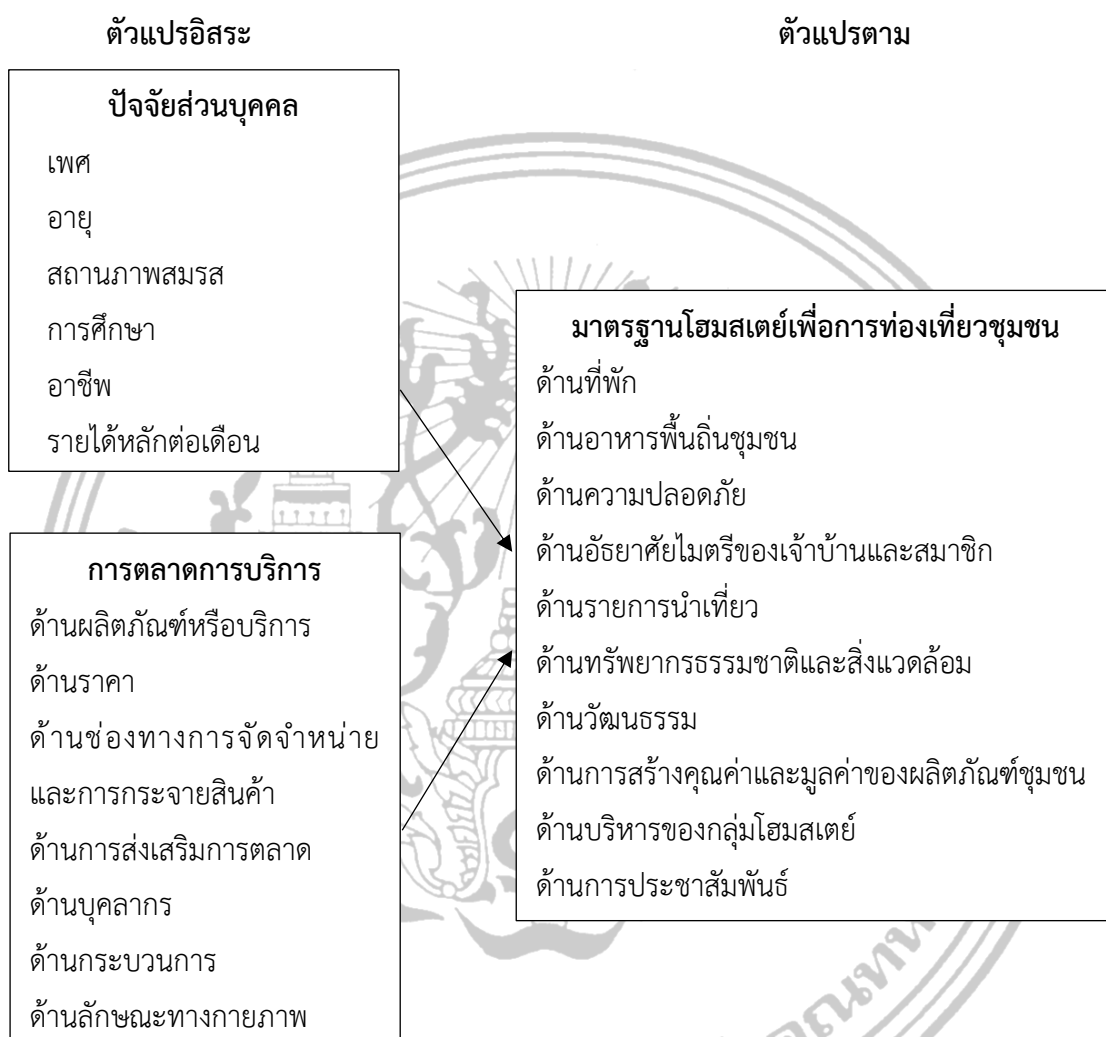
1.6.2 สมมติฐานที่ 2 การตลาดบริการ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยเชื่อมโยงเพื่อการศึกษาวิจัย การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบะพือ จังหวัดชุมพร มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 ค่านิยมศัพท์

การศึกษาอิสระเรื่องการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพรมีค่านิยมศัพท์ดังนี้

1. การตลาดบริการ หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกระบวนการในการบริการ และการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ และผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจต่าง ๆ ที่ประกอบด้วย

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ หมายถึง เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

1.2 ด้านราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

1.5 ด้านบุคลากร หมายถึง ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆขององค์กรเจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

1.6 ด้านกระบวนการ หมายถึง เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2. **โฮมสเตย์** หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านและมี วัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของเจ้าของบ้านซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันพร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับค่าตอบแทน ตามความเหมาะสม

3. **การท่องเที่ยวชุมชน** หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชนและจัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชนได้มีบทบาทเป็นเจ้าของ มี สิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

4. **มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย** หมายถึง โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินและได้รับตรา สัญลักษณ์ มาตรฐานโฮมสเตย์ ซึ่งรับรองโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา

5. **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีการเรียนรู้ร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

6. **การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น สื่อออนไลน์ ข่าวสาร เป็นต้น ทำให้ทราบว่าแหล่งท่องเที่ยวอย่างสวยงามเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาเรียนรู้และพักผ่อน

7. **มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน** หมายถึง เพื่อเป็นการรับประกันโฮมสเตย์ให้ นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจเมื่อไปท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้ กำหนดให้มีการประเมิน “มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” เพื่อตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ ในประเทศไทย ประกอบกับเมื่อประเทศไทยจะเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในปี 2558 อีกทั้งอาเซียนได้มีการ กำหนดมาตรฐาน โฮมสเตย์อาเซียนร่วมกัน เพื่อใช้เป็นมาตรฐานประเมินเดียวกันทั่วอาเซียน เพิ่ม การรับประกันมาตรฐานโฮมสเตย์ และเพิ่มความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวได้ไปเที่ยวโฮมสเตย์ที่ได้รับ มาตรฐานในระดับสากล นอกจากนี้ ยังให้ความใส่ใจในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม ผ่านการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.1 ด้านที่พัก

7.1.1 ลักษณะบ้านพักที่เป็นสัดส่วน เป็นบ้านของเจ้าของที่แบ่งปันที่นอนหรือห้องนอนอย่างเป็นสัดส่วนหรืออาจปรับปรุงต่อเติมที่พักที่ติดกับบ้านเดิมเพื่อใช้เป็นห้องนอนหรือห้องนอนเป็นสัดส่วน

7.1.2 ที่พักที่นอนสะอาดและสบาย มีที่นอนสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเป็นเตียง พูฟหรือเสื่อและมุ้งหรือมุ้งลวดเพื่อป้องกันยุงและแมลงมีเครื่องนอนอุปกรณ์ที่ใช้ขนอน ผ้าปูหมอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม และได้รับการทำความสะอาดทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนนักท่องเที่ยวและเปลี่ยนเครื่องนอนตามความเหมาะสมในกรณีที่นักท่องเที่ยวพักหลายวันมีราวตากผ้าหรือที่เก็บเสื้อผ้า

7.1.3 ห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด มีความปลอดภัย มีที่ล๊อคประตูอยู่ในสภาพใช้งานได้ดีมีความมิดชิดมีขนาดของห้องน้ำที่เหมาะสม มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก มีการแยกชั้นสำหรับตักอาบน้ำ น้ำที่ใช้มีความสะอาดอาจเป็นประปาหมู่บ้าน ประปาภูเขา หรือน้ำดิบที่ปล่อยไว้ระยะหนึ่งและแกว่งสารส้ม มีถังขยะในห้องน้ำ

7.1.4 มุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน มีมุมพักผ่อนที่สงบ สบาย ภายในบ้านหรือบริเวณโดยรอบที่สามารถนั่งนอนและมีบรรยากาศผ่อนคลาย เช่น ลานบ้าน ใต้ต้นไม้ ศาลาหน้าบ้าน มีการดูแลบริเวณรอบบ้าน เช่น สวนครัว ต้นไม้ ร่องน้ำให้สะอาดปราศจากขยะ

7.2 ด้านอาหาร

7.2.1 ชนิดของอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร มีปริมาณและประเภทอาหารที่เหมาะสม ผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นไม่ซื้ออาหารหรือกับข้าวถุง มีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขอนามัย

7.2.2 น้ำดื่มที่สะอาดมีที่เก็บน้ำ / ภาชนะเก็บน้ำที่สะอาดไม่มีตะกอน มีฝาปิดมิดชิด มีน้ำดื่มที่สะอาดผ่านกระบวนการทำความสะอาด

7.2.3 ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด มีภาชนะที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ถ้วย ชาม จาน ช้อน ช้อนกลาง ทัพพี โถข้าวที่ สะอาด ไม่มีคราบและกลิ่นคาว กลิ่นอับ

7.2.4 ห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัว มีความสะอาดครัวอาจอยู่ในบ้านหรือแยกจากตัวบ้านก็ได้และมีการดูแลความสะอาดอยู่เสมอมีอุปกรณ์การเก็บเครื่องปรุง วัตถุดิบที่สะอาดสามารถป้องกันเชื้อโรคและสิ่งสกปรก เช่น มีที่เก็บมิดชิด ที่แขวน หรือมีฝาชีครอบ หรือคลุมผ้าสะอาด - มีการจัดการขยะที่ถูกสุขอนามัย

7.3 ด้านความปลอดภัย

7.3.1 การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีแนวทางปฏิบัติเพื่อการช่วยเหลือเบื้องต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดเจ็บป่วยหรือได้รับอุบัติเหตุ มีอาสาสมัครประจำเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บ้านที่อยู่ในสภาพใช้ได้ทันที (ยังไม่หมดอายุ) เจ้าของบ้านควรชักถามถึงโรคประจำตัวหรือบุคคลที่ติดต่อดีทันทีในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินกับนักท่องเที่ยว

7.3.2 การจัดระบบดูแลสุขภาพปลอดภัย มีการแจ้งให้ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันรับทราบ ขณะมีนักท่องเที่ยวในบ้านเพื่อขอความร่วมมือในการดูแลสุขภาพความปลอดภัย มีการจัดเวรยามดูแลสุขภาพความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น รถยนต์เมื่อมีเหตุร้ายต้องมีเครื่องมือสื่อสารติดต่อกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงได้

7.4 ด้านอรรถาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก

7.4.1 การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคยมีการแนะนำนักท่องเที่ยวกับสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่อยู่ในขณะนั้นเพื่อรู้จักและเรียนรู้วิถีชีวิตของเจ้าของบ้านผ่านกิจกรรมต่างๆ ภายในบ้าน เช่น เก็บผักสวนครัวร่วมกันทำกับข้าวร่วมกัน รับประทานอาหารร่วมกัน เป็นต้น

7.4.2 การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน เจ้าของบ้านมีการแลกเปลี่ยนให้ข้อมูลอาจเป็นเอกสารภาพถ่ายหรือการพูดคุยในเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมในชุมชนอย่างเหมาะสม เจ้าของบ้านเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของตนเอง เช่น ไปดูไร่ นา ออก ทะเล เก็บใบชา ทอผ้า จักสาน เป็นต้น ซึ่งจะเป็นโอกาสของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิต

7.5 ด้านรายการนำเที่ยว

7.5.1 มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชนมีการวางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกันของชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์เพื่อการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นในแต่ละหมู่บ้านหรือแต่ละกลุ่มกิจกรรมมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่สู่สาธารณะและนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน

7.5.2 ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว มีข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันตาม ภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้

7.5.3 เจ้าของบ้านเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว กลุ่มหรือเจ้าของบ้านเป็นผู้นำเที่ยวเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ค่านิยมภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว มีการจัดทำสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ รูปภาพ ภาพวาดเพื่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

7.6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

7.6.1 ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง มีแหล่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นแหล่งธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา หรือแหล่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัดเจดีย์ เป็นต้น หรือใช้แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่ง ของโปรแกรมการท่องเที่ยว

7.6.2 การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนมีกฎกติกาการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อให้การใช้ประโยชน์เป็นไปอย่างยั่งยืน เช่น ปริมาณนักท่องเที่ยวที่ชุมชนรองรับได้ การไม่เก็บพันธุ์พืชออกจากป่า เป็นต้น มีกิจกรรมที่สัมพันธ์กับงานการฟื้นฟูอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การปลูกป่า การจัดค่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับเยาวชน

7.6.3 แผนงานหรือมาตรการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสภาวะโลกร้อน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์มีแผนงานมาตรการและแนวทางการปฏิบัติในการจัดการขยะอย่างถูกวิธี เช่น การแยกขยะ ไม่เผาขยะ

7.6.4 มีกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและลดสภาวะโลกร้อน เน้นใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น ห่อข้าวด้วยวัสดุที่มาจากธรรมชาติ มีกิจกรรมที่ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง เช่น ใช้จักรยานแทนการใช้รถ ใช้เรือ พายแทนการใช้เครื่องยนต์ หรือการใช้หลอดประหยัดไฟในครัวเรือน

7.7 ด้านวัฒนธรรม

7.7.1 การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นมีบ้านเก่าหรือบ้านที่แสดงถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว มีการรวบรวมองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อนำสู่การเผยแพร่ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ชุมชนและโรงเรียนมีแผนงานฟื้นฟูอนุรักษ์ และถ่ายทอดวัฒนธรรม ศิลปะ และการละเล่นพื้นบ้าน ผู้แสดงทางวัฒนธรรมและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผนเนื้อหา รูปแบบและการนำเสนออย่างภาคภูมิใจ

7.7.2 การรักษาวิถีชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ มีการดำเนินวิถีชีวิตที่เป็นปกติ เช่น การตักบาตร การทำบุญที่วัด การไหว้ศาลปู่ตา เป็นต้น ไม่ควรเปลี่ยนแปลงหรือจัดทำใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

7.8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน

7.8.1 ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก / ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือชุมชนสามารถนำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ทั้งเป็นของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ เสื้อผ้า สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก

7.8.2 ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีการนำเอาความรู้ / ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้คนในชุมชนเกิด ความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน พร้อมกันนั้นก็สามารถจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น การสอน ทอผ้า การจักสาน การละเล่นต่าง ๆ และการแสดงพื้นบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.9 ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

7.9.1 การรวมกลุ่มของชาวบ้าน การบริหารจัดการต้องเป็นการรวมกลุ่ม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนสมาชิกกลุ่มและชุมชนต้องมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์และวิธีการของโฮมสเตย์

7.9.2 คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์ มีการเลือกตั้งคณะกรรมการ บริหารงาน ได้แก่ ประธาน รองประธาน เทรี่ญญิก และกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละชุมชน คณะกรรมการทุกคนต้องมีความรู้ความเข้าใจในปรัชญาหลักการ ขั้นตอน วิธีการทำงานของโฮมสเตย์ตามบทบาทหน้าที่ที่แต่ละคนได้รับมอบหมาย

7.9.3 กฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการ มีกฎ กติกา วาระการทำงานการทำงานร่วมกันของคณะกรรมการ เช่น การจัดประชุมอย่างต่อเนื่อง ก่อนจะรับนักท่องเที่ยว และหลังรับนักท่องเที่ยวหรือจัดประชุมประจำเดือน มีการจัดสรรเงินรายได้เข้าส่วนกลางของชุมชน เพื่อสาธารณะประโยชน์ของชุมชน มีแนวทางในการทำงานของคณะกรรมการตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. มีหลักเกณฑ์การเปิดรับสมาชิกโฮมสเตย์
2. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
3. มีรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวการให้บริการและราคา
4. มีแนวปฏิบัติในการจองบ้านพักและการชำระเงินล่วงหน้า - มีแนวปฏิบัติของกลุ่ม เช่น การต้อนรับร่วมกัน การให้ข้อมูล การจัดลำดับกิจกรรม การดูแลความปลอดภัย การติดตาม และประเมินผล เป็นต้น

7.9.4 มีการจ่ายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม มีแนวปฏิบัติหมุนเวียนการให้บริการ เช่น บ้าน รถ เรือ มัคคุเทศก์ เป็นต้น มีระบบการคิดราคาที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มีการจัดสรรรายได้เข้ากองทุนชุมชน

7.9.5 ระบบการจองการลงทะเบียนและการมัดจำล่วงหน้า มีระบบการจองล่วงหน้า มีการลงทะเบียนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมการและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการชำระเงินล่วงหน้าในอัตราส่วนที่ทางกลุ่มเป็นผู้กำหนด

7.9.6 รายละเอียดของค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน มีการระบุค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบันไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว ซึ่งอาจจะคิดเป็นรายคนหรือคิดในลักษณะเหมาจ่าย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.10 ด้านการประชาสัมพันธ์

7.10.2 เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน มีคู่มือ แผ่นพับ แผนที่การเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาและสถานที่ติดต่อ

7.10.2 แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ - มีเป้าหมาย แผนงาน การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาอิสระเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดย และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ แบ่งตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 8P
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- 2.5 มาตรฐานของที่พักรโฮมสเตย์
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2561) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2558) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้

นิตา ชัชกุล (2560) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อยคือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

สุวัฒน์ จุฑากรณ์และจริญญา เจริญสุขใส (2559) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง นันทนาการรูปแบบหนึ่งเกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการ

ประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขัน กีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อ ประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยน วัฒนธรรม

นิตา ชัชกุล (2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงกิจกรรมการเดินทางจาก จุด หนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็น อย่าง น้อยคือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

2.1.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

การจัดรูปแบบประเภทการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ได้แบ่งออกไปตามปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปอย่างหลากหลายแต่ประเภทการ ท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557) ได้จัดแบ่งไว้ตามความสำคัญและสภาพแวดล้อม 12 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็น เอกลักษณ์ เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องโดย การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้นมีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วน ร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถ ตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการ ท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยม ของคนในแต่ละยุคสมัยเมื่อมีการระบุดว่ากิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบัน 14 มีปรากฏอยู่หลายๆ แห่ง ตัวอย่าง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อ การศึกษาทาง วิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting and Incentives and Conventions and Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่า ทาง ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนารวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคย มี เหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่นโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากร ธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้จะเป็นความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า งดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ ของท้องถิ่น นั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์บันเทิงและการศึกษาหาความรู้แม้ไม่มี ความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะ พิเศษ สวนสาธารณะ และ สนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยว ประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้า พื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยใน ประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณี ลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ ให้บริการด้านสุขภาพจากน้ำพุร้อนธรรมชาติในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุ ร้อน ธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ธรรมชาติ 15 อย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และ ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำพุร้อน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว ประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน การดำเนินกิจกรรมการ ท่องเที่ยวใดๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้การจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติยังมีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่ง ท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการ ตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังสามารถ ใช้เป็นข้อมูล ที่สำคัญเพื่อประกอบการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติของ ประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่ม มากขึ้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมี ชายหาด เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความ เพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหา ความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า กิจทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตก เป็น ทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน และ นันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไป ด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การ เดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมี ถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความ เพลิดเพลิน และนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหา ความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชม บรรยากาศและหินงอก หินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยใน ถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ ซึ่งหมายถึง แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดย มีเกาะเป็นทรัพยากรที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ สามารถ แบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละตัวชี้วัดมีค่า คะแนนสูงสุด เท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนนจะให้ ความสำคัญกับ องค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกท าลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นแรงดึงดูดใจ สำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วน องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมี ความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้าน ศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมี ความสำคัญของคะแนนน้อยที่สุด

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดย มีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความ เพลิดเพลิน และนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติ เข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่าง ๆ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ การบริการ (Service) คำว่าการบริการได้มี นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

วินัย ราชพรรณ์ (2560) การบริการ หมายถึง กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อให้เกิดผลกับ ผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่จะให้การบริการคนอื่นจึงควรมีคุณสมบัติสามารถอำนวยความสะดวกและปฏิบัติต่อ ผู้อื่นในด้านการบริการอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข ไม่อนุญาตให้หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาศยา โขติพานิช (2557) การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดีผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจและชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดี สิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็น เครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่างๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการ เป็นต้น ดังนั้นถ้าบริการ ดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร ก็จะได้ ดี ไปด้วย

สมิต สัชฌุกร (2558) การบริการ หมายถึง การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับ ผู้ใช้บริการการให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใดๆ ก็ตาม ในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) การบริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้ เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับรายการสินค้าโดยทั่วไปแล้วบริการไม่ต้องเกี่ยวข้องกับสินค้า เท่านั้น แต่บริการจะมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความต้องการใช้การฝึกอบรมผู้บริโภคให้ รู้จักวิธีใช้ เป็นต้น

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2561) กล่าวว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตนแต่เป็นกระบวนการหรือ กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือ ในทางกลับกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อัน นำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้นในขณะที่ธุรกิจทั่วไปมุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิด ความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการของ บุคลากร เพื่อให้แน่ใจว่าจะเกิดความสัมพันธ์ระยะยาวที่ทุกฝ่ายต่างก็ได้รับประโยชน์ร่วมกัน และเพื่อ เป็นการช่วย เสริมการทำงานขององค์กรด้วย

2.2.1 คุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดที่เกิดจากความต้องการที่จะหาทางเพื่อให้องค์การของตน สามารถแข่งขันได้ ซึ่งให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการมากขึ้น ความหมายโดยทั่วไปไม่ได้กำหนดแน่ชัด แต่เป็นที่ยอมรับว่าคุณภาพเป็นเรื่องต่างจากความพึงพอใจของผู้รับบริการคุณภาพการให้บริการมิได้ หมายถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายในองค์กร แม้ว่าจะต้องมีการวัดผลอย่างเป็นระบบเพื่อ ประโยชน์ในการจัดการองค์การบริการก็ตามคุณภาพการให้บริการได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 นิยามศัพท์ไว้ได้แก่
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นายิกา เดิตขุนทด (2559) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการว่า หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อบริการของลูกค้ากับการรับรู้บริการที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นการได้รับบริการตามที่คาดหวังหรือสูงกว่าหรือต่ำกว่าที่คาดหวังก็ได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) คุณภาพของการบริการ (Service Quality) เป็นระดับของการให้บริการซึ่งไม่มีตัวตนที่นำเสนอให้กับลูกค้าที่คาดหวังซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการ

Kotler (2016) นักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการสร้างคุณภาพการบริการ ให้เท่ากับหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีกในทางตรงกันข้ามถ้าการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวังลูกค้าจะพอใจและกลับมาใช้บริการอีก

กล่าวอย่างสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการ (service quality) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของผู้รับบริการให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้นได้การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ต้องกระทำผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการคุณภาพการบริการมีความสำคัญต่อธุรกิจ เนื่องจากคุณภาพบริการที่ดีหมายถึงธุรกิจจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่ในทางกลับกันถ้าคุณภาพบริการไม่ดีกิจการก็จะตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบการแข่งขันในทันทีคุณภาพการบริการจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าและถ้าลูกค้าไม่พึงพอใจก็พร้อมที่จะหนีไปใช้บริการของผู้ประกอบการรายอื่นทันที

วีระวัฒน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2557) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการไว้ว่าคุณภาพบริการหมายถึง การประเมินการให้บริการโดยรวม ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบของลูกค้าระหว่างความคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่จะได้รับและบริการที่ได้รับจริง คุณภาพการบริการหมายถึง ความสอดคล้องระหว่างความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าต่อบริการที่ได้รับซึ่งคุณภาพการบริการนั้นจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสมปราศจากข้อผิดพลาดก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีและตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจ

อนวัณน์ ศุภชุติกุล (2559) คุณภาพการบริการเป็นความคาดหวังของลูกค้าขั้นพื้นฐานที่ธุรกิจจะต้องตอบสนองให้ได้ซึ่งเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ในการวัดคุณภาพการบริการลูกค้าจะวัดจากความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การให้ความเชื่อมั่น (Assurance) และความเอาใจใส่ต่อลูกค้า (Empathy) ลูกค้ามักคาดหวังว่าอย่างน้อยจะต้องได้รับเท่ากับที่คาดไว้ หากคุณภาพของบริการต่ำกว่าเกณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวังไว้ลูกค้าจะมองหาบริการจากคู่แข่งของธุรกิจในการแก้ไขปัญหาครั้ง

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 7P's

กลยุทธ์ทางการตลาดจัดเป็นอาวุธที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งในการทำธุรกิจของผู้บริหาร ซึ่งปัจจุบันมีรูปแบบกลยุทธ์ให้เลือกมากมายสำหรับนำมาปรับใช้เพื่อความเหมาะสมของธุรกิจ แต่กลยุทธ์ที่เป็นต้นแบบทางการตลาดอย่างแท้จริงคงหนีไม่พ้นกลยุทธ์ 8P เพราะนักธุรกิจทั่วโลกต่างให้การยอมรับว่ามีประสิทธิภาพในการทำการตลาดค่อนข้างสูงสามารถเห็นผลได้อย่างชัดเจนอีกทั้งยังถือว่ากลยุทธ์นี้เป็นแม่บทในการพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ ตามหลังออกมาในปัจจุบัน จึงเป็นสิ่งสมควรที่ผู้ประกอบการจะต้องทำความรู้จักและศึกษาเรียนรู้ความหมายเกี่ยวกับกลยุทธ์ดังกล่าวนี้

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) กลยุทธ์ในส่วนแรกนี้จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นส่วนของคุณสมบัติส่วนตัวที่ต้องตั้งเป้าว่าจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ในระดับความพึงพอใจขนาดไหน การนำสินค้าไปเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในท้องตลาดว่ามีจุดเด่นและจุดด้อยอย่างไร นอกจากนี้ยังมีในส่วนของวัตถุดิบและสายงานการผลิตด้วย

2. กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์สินค้าถือเป็นกลยุทธ์สำคัญของแผนงานทางการตลาดที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบมากขึ้น โดยการกำหนดราคาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยของต้นทุนการผลิตบวกกับผลกำไรที่ต้องการจะได้จากการขายผลิตภัณฑ์แล้วจึงทำการกำหนดราคาขายออกมาโดยต้องคำนึงสภาพการแข่งขันของตลาดสินค้า นอกจากนี้การกำหนดราคายังมีนัยที่บ่งบอกถึงตำแหน่งที่ต้องการจะให้สินค้าไปยืนอยู่ด้วย ซึ่งการตั้งราคาอาจจะตั้งให้ใกล้เคียงกับสินค้าประเภทเดียวกันบนท้องตลาด หรือน้อยกว่าถ้าต้องการแย่งชิงฐานลูกค้า และมากกว่าถ้าต้องการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้อยู่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์ ทั่วไป

3. กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะถ้าสามารถหาช่องทางการกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคได้มากเท่าไร ผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่นิยมใช้กันในปัจจุบันมีอยู่ด้วยกันสองรูปแบบคือ การขายไปสู่มือของผู้บริโภคโดยตรงและการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งสองวิธีนี้จะมีข้อแตกต่างอยู่ตรงที่ว่าการขายตรงไปสู่มือผู้ใช้สินค้าจะได้กำไรที่มากกว่า ในขณะที่การขายผ่านพ่อค้าคนกลางจะช่วยในเรื่องของยอดการจัดจำหน่ายที่สูงขึ้นอันมีผลมาจากเครือข่ายที่พ่อค้าคนกลางได้วางเอาไว้นั่นเอง

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) การส่งเสริมการตลาดถ้าจะให้เปรียบเทียบกับจะเหมือนกับการใช้เข็มฉีดยารักษาโรค เพราะจะมีประสิทธิภาพช่วยในการขายสินค้าได้เป็นอย่างดี ถ้าโปรโมชั่นที่ออกมาโดนใจลูกค้าก็จะช่วยให้ยอดขายและผลกำไรที่สูงมากยิ่งขึ้น โดยกลยุทธ์การตลาดนี้จะต้องช่วยส่งเสริมและสอดคล้องไปกันได้กับกลยุทธ์อย่างอื่นด้วย โดยการส่งเสริมการตลาดนี้สามารถทำได้หลายวิธีไม่ว่าจะเป็นการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อสาธารณะและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy) บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญเปรียบเสมือนเป็นหน้าตาของสินค้า ดังนั้นการออกแบบดีไซน์รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยหลักสำคัญที่ควรจะต้องคำนึงถึงเมื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแผนการกลยุทธ์นี้ก็คือจะต้องมีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อีกทั้งความโดดเด่นเมื่อนำไปวางบนชั้นสินค้าเปรียบเทียบกับของคู่แข่งจะต้องมีความเหนือชั้นกว่าจึงจะประสบความสำเร็จตามแผนงานนี้

6. กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย (Personal Strategy) ทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยทำให้ยอดขายทะยานไต่ระดับพุ่งสูงขึ้นก็คือการเลือกใช้กลยุทธ์พนักงานขายเป็นตัวช่วยส่งเสริม การขายสินค้าโดยใช้พนักงานถือเป็นศิลปะการขายขั้นสูงที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่ายๆ พนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถบวกกับประสบการณ์จะมีเทคนิคการจูงใจลูกค้าให้เข้ามาสนใจและนำไปสู่ action นั่นก็คือการตัดสินใจซื้อในที่สุด

7. กลยุทธ์ข่าวสาร (Public Relation Strategy) ยุคโลกไร้พรมแดนอย่างในปัจจุบัน การสื่อสารคือกุญแจสำคัญที่นำไปใช้ไขสู่ประตูความสำเร็จ เพราะสภาพแวดล้อมการใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมเมืองและชนบทถูกแวดล้อมไปด้วยสื่อต่างๆ มากมาย การใช้กลยุทธ์ข่าวสารเข้ามาเป็นทัพเสริมอีกแรงหนึ่งในการทำการตลาดจะช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องของภาพพจน์และเพิ่มทัศนคติในเชิงบวกให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทหนึ่งโดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดจากนำแนวคิดที่สำคัญ 2 แนวคิดมาผนวกกันนั่นก็คือ แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) และแนวคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources Conservation) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดยรวมแล้วประกอบด้วยธรรมชาติที่ให้ความพอใจแก่นักท่องเที่ยววิถีการและความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างยั่งยืน การเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรูปแบบหนึ่ง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ว่าเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทซึ่งจะให้ผลประโยชน์อย่างมากขึ้นในอนาคตการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นี้เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ดำเนินการบนแนวคิดของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศนอกเหนือจาก ลักษณะรูปธรรมด้านอื่นๆ เช่น การดำน้ำ เดินป่า เป็นต้น การท่องเที่ยวโฮมสเตย์นี้สามารถตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมและระบบนิเวศในชุมชนได้มากกว่าโดยชุมชนจะมีบทบาทเกี่ยวข้องอย่างชัดเจนตั้งแต่การดำเนินกิจกรรม การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวการเตรียมเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวจนถึงการพัฒนาชุมชนในที่สุด ดังนั้นการจัดการจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อน

วิถีชุมชนของคนในท้องถิ่นต่างๆ ของประเทศไทยนั้นมีเสน่ห์และเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วยความเรียบง่ายของชีวิตประจำวันกับการประกอบอาชีพดั้งเดิมที่ผูกพันเกี่ยวพันกับธรรมชาติรอบตัว จนผู้คนต่างถิ่นต่างแดนต่างวัฒนธรรมอยากจะเข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ เรียกว่า โฮมสเตย์ นั้นสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีซึ่งกิจกรรมดังกล่าวนับเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่พยายามไม่ให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น จนทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นเสื่อมโทรม

2.4.1 ประวัติความเป็นมาที่พักโฮมสเตย์

การกำเนิดของโฮมสเตย์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีจุดเริ่มต้นมาจากทวีปยุโรปในช่วง 50 ปีที่ผ่านมาซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและที่พักห่างไกลชุมชนเมืองและร่องรอยความกดดันของสงครามไปสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบร่มรื่นธรรมชาติที่สวยงาม ก่อให้เกิดที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ ขึ้น ได้แก่ ที่พักพร้อมอาหารเช้า (Bed and Breakfast) บ้านพักในฟาร์ม (Farm House) เกสต์เฮาส์ (Guest House) และโฮมสเตย์ (Home Stay) โดยดำเนินการ ภายใต้แนวคิดเดียวกัน คือ ผู้มาพักเป็นแขกของบ้าน มีใช้นักท่องเที่ยว (ชิวทีย์ ศิริเวชกุล. 2557)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชนและการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่างๆ เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยใช้ การท่องเที่ยวเป็นจุดขายจึงทำให้เกิด กิจกรรม การท่องเที่ยว หลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งจากองค์กรท้องถิ่นองค์กรเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นมานับได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 แล้วโดยสามารถแบ่งยุคของโฮมสเตย์ในประเทศไทยได้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2558)

ยุคเริ่มต้น (ปี 2503-2525) การท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิต นักศึกษากลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทต้องเรียนรู้วิถีชีวิตรับทราบปัญหาในชนบทเพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ การท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์กระจายไปในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะใน 19 แดงภาคเหนือ ของประเทศไทยนักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขาโดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางเดินป่า

ยุคกลาง (ปี 2526 - 2536) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่าเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น การพักค้างในรูปแบบของโฮมสเตย์ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ใดๆ การค้าหมู่บ้าน ชาวเขาที่กว้างขวางมากขึ้นอย่างไรก็ตามในระยะนี้การท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดการใน รูปแบบโฮมสเตย์เริ่มสร้างปัญหาต่างๆขึ้นในสังคม อาทิ ปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์

ยุคตั้งแต่ปี 2537 – ปัจจุบันยุคนี้เป็นการเน้นกระแสการพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้น จะพบได้ว่าการท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระยะประมาณปี 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์โดยกลุ่มนำร่องคือกลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคมทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่เท่าที่สืบค้นพบว่าพื้นที่ที่ดำเนินการเรื่องโฮมสเตย์ก็จะเป็นพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทยเข้าไปดำเนินการ เช่น เกาะยาว จ.พังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง/อวนลาก อวนรุน) หลังจากพื้นที่เกาะยาว จ.พังงา ได้มีพื้นที่อื่นๆ เพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรี จ.นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ.เชียงใหม่ (เกษตรทางเลือก) บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เข้มเฉลิม (เกษตรยั่งยืน) บ้านห้วยแม่ซ้าย จ.เชียงราย

ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวในกลุ่มนักธุรกิจ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure) การท่องเที่ยว เชนิเวศน์(Ecotourism) และโฮมสเตย์เข้าไว้ด้วยกัน

ปี 2541 – 2542 รัฐบาลได้ประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ทุกหน่วยงานของภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรมโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโค้ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ บ้านทรงไทยปลายโพพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม รวมถึงพื้นที่ชนกลุ่มน้อย กลุ่มชนเผ่า หมู่บ้านชาวเขากการสนับสนุนการจัดโฮมสเตย์ด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นทั้งในกลุ่มชาวไทยและชาวต่างชาติมีการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวในแหล่งชุมชนเพื่อศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตประเพณี วัฒนธรรมหัตถกรรมของท้องถิ่นโดยมีโฮมสเตย์ที่มีความหมายมากกว่าการเป็นที่พักเนื่องจากเป็นรูปแบบ 20 การท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย

2.4.2 ความหมายของที่พักโฮมสเตย์

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีให้เลือกหลายรูปแบบทั้งแบบเข้าไปกินอยู่ในบ้านของชาวบ้านในชุมชนเสมือนเป็นสมาชิกคนหนึ่งในครัวเรือนใช้ชีวิตแบบเดียวกับชาวบ้านแทบทุกอย่าง รวมทั้งบางแห่งก็มีการประยุกต์เพิ่มความสะดวกสบายในการพักอาศัยขึ้นอีกระดับแต่ก็ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้อย่างครบถ้วนและมีผู้ให้ความหมายของไว้อย่างหลากหลาย ได้แก่

ราชกิจจานุเบกษา (2559) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกันโดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยเอกลักษณะเป็นเอกลาที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ตามการดำเนินภายในบ้านเหลือสามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวพักได้ชั่วคราว ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พักรวมกัน ไม่เกิน 20 คน โดยมีค่าตอบแทนและจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควรอันมีลักษณะเป็นการ ประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นไปตามบทนิยามคำว่า “โรงแรม” แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์

นักรบ ระวีการณ์ (2557) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านและมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้านซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันพร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม

ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธ์ (2560) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึงการจัดสรรพื้นที่บ้านพักเพื่อบริการนักท่องเที่ยวโดยคงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่น ภายใต้ศักยภาพและการยอมรับของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

นงลักษณ์ อยู่เย็นดี (2559) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนได้อย่างใกล้ชิดโดยการพักค้างแรมกับชุมชนสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2548) ได้ให้ความหมายของไว้ว่าโฮมสเตย์หมายถึงบ้านที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของและเจ้าของบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่ประจำ

2.4.3 หลักการของที่พักโฮมสเตย์

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูงเนื่องจากความสมบูรณ์พร้อมทั้งด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและด้านวิถี วัฒนธรรม ประเพณี ดังนั้นชุมชนต่างๆ ในประเทศตั้งแต่ระดับหมู่บ้านจึงร่วมกันพัฒนาชุมชนของตนโดยจัดบ้านพักแบบที่พักรับสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home Stay) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พักอาศัยเรียนรู้วิถีชีวิตและทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวผจญภัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

การท่องเที่ยวแบบที่พักรับสัมผัสวัฒนธรรมชนบทจึงเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้สัมผัสวิถีชีวิตอรรถาธิบายน้ำใจไมตรีของคนไทยรวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นควบคู่ไปกับการเรียนรู้ท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติชุมชนที่สนใจจะจัดบ้านพักแบบที่พักรับสัมผัสวัฒนธรรมชนบทจะต้องมีการรวมกลุ่มกันอย่างน้อย 3 ครัวเรือน มีการบริหารจัดการแบ่งสรรผลประโยชน์เพื่อส่วนรวมร่วมกัน โดยขอขึ้นมาตรฐานที่กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาสำหรับผู้ที่มบ้านหรือห้องพักที่เป็นเจ้าของคนเดียวไม่มีการรวมกลุ่มกันในชุมชนจะไม่จัดว่าเป็นที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทตามที่มี

ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยวกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2553) โฮมสเตย์เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ได้มาตรฐานประยุกต์จากตัวชี้วัดสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบท พ.ศ. 2554 ประกอบด้วยดัชนี 10 ด้าน 31 ตัวชี้วัด ของกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 ด้านที่พัก ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด คือ 1) ลักษณะบ้านที่เป็นสัดส่วน 2) ที่พักที่นอน สะอาดและสบาย 3) มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด 4) มีมุมพักผ่อนภายใน บ้านหรือในชุมชน

1.2 ด้านอาหาร ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด คือ 1) ชนิดของอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร 2) มีน้ำดื่มที่สะอาด 3) ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด 4) ห้องครัวและ อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวถูกสุขลักษณะ

1.3 ด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น 2) มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย

1.4 ด้านอภัยภัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย 2) การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในวิถีชุมชน

1.5 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด คือ 1) มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน 2) ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) เจ้าของบ้านหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว

1.6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดคือ 1) มีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง 2) มีการดูแลแหล่งท่องเที่ยว 3) มีแผนงาน หรือมาตรการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสภาวะโลกร้อน 4) มีกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและลดสภาวะโลกร้อน

1.7 ด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) การดำรงรักษาไว้เพื่อวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น 2) การรักษาวินัยชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ

1.8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว 2) มี ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

1.9 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัด คือ 1) การรวมกลุ่มของชาวบ้าน 2) มีคณะกรรมการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ 3) กฎกติกาการทำงานของ คณะกรรมการ 4) มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม 5) ระบบการจองล่วงหน้า ลงทะเบียน ชำระเงินล่วงหน้า 6) รายละเอียดค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน

1.10 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัดคือ 1) มีเอกสาร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งไปสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน 2) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักการของโฮมสเตย์ เป็นเรื่องที่สำคัญที่ทุกฝ่ายตั้งแต่รัฐบาลไปจนถึงชุมชนจะต้องเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันเพื่อมิให้การส่งเสริมและพัฒนาเกี่ยวกับโฮมสเตย์หลงทางและก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลังประการแรกต้องไม่ถือเป็นนโยบายว่าจะต้องมีโฮมสเตย์เกิดขึ้นในทุก ๆ หมู่บ้านแต่ต้องคำนึงถึงความพร้อมความรู้ความเข้าใจของชุมชนเป็นสำคัญและชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้ให้หลักการและแนวทางปฏิบัติในการจัดการเกี่ยวกับที่พัก ซึ่งอาจเรียกว่าบัญญัติ 10 ประการ ดังนี้

1. เติยงนอนที่สะอาด สะดวก ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะในราคาสมเหตุสมผล
2. ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด
3. อาหารพื้นบ้านง่าย ๆ แต่ปรุงมาอย่างดี
4. ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
5. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ชี่ม้า ปีนเขา ชี่จักรยาน
7. ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
8. ความบันเทิง การแสดงพื้นบ้าน อาทิ ดนตรี การเต้นรำ
9. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10. ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าบ้าน

2.5 มาตรฐานของที่พักโฮมสเตย์

ในปัจจุบันโฮมสเตย์ได้รับความนิยมกันอย่างกว้างขวางและมีความหลากหลาย ดังนั้นสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงมีการคิดสรรโฮมสเตย์มาตรฐานไทย เพื่อที่จะให้โฮมสเตย์มาตรฐานไทยคงความเป็นเอกลักษณ์และสามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่นที่ก่อให้เกิดรายได้ของชุมชน เช่น สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น อีกทั้งเพื่อให้โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมที่เสริมรายได้เพิ่มเติมจากอาชีพหลักของชุมชนโดยก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างแท้จริง

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย หมายถึง โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินและได้รับตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเตย์ซึ่งรับรองโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

โดยสัญลักษณ์ของโฮมสเตย์มาตรฐานไทยประกอบด้วยหลังคาทรงไทยลายกลอนสีน้ำตาล ใช้เป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงโฮมสเตย์ที่อยู่ในชนบทไทยและเป็นสัญลักษณ์ประจำชาติ Homestay สีเขียว หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ซึ่งนักท่องเที่ยวพักรวมกับเจ้าของบ้านในชายคาเดียวกันเพื่อ ศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติระบบนิเวศของชุมชน Standard Thailand เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีแดง หมายถึง คำที่ใช้เพื่อยืนยันว่าเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานของประเทศไทย
ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สัญลักษณ์ของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2019)

มาตรฐานที่ 1 ด้านที่พัก

1.1 ลักษณะบ้านพักที่เป็นสัดส่วน

- เป็นบ้านของเจ้าของที่แบ่งเป็นที่นอน หรือห้องนอน อย่างเป็นสัดส่วน
หรืออาจปรับปรุง ต่อเติมที่พัก ที่ติดกับบ้านเดิมเพื่อใช้เป็นที่นอนหรือห้องนอนเป็นสัดส่วน

1.2 ที่พักที่นอนสะอาด และสบาย

- มีที่นอนสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเป็นเตียง พูกหรือเสื่อ และมุ้งหรือมุ้งลวด
เพื่อป้องกัน ยุงและแมลง

- มีเครื่องนอน อุปกรณ์ที่ใช้นอน ผ้าปู หมอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม และ
ได้รับการทำความสะอาด ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนนักท่องเที่ยวและเปลี่ยนเครื่องนอนตามความ
เหมาะสมในกรณีที่นักท่องเที่ยว พักหลายวัน

- มีราวตากผ้าหรือที่เก็บเสื้อผ้า

1.3 ห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด

- มีความปลอดภัย มีที่ลือคประตูล็อกอยู่ในสภาพใช้งานได้ดี มีความมิดชิด

- มีขนาดของห้องน้ำที่เหมาะสม มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก

- มีการแยกชั้นสำหรับตักอาบน้ำ

- น้ำที่ใช้มีความสะอาด อาจเป็นประปาหมู่บ้าน ประปาภูเขา หรือน้ำดิบที่

ปล่อยไว้ระยะ หนึ่งและแกว่งสารส้ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ มีถึงขัยะในห้องน้ำศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีก 1.4 มุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชนถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีมมพักผ่อน ที่สงบ สบายภายในบ้านหรือบริเวณโดยรอบที่สามารถนั่งนอนและมี บรรยากาศผ่อนคลาย เช่น ลานบ้าน ใต้ต้นไม้ ศาลาหน้าบ้าน
- มีการดูแลบริเวณรอบบ้าน เช่น สวนครัว ต้นไม้ ร่องน้ำ ให้สะอาดปราศจากขยะ

มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหารและโภชนาการ

- 2.1 ชนิดของอาหาร และวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร
 - มีปริมาณและประเภทอาหารที่เหมาะสม
 - ผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นไม่ซื้ออาหารหรือกับข้าวถุง
 - มีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขอนามัย
- 2.2 น้ำดื่มที่สะอาด
 - มีที่เก็บน้ำ / ภาชนะเก็บน้ำที่สะอาดไม่มีตะกอนมีฝาปิดมิดชิด
 - มีน้ำดื่มที่สะอาดผ่านกระบวนการทำความสะอาด
- 2.3 ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด
 - มีภาชนะที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ถ้วย ชาม จาน ช้อน ช้อนกลาง ทัพพี โถข้าวที่สะอาดไม่มีคราบและกลิ่นคาวกลิ่นอับ
- 2.4 ห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวมีความสะอาด
 - ครัวอาจอยู่ในบ้านหรือแยกจากตัวบ้านก็ได้และมีการดูแลความสะอาดอยู่เสมอ
 - มีอุปกรณ์การเก็บเครื่องปรุงวัตถุดิบที่สะอาดสามารถป้องกันเชื้อโรคและสิ่งสกปรก เช่น มีที่เก็บมิดชิดที่แขวนหรือมีฝาชีครอบหรือคลุมผ้าสะอาด
 - มีการจัดการขยะที่ถูกสุขอนามัย

มาตรฐานที่ 3 ด้านความปลอดภัย

- 3.1 การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
 - มีแนวทางปฏิบัติเพื่อการช่วยเหลือเบื้องต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดเจ็บป่วยหรือได้รับอุบัติเหตุ
 - มียาสามัญประจำบ้านที่อยู่ในสภาพใช้ได้ทันที (ยังไม่หมดอายุ)
 - เจ้าของบ้านควรซักถามถึงโรคประจำตัวหรือบุคคลที่ติดต่อดีทันทีในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินกับนักท่องเที่ยว
- 3.2 การจัดระบบดูแลความปลอดภัย
 - มีการแจ้งให้ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันรับทราบ ขณะมีนักท่องเที่ยวในบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า เพื่อขอความ ร่วมมือในการดูแลรักษาความสงบความปลอดภัย ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีการจัดเวรยามดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น รถยนต์
- เมื่อมีเหตุร้ายต้องมีเครื่องมือสื่อสารติดต่อกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงได้

มาตรฐานที่ 4 ด้านอรรถาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน

4.1 การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย

- มีการแนะนำ นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่อยู่ในขณะนั้น เพื่อรู้จักและ เรียนรู้วิถีชีวิตของเจ้าของบ้านผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบ้าน เช่น เก็บผักสวนครัว ร่วมกัน ท ากับข้าว ร่วมกัน รับประทานอาหารร่วมกัน เป็นต้น

4.2 การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิถีชีวิตของชุมชน

- เจ้าของบ้านมีการแลกเปลี่ยนให้ข้อมูลอาจเป็นเอกสารภาพถ่ายหรือการพูดคุยในเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนอย่างเหมาะสม
- เจ้าของบ้านเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของตนเอง เช่น ไปดูไร่ นา ออก ทะเล เก็บใบชา ทอผ้า จักสาน เป็นต้น ซึ่งจะเป็นโอกาสของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิต

มาตรฐานที่ 5 ด้านรายการนำเที่ยว

5.1 มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน

- มีการวางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกันของชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์ เพื่อการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นในแต่ละหมู่บ้านหรือแต่ละกลุ่มกิจกรรม
- มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่สู่สาธารณะและนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน

5.2 ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว

- มีข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แตกต่างกันตาม ภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้

5.3 เจ้าของบ้านเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำ

เที่ยว

- กลุ่มหรือเจ้าของบ้านเป็นผู้นำเที่ยวเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ค่านิยมภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว

- มีการจัดทำสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ รูปภาพ ภาพวาด เพื่อการเรียนรู้ของ

เอกสารนี้ นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถใช้งานได้ฟรี ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานที่ 6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

6.1 ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

- มีแหล่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นแหล่งธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัดเจดีย์ เป็นต้น หรือใช้แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยว

6.2 การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

- ชุมชนมีกฎ กติกา การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อให้การใช้ประโยชน์เป็นไปอย่างยั่งยืน เช่น ปริมาณนักท่องเที่ยวที่ชุมชนรองรับได้ การไม่เก็บพื้นที่ออกจากป่า เป็นต้น

- มีกิจกรรมที่สัมพันธ์กับงานการฟื้นฟูอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ เช่น การปลูกป่า การจัดค่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับเยาวชน

6.3 แผนงานหรือมาตรการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสภาวะโลกร้อน

- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์มีแผนงานมาตรการและแนวทางปฏิบัติในการจัดการขยะอย่างถูกวิธี เช่น การแยกขยะ ไม่เผาขยะ

6.4 มีกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและลดสภาวะโลกร้อน

- เน้นใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น ห่อข้าวด้วยวัสดุที่มาจากธรรมชาติ

- มีกิจกรรมที่ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง เช่น ใช้จักรยานแทนการใช้รถ ใช้เรือพายแทนการใช้เครื่องยนต์หรือการใช้หลอดประหยัดไฟในครัวเรือน

มาตรฐานที่ 7 ด้านวัฒนธรรม

7.1 การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

- มีบ้านเก่า หรือบ้านที่แสดงถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว

- มีการรวบรวมองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อนำสู่การเผยแพร่ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

- ชุมชนและโรงเรียนมีแผนงานฟื้นฟูอนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมศิลปะและการละเล่นพื้นบ้าน

- ผู้แสดงทางวัฒนธรรมและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผนเนื้อหา

รูปแบบและการนำเสนออย่างภาคภูมิใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

7.2 การรักษาวิถีชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีการดำเนินวิถีชีวิตที่เป็นปกติ เช่น การตัดขาตกร การทำบุญที่วัด การไหว้ศาลปู่ตา เป็นต้น ไม่ควรเปลี่ยนหรือจัดทำใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

มาตรฐานที่ 8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

8.1 ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก/ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

- มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือชุมชนสามารถนำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ทั้งเป็นของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ เสื้อผ้า สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก

8.2 ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

- มีการนำเอาความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน พร้อมกันนั้นก็สามารถจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น การสอน ทอผ้า การจักสาน การละเล่นต่าง ๆ และการแสดงพื้นบ้าน

มาตรฐานที่ 9 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

9.1 การรวมกลุ่มของชาวบ้าน

- การบริหารจัดการต้องเป็นการรวมกลุ่มโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนสมาชิกกลุ่ม และ ชุมชน ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีการของโฮมสเตย์

9.2 คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์

- มีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงาน ได้แก่ ประธาน รองประธาน เภรัญญิก และ กรรมการฝ่ายต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละชุมชน

- คณะกรรมการทุกคนต้องมีความรู้ความเข้าใจในปรัชญาหลักการ ขั้นตอนวิธีการ ทำงานของโฮมสเตย์ตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนได้รับมอบหมาย

9.3 กฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการ

- มีกฎ กติกา วาระการทำงาน การทำงานร่วมกันของคณะกรรมการ เช่น การจัดประชุม อย่างต่อเนื่อง ก่อนจะรับนักท่องเที่ยวและหลังรับนักท่องเที่ยวหรือจัดประชุมประจำเดือน

- มีการจัดสรรเงินรายได้เข้าส่วนกลางของชุมชนเพื่อสาธารณะประโยชน์ของชุมชน

- มีแนวทางในการทำงานของคณะกรรมการตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. มีหลักเกณฑ์การเปิดรับสมาชิกโฮมสเตย์
2. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
3. มีรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวการให้บริการและราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. มีแนวปฏิบัติในการจองบ้านพักและการชำระเงินล่วงหน้า

- มีแนวปฏิบัติของกลุ่ม เช่น การต้อนรับร่วมกัน การให้ข้อมูล การจัดลำดับกิจกรรม การดูแลความปลอดภัย การติดตาม และประเมินผล เป็นต้น

9.4 มีการจ่ายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

- มีแนวปฏิบัติหมุนเวียนการให้บริการ เช่น บ้าน รถ เรือ มัคคุเทศก์
- มีระบบการคิดราคาที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม
- มีการจัดสรรรายได้เข้ากองทุนชุมชน

9.5 ระบบการจองการลงทะเบียนและการมัดจำล่วงหน้า

- มีระบบการจองล่วงหน้า

- มีการลงทะเบียนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมการและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

- มีการชำระเงินล่วงหน้าในอัตราส่วนที่ทางกลุ่มเป็นผู้กำหนด

9.6 รายละเอียดของค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน

- มีการระบุค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบันไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว ซึ่งอาจจะคิดเป็นรายคนหรือคิดในลักษณะเหมาจ่าย เป็นต้น

มาตรฐานที่ 10 ด้านประชาสัมพันธ์

10.1 เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน

- มีคู่มือ แผ่นพับ แผนที่การเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวราคาและสถานที่ติดต่อ

10.2 แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

- มีเป้าหมายแผนงานการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

2.5.1 ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐาน

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้พัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน ปี พ.ศ. 2557 มีโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินและได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ซึ่งรับรองโดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 140 แห่ง ครอบคลุม ทุกภูมิภาคของประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยในประเทศไทย

กาญจนา สุคันธสิริกุล (2558) งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานใน จังหวัดนครราชสีมา 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของ โฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา และ 3) เพื่อให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มผู้รู้ จำนวน 9 ราย กลุ่มผู้ปฏิบัติจำนวน 32 ราย และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 25 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เชิง เนื้อหาผลการวิจัย พบว่า 1) โฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีศักยภาพการตลาดบริการ ครอบคลุมทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ ตามกรอบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 2) ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ได้แก่ การปรับปรุงคุณภาพของที่พักและบริการยังสู้กับเอกชนไม่ได้ การปรับราคาไม่สามารถทำได้ง่ายนักเนื่องจากมีราคาใกล้เคียงกับคู่แข่งสถานที่ตั้งของกลุ่มโฮมสเตย์ตั้งอยู่ในพื้นที่ชนบทการเดินทางไม่สะดวกในบางฤดูกาลช่องทางการใช้ในการติดต่อส่วนใหญ่ผ่านทางโทรศัพท์ บางครั้งไม่สามารถติดต่อได้ การส่งเสริมการตลาดยังคงอาศัยหน่วยงานจากภาครัฐช่วยเหลือในการจัดทำใบปลิวและฝากเว็บไซต์ไว้กับหน่วยงานต่างๆ บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้และมีจำนวนไม่เพียงพอในการบริการนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ ชุมชนบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการดำเนินงานหรือการสร้างรายได้จาก บริการอื่นๆ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นพื้นที่ชนบท ห่างไกลสิ่งอำนวยความสะดวก บ้านพักและสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้กันการเดินทางจึงต้องใช้เวลามาก 3) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์สมาชิกควรมีการพัฒนาที่พักให้มีมาตรฐานอยู่เสมอ มองหาอัตลักษณ์ของกลุ่มเพื่อสร้างความแตกต่างด้านบริการ เช่น อาหาร กิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งได้ทั้งนี้ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อให้มากขึ้นเช่น website email หรือกลุ่มต่างๆ ควรเพิ่มป้ายบอกทางให้ชัดเจน ส่วนการส่งเสริมการตลาดควรคิดราคาโดยรวมหลายๆอย่างให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวการหาทางร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากรควรส่งเสริมให้สมาชิกเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และสามารถสื่อสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้เกิดความรู้ในการบริหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารทบทวนเนื้อหาสำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 พักผ่อน นันทนาการ สถานที่ทำกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชนและสถานที่ให้สะอาดและปลอดภัย
 ไม่มีการเปิดเผย ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อแหล่งอื่นและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากนำไปใช้

การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

เปรมปรีดา ทองลา (2559) งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาโฮมสเตย์จังหวัดจันทบุรี ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษา โฮมสเตย์ จังหวัดจันทบุรีโดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อสำรวจบริบทพื้นที่โฮมสเตย์ จังหวัดจันทบุรี 2. เพื่อศึกษาการพัฒนาโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จังหวัดจันทบุรี และ 3. เสนอแนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จังหวัดจันทบุรี ระเบียบวิธีวิจัย งานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิง คุณภาพประกอบไปด้วยการศึกษาภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth interview) และการสำรวจเชิงพื้นที่ (Area Frame Survey) จากนั้นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษา พบว่า 1. ชาวไทย โฮมสเตย์ เน้นจิตบริการ และวิถี ชีวิตแบบดั้งเดิมไม่ถือว่าการทำโฮมสเตย์ คือ ธุรกิจ 2. ชาวบวชโฮมสเตย์ เน้นการต้อนรับที่อบอุ่น ยิ้ม ทักทาย และบริการที่ประทับใจ และดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวเหมือนญาติ 3. แหลมสิงห์ โป๊ะเฮ้าส์ โฮมสเตย์ เน้นความยืดหยุ่น แต่ต้องปฏิบัติตามกฎและกติกาที่ต้องไว้ร่วมกัน

กนกรัตน์ ดวงพิบูล (2561) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ในจังหวัดน่าน 2) วิเคราะห์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ในจังหวัดน่าน 3) ศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของโฮมสเตย์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน การวิจัยนี้เป็นการวิจัย ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในเชิงปริมาณได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในชุมชน จำนวน 45 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในเชิงคุณภาพมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี เช่น การสังเกตและการสนทนาแบบไม่เป็นทางการ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการโฮมสเตย์ใช้การสุ่มแบบเจาะจงจาก 3ชุมชนชุมชนละ10 คน รวม 30 คน และใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา(Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประกอบด้วย 7 ด้านได้แก่ 1) ด้านการเข้าถึงพื้นที่ทางการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ 2) ด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรมและรายการนำเที่ยว 5) ด้านทรัพยากร และสภาพแวดล้อม 6) ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย 7) ด้านการบริหารจัดการของกลุ่มโฮมสเตย์ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว 2) ด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านการไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริหารจัดการของกลุ่มโฮมสเตย์ตามลำดับ จากการวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์โดยการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด พบว่า จุดแข็งของกลุ่มโฮมสเตย์ ได้แก่ 1) ผู้นำกลุ่มมีภาวะผู้นำสูง 2) การดำเนินงานของกลุ่มมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน 3) มีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลาย 4) มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม 5) มีความปลอดภัยจุดอ่อน ได้แก่ 1) การสื่อสารกับชาวต่างชาติ 2) ขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 3) ขาดงบประมาณดำเนินงาน 4) บ้านพักไม่เพียงพอโอกาส ได้แก่ 1) กระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นที่นิยม 2) มีการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 3) การดำเนินวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ส่วนอุปสรรค ได้แก่ 1) การแข่งขันธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีมากขึ้น 2) ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง 3) เส้นทางคมนาคมเข้าชุมชนไม่ค่อยสะดวกแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของโฮมสเตย์ ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพของชุมชน การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร ผู้นำกลุ่ม การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การกระจายรายได้ ให้คนในท้องถิ่นและการสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยว ความต้องการของ ชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

ฉัตรพร แสงพิรุณ (2558) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดบริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดบริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสำหรับสถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการมาพักโฮมสเตย์ คือ จองบ้านพักโฮมสเตย์ทางโทรศัพท์ (ร้อยละ 56.80) เดินทางมาพักโฮมสเตย์โดยรถยนต์ส่วนบุคคล (ร้อยละ 91.40) มาพักโฮมสเตย์กับเพื่อน (ร้อยละ 59.70) มีความประทับใจบรรยากาศธรรมชาติริมน้ำมากที่สุด (ร้อยละ 75.50) จะกลับมาเที่ยวที่นี่เมื่อมีโอกาสไม่เคยมาเที่ยวที่นี่เลยและต้องการแนะนำให้เพื่อนมาเที่ยวที่นี่ (ร้อยละ 98.60) มีความพึงพอใจต่อการจัดบริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านจัดเตรียมที่พัก ด้านการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการจัดการความปลอดภัย ด้านการจัดระบบการจองที่พัก และด้านการต้อนรับและการลงทะเบียน เข้าพัก อยู่ในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ย () เท่ากับ 4.10 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.746

กฤตยา เตยโพธิ์ (2561) การท่องเที่ยวโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีทรัพยากร การท่องเที่ยว เช่น น้ำตก ภูเขา วัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชนที่มีส่วนร่วมอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรเพื่อความยั่งยืนของชุมชนการวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา 1) ความจำเป็นของการจัดการการท่องเที่ยววัฒนธรรมโฮมสเตย์ 2) สภาพปัจจุบัน ปัญหา การจัดการการท่องเที่ยวไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฮมสเตย์ 3) การพัฒนารูปแบบวัฒนธรรมโฮมสเตย์ โดยชุมชน พื้นที่วิจัยคือ 3 ตำบลในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เก็บข้อมูลจากเอกสาร และภาคสนามด้วยวิธีการสำรวจ สังเกต สัมภาษณ์ สันทนาการ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 120 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า และเสนอผลการวิจัยโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า โฮมสเตย์ในพื้นที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 มีความเกี่ยวข้องกับคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยววิถีการดำเนินชีวิตเป็นสังคม ที่เรียบง่ายปลอดภัยมุ่งเน้นการดำรงชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและท่องเที่ยว แบบสัมผัสธรรมชาติที่พักโฮมสเตย์ทั้งสามแห่งมีปัญหาด้านการสาธารณูปโภคสภาพแวดล้อมภายในบริเวณบ้านพักการเดินทางควรได้รับการส่งเสริมจากองค์กรปกครอง

จนศ เฮ่ประโคน (2559) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จโฮมสเตย์พื้นที่ในประเทศไทย ประชาคมอาเซียน กลุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ภายใต้คุณสมบัติ โฮมสเตย์พื้นที่เป็นต้นแบบและได้มาตรฐานระดับภูมิภาคอาเซียน และการคัดเลือกแบบ เฉพาะเจาะจงโดยตัวแทนผู้เชี่ยวชาญด้านโฮมสเตย์จากภาครัฐ ได้กลุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์คือ โฮมสเตย์ บ้านแม่กำปอง ประเทศไทย โฮมสเตย์จิปัด ประเทศกัมพูชา และ โฮมสเตย์วาโลโตโกว ประเทศ มาเลเซีย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 719 คน ให้ข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการ รับรู้คุณค่าปัจจัยความสำเร็จโฮมสเตย์พื้นที่ในประเทศไทยประชาคมอาเซียน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแบบสหสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ปรากฏผลลัพธ์เป็นแบบจำลองการวัดปัจจัยความสำเร็จโฮมสเตย์พื้นที่ในประเทศไทยประชาคม อาเซียนในแต่ละแห่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญสูงสุดในโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง คือ ด้านการจัดการโดยรวม รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมและวิถีชีวิต ด้านการปฏิสัมพันธ์และความ ปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักและสุขอนามัยตามลำดับ ปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญสูงสุดในโฮมสเตย์จิปัด คือ ด้านการปฏิสัมพันธ์รองลงมาคือ ด้านการจัดการด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมและการรักษาสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสุขอนามัย ด้านการจัดการด้านการตลาดและเศรษฐกิจชุมชน และด้านที่พักที่ให้บริการวิถีชีวิตพื้นที่และ มีความปลอดภัยเรียงตามลำดับ ปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญสูงสุดที่สุดในโฮมสเตย์วาโลโตโกว คือ ด้านธรรมเนียมวิถีปฏิบัติ รองลงมาคือ ด้านการจัดการด้านการตลาด ด้านกิจกรรม ด้านการจัดการ

วรารณ สุขแสนชนานันท์ (2559) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการโฮมสเตย์ในเกาะยอ ผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยความคาดหวัง และความพึงพอใจในปัจจัยทางด้านตลาด 7P ของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการโฮมสเตย์ในเกาะยอ อยู่ในระดับมาก แต่คะแนนความพึงพอใจมีค่าต่ำกว่าคะแนนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความหวังทั้งในภาพรวม และปัจจัยย่อย โดยที่คะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในช่วง 3.75 3.97 คะแนน ส่วนคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในช่วง 3.40 3.79 คะแนน

2.6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Anak Agung Ngurah Aritama (2021) การพัฒนาอาคารท่องเที่ยวที่มีผลกระทบหลายประการต่อแนวปฏิบัติดั้งเดิมของชาวบาหลิ รวมถึงบ้านของชาวบาหลิดั้งเดิม นับตั้งแต่กิจกรรมการท่องเที่ยวของบาหลิเพิ่มขึ้น บ้านแบบดั้งเดิมของชาวบาหลิที่ไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงวิธีการพักพิงแต่ยังมีความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อนได้กลายเป็นเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงนี้มักจะทำให้ความหมายและค่านิยมของมันจืดจางลง แม้ว่าชาวบาหลิจะพยายามรักษาวัฒนธรรมของตนไว้เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ปรากฏการณ์นี้เป็นความท้าทายทางสถาปัตยกรรมสำหรับผู้คนในการผลิตการออกแบบที่เป็นนวัตกรรมของบ้านที่ได้รับการเปลี่ยนแปลง บทความนี้ใช้วิธีการสำรวจเชิงพรรณนาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์งานภาคสนามและการสอบสถาปัตยกรรมใน Taro, Kendran และ Ubud บทความนี้สำรวจการออกแบบที่เป็นนวัตกรรมใหม่ซึ่งไม่เพียงแต่สามารถรองรับการทำงานแบบดั้งเดิมของบ้านเท่านั้น แต่ยังตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยวอีกด้วย หลายส่วนของบ้านมีการสร้างศาลาทางเลือกรูปแบบ เช่น ในสวนหลังบ้าน ติดกับศาลาเก่า หรือโดยการรื้อศาลาเก่า

Yong Chen and Xiang (Robert) Li (2018) เรื่อง จุดหมายปลายทางที่มีความสุขทำให้คุณมีความสุขหรือไม่ หลักฐานจากสวิสเซอร์แลนด์ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความสุขของนักท่องเที่ยวโดยการตรวจสอบจุดหมายปลายทางที่เจาะจงว่าความสุขคืออะไรสร้างขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวผ่านพฤติกรรมการเดินทางที่ปลายทาง สร้างขึ้นจากทฤษฎีการรับรู้ไหลของความสุขเราได้พัฒนารูปแบบความสุขของนักท่องเที่ยวซึ่งกำหนดโดยจุดหมายปลายทาง สภาพแวดล้อม และคุณภาพการบริการและเป็นสื่อกลางโดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในชีวิต รุ่นนี้ได้รับการทดสอบโดยใช้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวเขา 1,048 คนในสวิตเซอร์แลนด์ในปี 2558 เราพบว่าภาพปลายทางคือสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในชีวิต eudaimonia และผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ ไม่มีหลักฐานชี้ให้เห็นผลของคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจในชีวิตและผลกระทบในทางลบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพึงพอใจในชีวิตส่วนใหญ่สามารถทำนาย eudaimonia 24 และผลกระทบเชิงบวกและลบ นอกจากนี้เรายังค้นพบว่าผลกระทบเชิงลบได้รับการอธิบายไม่ดีกว่า สิ่งก่อนหน้าในบริบทการท่องเที่ยวซึ่งบ่งบอกว่านักท่องเที่ยวไม่เต็มใจที่จะเชื่อมโยงประสบการณ์การเดินทางของพวกเขาจะส่งผลเสีย

Han-Shen Chen และคณะ (2020) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินประสิทธิภาพการบริการนักท่องเที่ยวชาวเขาโดยใช้การวิเคราะห์ห่อหุ้มข้อมูลการพัฒนาการท่องเที่ยวชาวเขาที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนจำเป็นต้องมีในระยะยาวมุ่งมั่นสมดุลระหว่างอุปทานการท่องเที่ยวและ ความไม่เท่าเทียมกันใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการของนักท่องเที่ยว การศึกษานักท่องเที่ยว การประเมินประสิทธิภาพของคุณภาพ บริการ การท่องเที่ยวในไต้หวันด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลต่อผู้ (DEA) โดยใช้โครงสร้างอินพุตและเอาต์พุตเพื่อประเมินประสิทธิภาพคุณภาพการบริการ เชิงประจักษ์ผลการประเมินประสิทธิภาพเชิงเทคนิคพบว่า (1) ตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการแข่งขัน แต่ยังต้องการปรับปรุงสำหรับบริการการท่องเที่ยว (2) นักท่องเที่ยวชาวจีนแผ่นดินใหญ่มีคะแนนสูงสุดในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งหมดตามด้วยนักท่องเที่ยวฮ่องกงและมาเก๊า นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นและนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ และ (3) เกาหลีใต้นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงกว่าคนอื่น ๆ แต่รู้สึกพึงพอใจน้อยกว่ากับบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งถือได้ว่าไม่มีประสิทธิภาพ นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางลดลงแต่มีระดับความพึงพอใจที่สูงกว่าซึ่งถือว่ามีประสิทธิภาพโดยอิงจากดัชนีอินพุตและเอาต์พุตผลการวิจัยอาจนำไปสู่การเชื่อมต่อว่างระหว่างการวิจัย และการปฏิบัติในการประเมินประสิทธิภาพของการบริการนักท่องเที่ยวเข้าสู่ผู้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวควรตระหนักถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและความสนใจเนื่องจากสิ่งเหล่านี้ถือเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการปรับปรุงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไต้หวันเสนอบริการ

เราะห์มาน โมบาชาร์ (2021) การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบนี้ออกแบบมาเพื่อประเมินสถานะความรู้ในปัจจุบันของโฮมสเตย์ในชนบทและวรรณกรรมทางวิชาการด้านการท่องเที่ยว ด้วยการอ้างอิงถึงรายการรายงานที่ต้องการสำหรับบทวิจารณ์อย่างเป็นระบบและผังงานการวิเคราะห์เมตา (PRISMA) เราได้ทบทวน การทบทวนของเราสำรวจว่าโฮมสเตย์ในชนบทที่ยั่งยืนเป็นอย่างไรมาก่อน การวิจัยในแง่ของบริบท หัวข้อ ตัวอย่าง วิธีการ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และกรอบทฤษฎี การทบทวนนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความยั่งยืนและการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในชนบทจากมุมมองของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นร่วมกัน นอกเหนือจากการเน้นเนื้อหาอันมีค่าที่ผู้เขียนกล่าวถึงและแนะนำทิศทางการวิจัยในอนาคต ในบริบทการท่องเที่ยวในชนบทอย่างยั่งยืน มีเพียง 51% ของการศึกษาที่ผ่านการตรวจสอบแล้วที่ถือว่าโฮมสเตย์เป็นประเด็นหลักและเป็นอิสระในการสอบถาม การทบทวนนี้ตั้งข้อสังเกตว่านักวิจัยจากประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากขึ้นกำลังทำงานเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในชนบทที่มีชุมชนเป็นฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก น่าเสียดายที่หัวข้อสำคัญ เช่น การสร้างแบรนด์โฮมสเตย์ โฮมสเตย์และผู้ประกอบการ โฮมสเตย์และความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) การฝึกอบรมและการพัฒนาของผู้ดำเนินการโฮมสเตย์เกี่ยวกับความยั่งยืนนั้นไม่ค่อยได้รับการกล่าวถึงในเอกสารที่มีอยู่

Jurnal Ilmiah (2021) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบความเข้าใจของผู้ให้บริการโฮมสเตย์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ การออกแบบการวิจัยของการศึกษาครั้งนี้เป็นเชิงพรรณนาเชิงปริมาณ โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ให้กับผู้ให้บริการโฮมสเตย์ที่หมู่บ้านเหลียงดารา ลาน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ วน บาใจ โดยมีปัจจัยในการวิเคราะห์ได้แก่ 1) การให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว 2) สุขภาพและ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุขอนามัย 3) จิตวิทยาของ บริการ 4) บริการแขกและภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า 84,9% ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของสุขอนามัยและสุขอนามัย ภาษาอังกฤษในการสื่อสารแสดงให้เห็นว่าประมาณ 78,2% ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นการสื่อสารในชีวิตประจำวันกับแขกต่างชาติ การขาดปฏิสัมพันธ์นี้เนื่องจากผลกระทบของจิตวิทยาการบริการ (8%) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความมั่นใจน้อยกว่าที่จะมีปฏิสัมพันธ์ ในขณะที่ปัจจัยที่แสดงโดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความตระหนักอย่างมาก เช่น ความตระหนักด้านการท่องเที่ยว (100%) และผู้ตอบแบบสอบถาม 86,9% ได้แสดงความตระหนักในการบริการ การให้คุณภาพของบริการเป็นสิ่งที่จำเป็นจากผู้ตอบแบบสอบถามในการตระหนักถึงปัจจัยเหล่านี้

สรุป

ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเพื่อทำให้กิจการอยู่รอดหรืออาจเรียกได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการตลาดมากเพราะการที่จะเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องนั้น จะต้องสร้างสรรค์ส่วนประสมทางการตลาด “ธุรกิจนำเที่ยว” หมายความว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวหรือเดินทางไปที่วัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีการบริการหรืออำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง การจ้ดนำเที่ยวในธุรกิจโฮมสเตย์ จึงต้องได้รับใบอนุญาตดำเนินการจากนายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวสาขาที่มีอำนาจ โดยยื่นคำขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวประเภทเฉพาะพื้นที่ สามารถดำเนินการนำเที่ยวได้ภายในจังหวัดที่ได้รับอนุญาตและพื้นที่ที่ติดต่อกันขึ้นขึ้นมาในอัตราส่วนที่พอเหมาะส่งเสริมให้สมาชิกเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และสามารถสื่อสารแก่ นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้เกิดความรู้ในการบริหาร การดำเนินงานและการให้บริการของโฮมสเตย์การพัฒนาสภาพแวดล้อมของโฮมสเตย์ เช่น สถานที่ พักผ่อน นั่งเล่น สถานที่ทำกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชนและสถานที่ให้สะอาดและปลอดภัย การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ชื่อผู้เขียน | ชื่อเรื่อง | ตัวแปรต้น | | ตัวแปรตาม | สมมุติฐาน | |
|---|---|-----------------|-------------------|---|-----------|-------|
| | | ปัจจัยส่วนบุคคล | การตลาด การบริการ | มาตรฐานโฮม สเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน | ข้อ 1 | ข้อ 2 |
| วรารักษ์ สุขแสน ชนานันท์ (2559) | เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการโฮมสเตย์ในเกาะยอ | | ✓ | | | ✓ |
| Anak Agung Ngurah Aritama (2021) | การพัฒนาภาคการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อแนวปฏิบัติดั้งเดิมของชาวบาหลิ | | | ✓ | | |
| Yong Chen and Xiang (Robert) Li (2018) | เรื่อง จุดหมายปลายทางที่มีความสุขทำให้คุณ มีความสุขหรือไม่ | | ✓ | | | ✓ |
| Han-Shen Chen และคณะ (2020) | การประเมินประสิทธิภาพการบริการ นักท่องเที่ยวขาเข้าโดยใช้การวิเคราะห์ห่อหุ้มข้อมูลการพัฒนาการท่องเที่ยวขาเข้าที่ประสบ ความสำเร็จและยั่งยืน จำเป็นต้องมีในระยะยาวมุ่งมั่นสมดุระหว่างอุปทานการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว | ✓ | | | ✓ | |
| เราะห์มาน โมบา ซาร์ (2021) | การทบทวนของเราสำรวจว่าโฮมสเตย์ในชนบทที่ยั่งยืน | | | ✓ | | ✓ |
| Jurnal Ilmiah(2021) | ความเข้าใจของผู้ให้บริการโฮมสเตย์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ | | | ✓ | | ✓ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ชื่อผู้เขียน | ชื่อเรื่อง | ตัวแปรต้น | | ตัวแปรตาม | สมมุติฐาน | |
|---|---|-----------------|-------------------|---|-----------|-------|
| | | ปัจจัยส่วนบุคคล | การตลาด การบริการ | มาตรฐานโฮม สเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน | ข้อ 1 | ข้อ 2 |
| วรารักษ์ สุขแสน ชนานันท์ (2559) | เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการโฮมสเตย์ในเกาะยอ | | ✓ | | | ✓ |
| Anak Agung Ngurah Aritama (2021) | การพัฒนาภาคการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อแนวปฏิบัติดั้งเดิมของชาวบาหลิ | | | ✓ | | |
| Yong Chen and Xiang (Robert) Li (2018) | เรื่อง จุดหมายปลายทางที่มีความสุขทำให้คุณ มีความสุขหรือไม่ | | ✓ | | | ✓ |
| Han-Shen Chen และคณะ (2020) | การประเมินประสิทธิภาพการบริการ นักท่องเที่ยวขาเข้าโดยใช้การวิเคราะห์ห่อหุ้มข้อมูลการพัฒนาการท่องเที่ยวขาเข้าที่ประสบ ความสำเร็จและยั่งยืน จำเป็นต้องมีในระยะยาวมุ่งมั่นสมดุระหว่างอุปทานการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว | ✓ | | | ✓ | |
| เราะห์มาน โมบา ชาร์ (2021) | การทบทวนของเราสำรวจว่าโฮมสเตย์ในชนบทที่ยั่งยืน | | | ✓ | | ✓ |
| Jurnal Ilmiah(2021) | ความเข้าใจของผู้ให้บริการโฮมสเตย์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ | | | ✓ | | ✓ |

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร โดยทำการศึกษาตามวิธีในการดำเนินการศึกษากำหนดขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 การออกแบบการวิจัย
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การออกแบบการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำแนกออกเป็นตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ดังนี้

3.2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่

3.2.1.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้หลักต่อเดือน

3.2.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วย ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านอ้อยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก ด้านรายการนำเที่ยว เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการประชาสัมพันธ์

3.3 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประชากร (population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชากรนักท่องเที่ยวที่ศึกษาชาวไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร จำนวนทั้งสิ้น 647,861 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

3.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n) ประชากร นักท่องเที่ยวที่ศึกษาชาวไทยในพื้นที่จังหวัดชุมพร จำนวน 647,861 คน ที่มีจำนวนที่แน่นอน ใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan, 1970 มีระดับความเชื่อมั่น 0.95 หรือ มีระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ขนาดประชากร จำนวน 647,861 คน

สูตร
$$n = \frac{x^2 N p (1 - p)}{e^2 (N - 1) + x^2 p (1 - p)}$$

กำหนดให้ n คือ จำนวนหรือขนาดของตัวอย่าง
N คือ จำนวนหรือขนาดของประชากร (647,861 คน)
 e^2 คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)
P คือ สัดส่วนของประชากร กำหนดให้เป็น 0.5 สำหรับขนาดของตัวอย่าง มากที่สุด
 x^2 คือ การแจกแจงของ Z เป็นค่าไคสแควร์ (Chi-square Value) ที่ 1 Degree of freedom เปิดตารางได้ 3.841

$$n = \frac{(3.841)(647,861)(0.5)(1-0.5)}{0.05^2(647,861)+3.841(0.5)(1-0.5)}$$

$$n = \frac{622,108.53}{1,620.61}$$

$$n = 383.87$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 384 คน และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - stage Sampling)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้หลักต่อเดือน โดยมีลักษณะของข้อคำถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วย ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าบ้านและสมาชิก ด้านรายการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชนอำเภอปะทิว ที่เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่นอกเหนือจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1-3

โดยเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถาม ในแต่ละด้านใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) เป็นระดับตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนน ดังนี้

| | |
|---------------------------|------------------|
| ระดับความคิดเห็นมากที่สุด | กำหนดให้ 5 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นมาก | กำหนดให้ 4 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นปานกลาง | กำหนดให้ 3 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อย | กำหนดให้ 2 คะแนน |
| ระดับความคิดเห็นน้อยมาก | กำหนดให้ 1 คะแนน |

ในการสร้างเครื่องมือ ผู้จัดทำได้สร้างเครื่องมือตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.4.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.4.2 ศึกษาวิธีสร้างเครื่องมือ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ 5 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ระดับ 3 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ต่อสาธารณะและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับ 1 คือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด
จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{(\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} \\ \text{ดังนั้น ช่วงคะแนน} &= 0.8 \end{aligned}$$

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อยที่สุด

3.4.3 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร

3.4.4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแนะนำแก้ไข และปรับปรุง

3.4.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาของการจัดทำโครงการพิเศษ จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน มีรายชื่อในภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาถึงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากนั้นนำค่า

คะแนนมาใช้แทนสูตร

$$IOC = \frac{\sum x}{n}$$

โดย $\sum X$ หมายถึง ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

3.4.6 ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงแล้วและทดลองใช้แบบสอบถาม (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) และพิจารณาค่า Reliability หากมีค่า 0.7 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.973 และเมื่อพิจารณาค่า ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ทุกข้อ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้เชื่อถือได้และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างได้

3.4.7 หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำโครงการต่อไป

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ผู้วิจัย ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 384 คน

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด (Close ended question) เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และทราบถึงข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 384 ชุด กับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามแผนการสุ่ม โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.5.1.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน

3.5.1.2 เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

3.5.1.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่าง ๆ และเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณรายละเอียด ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้หลักต่อเดือน การประมวลผลทางสถิติ เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

3.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วย ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก ด้านรายการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการประชาสัมพันธ์

3.6.3.1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ซึ่งการบอกระดับ หรือขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กัน ในระดับสูงแต่ 35 หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย หรือไม่มีเลยสำหรับการพิจารณา ค่า ระดับความคิดเห็นโดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่า r ระดับของความสัมพันธ์

.90 - 1.00 มีระดับความคิดเห็นสูงมาก

.70 - .90 มีระดับความคิดเห็นสูง

.50 - .70 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

.30 - .50 มีระดับความคิดเห็นต่ำ

.00 - .30 มีระดับความคิดเห็นต่ำมาก

เครื่องหมาย +,- หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวหนึ่ง จะมีค่าสูงไปด้วย) r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

3.6.3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปสมมติฐานวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวและตัวแปรตามที่มีระดับการวัดประเภท

ช่วง (Interval Scale) โดยใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ในการนำเสนอในรูปแบบของตาราง ประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับตามหัวข้อเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้หลักต่อเดือน โดยมีลักษณะของข้อคำถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วย ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก ด้านรายการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชนอำเภอปะทิว ที่เป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ นอกเหนือจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1-3

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้หลักต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อการอธิบายของกลุ่มตัวอย่างโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|------------|------------|
| ชาย | 154 | 40.10 |
| หญิง | 230 | 59.90 |
| รวม | 384 | 100 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.90 รองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|------------|------------|
| อายุไม่เกิน 20 ปี | 102 | 26.60 |
| 21 – 30 ปี | 137 | 35.70 |
| 31 – 40 ปี | 105 | 27.30 |
| 40 ขึ้นไป | 40 | 10.40 |
| รวม | 384 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี มีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 อายุอายุไม่เกิน 20 ปีมีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 และมีอายุ 40 ขึ้นไป มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|------------|------------|
| โสด | 174 | 45.30 |
| สมรส | 186 | 48.40 |
| หย่าร้าง/หม้าย | 24 | 6.30 |
| รวม | 384 | 100 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 รองลงมาสถานภาพโสด จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|------------|
| ประถมศึกษา | 19 | 4.70 |
| มัธยมศึกษา | 98 | 25.50 |
| ปริญญาตรี | 176 | 45.80 |
| ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 39 | 10.20 |
| สายอาชีพ ปวช/ปวส | 53 | 13.80 |
| รวม | 384 | 100 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงระดับการศึกษาสายอาชีพ ปวช/ปวส จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 รองลงคือระดับการศึกษาคือ ปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 และระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|------------|------------|
| ข้าราชการ | 36 | 9.40 |
| นักเรียน นักศึกษา | 69 | 25.00 |
| รับจ้างทั่วไป | 60 | 15.60 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 72 | 18.60 |
| เกษตรกร | 60 | 15.60 |
| พนักงานบริษัท | 60 | 15.60 |
| รวม | 384 | 100 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 รองลงมาคือ อาชีพนักเรียน นักศึกษา มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อาชีพรับจ้างทั่วไป อาชีพเกษตรกร อาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวน 60 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.60 อาชีพข้าราชการ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

| รายได้หลักต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 79 | 20.60 |
| 10,000 – 15,000 บาท | 164 | 42.70 |
| 15,000 – 20,000 บาท | 81 | 21.10 |
| มากกว่า 40,000 บาท | 60 | 15.60 |
| รวม | 384 | 100 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ดังนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-----------|--------------------------|----------|
| 1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ | 3.76 | 0.46 | มาก |
| 1.2 คุณภาพของที่พักรโฮมสเตย์ | 3.73 | 0.49 | มาก |
| 1.3 กิจกรรมต้อนรับ | 3.70 | 0.48 | มาก |
| รวม | 3.72 | 0.30 | มาก |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D = 0.30) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.76$, S.D = 0.46) รองลงมาคือ คุณภาพของที่พักรโฮมสเตย์ ($\bar{X} = 3.73$, S.D = 0.49) และ กิจกรรมต้อนรับ ($\bar{X} = 3.70$, S.D = 0.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านราคา

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านราคา | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-----------|--------------------------|----------|
| 2.1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสม | 3.88 | 0.43 | มาก |
| 2.2 ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม | 3.74 | 0.46 | มาก |
| 2.3 ราคาค่าบริการต่างๆมีความเหมาะสม | 3.74 | 0.47 | มาก |

เอกสารนี้เป็นลิขสิทธิ์ที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขตัดแปลงเนื้อหาและต้องส่งถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกา
รวม 3.78 0.30 มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ด้านราคา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.78, S.D = 0.30) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาห้องพักมีความเหมาะสม (\bar{X} = 3.88, S.D = 0.43) รองลงมา ราคาห้องพักมีความเหมาะสม (\bar{X} = 3.74, S.D = 0.47) และราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม (\bar{X} = 3.74, S.D = 0.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 3.1 สามารถติดต่อจองที่พักทางโทรศัพท์ ได้ | 3.79 | 0.43 | มาก |
| 3.2 สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อ ออนไลน์ | 3.78 | 0.52 | มาก |
| 3.3 ทราบจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน | 4.45 | 0.63 | มากที่สุด |
| รวม | 4.00 | 0.30 | มาก |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.00, S.D = 0.30) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทราบจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน (\bar{X} = 4.45, S.D = 0.63) รองลงมาคือ สามารถติดต่อจองที่พักทางโทรศัพท์ได้ (\bar{X} = 3.79, S.D = 0.43) และ สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ (\bar{X} = 3.78, S.D = 0.52) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 4.1 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต | 3.98 | 0.57 | มาก |
| 4.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านป้าย ประชาสัมพันธ์ | 3.64 | 1.01 | มาก |
| 4.3 โฮมสเตย์มีกิจกรรมต่างๆให้แก่ ผู้ใช้บริการ | 4.34 | 0.55 | มากที่สุด |
| รวม | 3.98 | 0.47 | มาก |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D = 0.47) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ โฮมสเตย์มีกิจกรรมต่างๆให้แก่ผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.34$, S.D = 0.55) รองลงมา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.98$, S.D = 0.57) และ ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.64$, S.D = 1.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านบุคลากร

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านบุคลากร | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 5.1 ชาวบ้านในหมู่บ้านมีอัธยาศัยดีเป็น กันเอง | 3.89 | 0.48 | มาก |
| 5.2 ผู้ประสานงานมีความพร้อมและ อธิบายได้อย่างชัดเจน | 4.41 | 0.59 | มากที่สุด |
| 5.3 มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้และ ความสามารถบรรยายให้เห็นภาพ | 3.84 | 0.48 | มาก |
| รวม | 4.04 | 0.33 | มาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านบุคลากร ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.04, S.D = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ประสานงานมีความพร้อมและอธิบายได้อย่างชัดเจน (\bar{X} = 4.41, S.D = 0.59) รองลงมา ชาวบ้านในหมู่บ้านมีอัธยาศัยดีเป็นกันเอง (\bar{X} = 3.89, S.D = 0.48) และ มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้ และความสามารถบรรยายให้เห็นภาพ(\bar{X} = 3.84, S.D = 0.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการตลาด บริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านกระบวนการ

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านกระบวนการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------|
| 6.1 ความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก | 3.88 | 0.44 | มาก |
| 6.2 ความพร้อมของที่พักรโฮมสเตย์ | 4.26 | 0.60 | มากที่สุด |
| 6.3 ความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน | 4.15 | 0.61 | มาก |
| 6.4 ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรม ต่างๆ | 4.08 | 0.55 | มาก |
| 6.5 มีกระบวนการการเข้าพักรวดเร็วไม่ซับซ้อน | 4.33 | 0.58 | มากที่สุด |
| รวม | 4.13 | 0.30 | มาก |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านกระบวนการ ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.13, S.D = 0.30) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีกระบวนการการเข้าพักรวดเร็วไม่ซับซ้อน (\bar{X} = 4.33, S.D = 0.58) รองลงมาคือความ พร้อมของที่พักรโฮมสเตย์ (\bar{X} = 4.26, S.D = 0.60) รองลงมาคือความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.61) ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ (\bar{X} = 4.08, S.D = 0.55) และ ความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก (\bar{X} = 3.88, S.D = 0.44) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านลักษณะทางกายภาพ

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านลักษณะทางกายภาพ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------|
| 7.1 ความสะอาดของสถานที่พัก | 4.00 | 0.62 | มาก |
| 6.2 ความพร้อมของที่พักโฮมสเตย์ | 4.20 | 0.62 | มาก |
| 7.3 สถานที่พักมีความเหมาะสมกับการใช้ บริการ | 4.18 | 0.63 | มาก |
| 7.4 ความกว้างของพื้นที่ภายในโฮมสเตย์ | 4.11 | 0.55 | มาก |
| 7.5 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย | 4.18 | 0.57 | มาก |
| รวม | 4.13 | 0.35 | มาก |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D = 0.35) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความพร้อมของที่พักโฮมสเตย์ ($\bar{X} = 4.20$, S.D = 0.62) รองลงมาสถานที่พัก มีความเหมาะสมกับการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.63) รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.57) รองลงมาคือ ความกว้างของพื้นที่ภายในโฮมสเตย์ และ ด้านความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.11$, S.D = 0.55) และ ความสะอาดของสถานที่ พัก ($\bar{X} = 4.00$, S.D = 0.62) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบไปด้วย ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านอรรถาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก ด้านรายการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับทำการแปลผลระดับความคิดเห็นต่อ ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านที่พัก

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านที่พัก | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 1.1 โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่ง อย่างสวยงาม | 3.96 | 0.55 | มาก |
| 1.2 บริเวณโดยรอบของโฮมสเตย์มีความสะอาด | 4.20 | 0.58 | มาก |
| 1.3 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ | 4.19 | 0.61 | มาก |
| 1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์ มีความเหมาะสม | 4.08 | 0.53 | มาก |
| 1.5 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย | 4.00 | 0.67 | มาก |
| รวม | 4.08 | 0.32 | มาก |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านที่พักในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D = 0.32) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณโดยรอบของโฮมสเตย์มีความสะอาด ($\bar{X} = 4.20$, S.D = 0.58) รองลงมาโฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ ($\bar{X} = 4.19$, S.D = 0.61) รองลงมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.08$, S.D = 0.53) รองลงมาคือมีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย ($\bar{X} = 4.00$, S.D = 0.67) และ โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม ($\bar{X} = 3.96$, S.D = 0.55) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอาหาร

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอาหาร | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------------|
| 2.1 การให้บริการอาหาร | 4.17 | 0.64 | มาก |
| 2.2 อาหารมีความหลากหลาย | 4.33 | 0.57 | มากที่สุด |
| 2.3 อาหารรสชาติอร่อย | 4.37 | 0.62 | มากที่สุด |
| 2.4 ภาชนะที่ใส่อาหารมีความสะอาดปลอดภัย เพียงพอต่อความต้องการ | 4.26 | 0.56 | มากที่สุด |
| รวม | 4.28 | 0.41 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.15 พบว่า มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอาหาร ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D = 0.41) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ อาหารรสชาติอร่อย ($\bar{X} = 4.37$, S.D = 0.62) รองลงมาคืออาหารมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 4.33$, S.D = 0.57) รองลงมาคือ ภาชนะที่ใส่อาหารมีความสะอาดปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 4.26$, S.D = 0.56) และ การให้บริการอาหาร ($\bar{X} = 4.17$, S.D = 0.64) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐาน
โฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านความปลอดภัย

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านความปลอดภัย | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 3.1 เส้นทางต่างๆ มีความปลอดภัย | 4.12 | 0.53 | มาก |
| 3.2 การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมี ประสิทธิภาพ | 4.23 | 0.59 | มากที่สุด |
| 3.3 ผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านต่างๆ เป็น อย่างดี | 4.17 | 0.58 | มาก |
| 3.4 ชุมชนโดยรอบโฮมสเตย์มีความปลอดภัย | 4.23 | 0.59 | มากที่สุด |
| 3.5 มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐม พยาบาลเบื้องต้น | 4.19 | 0.57 | มาก |
| 3.6 กิจกรรมต่างๆมีความปลอดภัย | 4.25 | 0.56 | มากที่สุด |
| รวม | 4.19 | 0.33 | มาก |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านความปลอดภัยใน
ภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 6 ด้าน อยู่ใน
ระดับมากที่สุด ได้แก่ กิจกรรมต่างๆมีความปลอดภัย (\bar{X} = 4.25, S.D = 0.56) รองลงมาคือ การ
บริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพและชุมชนโดยรอบโฮมสเตย์มีความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย
เท่ากัน (\bar{X} = 4.23, S.D = 0.59) รองลงมาคือผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านต่างๆ เป็นอย่างดี
(\bar{X} = 4.17, S.D = 0.58) รองลงมาคือมีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
(\bar{X} = 4.19, S.D = 0.57) รองลงมาคือเส้นทางต่างๆ มีความปลอดภัย (\bar{X} = 4.12, S.D = 0.53) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 4.1 การสอนกิจกรรมวิถีชุมชนให้นักท่องเที่ยว | 3.99 | 0.61 | มาก |
| 4.2 การพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสกับวิถีชุมชน นั้นๆ | 4.19 | 0.61 | มาก |
| 4.3 มีการต้อนรับอย่างเป็นกันเอง | 4.16 | 0.62 | มาก |
| รวม | 4.19 | 0.33 | มาก |

จากตารางที่ 4.17 พบว่า มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสกับวิถีชุมชนนั้นๆ ($\bar{X} = 4.19$, S.D = 0.61) รองลงมา มีการต้อนรับอย่างเป็นกันเอง ($\bar{X} = 4.16$, S.D = 0.62) และการสอนกิจกรรมวิถีชุมชนให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.99$, S.D = 0.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ชุมชน | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------|
| 5.1 ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการ ของลูกค้า | 4.04 | 0.60 | มาก |
| 5.2 ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีไมตรีต่อลูกค้า | 4.16 | 0.63 | มาก |
| 5.3 ผู้ให้บริการสามารถจดจำบริการที่ลูกค้า ต้องการได้ | 4.15 | 0.61 | มาก |
| 5.4 การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี แก่ชุมชน | 4.13 | 0.59 | มาก |
| รวม | 4.11 | 0.40 | มาก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น อนุญาตให้ผู้ใช้ประโยชน์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.18 พบว่า มาตรฐานโสมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการสร้างคุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.11, S.D = 0.40) เมื่อพิจารณา รายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีไมตรี ต่อลูกค้า (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.63) รองลงมาผู้ให้บริการสามารถจดจำบริการที่ลูกค้าต้องการได้ (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.61) รองลงมาการส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน (\bar{X} = 4.13, S.D = 0.59) คือ และ ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า (\bar{X} = 4.04, S.D = 0.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐาน โสมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโสมสเตย์

| มาตรฐานโสมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโสมสเตย์ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------------|
| 6.1 การบริหารการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมี ประสิทธิภาพ | 4.18 | 0.51 | มาก |
| 6.2 ที่พักโสมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อติชมและ ปัญหาของลูกค้าเป็นอย่างดี | 4.31 | 0.61 | มากที่สุด |
| 6.3 ผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือกันในการ ยกระดับการการท่องเที่ยวในชุมชน | 4.26 | 0.59 | มากที่สุด |
| รวม | 4.25 | 0.37 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.19 พบว่า มาตรฐานโสมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านบริหารของกลุ่ม โสมสเตย์ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.25, S.D = 0.37) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ที่พักโสมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าเป็น อย่างดี (\bar{X} = 4.31, S.D = 0.61) รองลงมาผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือกันในการยกระดับการ การท่องเที่ยวในชุมชน (\bar{X} = 4.26, S.D = 0.59) และ การบริหารการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมีประสิทธิภาพ (\bar{X} = 4.18, S.D = 0.51) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการประชาสัมพันธ์

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการประชาสัมพันธ์ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------|
| 7.1 การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่านสื่อ ออนไลน์ต่างๆ | 4.05 | 0.60 | มาก |
| 7.2 นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ | 4.23 | 0.57 | มากที่สุด |
| รวม | 4.14 | 0.45 | มาก |

จากตารางที่ 4.20 พบว่า มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D = 0.45) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\bar{X} = 4.23$, S.D = 0.57) รองลงมาการนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ($\bar{X} = 4.05$, S.D = 0.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-------------|--------------------------|------------------|
| 8.1 การจัดการพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวอย่างมี ประสิทธิภาพ | 4.18 | 0.52 | มาก |
| 8.2 ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ | 4.34 | 0.58 | มากที่สุด |
| 8.3 มีศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม | 4.32 | 0.59 | มากที่สุด |
| 8.4 อากาศดีบรรยากาศการท่องเที่ยวสวยงาม | 4.28 | 0.56 | มากที่สุด |
| รวม | 4.28 | 0.33 | มากที่สุด |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.21 พบว่า มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.28, S.D = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ (\bar{X} = 4.34, S.D = 0.58) รองลงมาคือศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (\bar{X} = 4.32, S.D = 0.59) รองลงมาคือ อากาศดีบรรยากาศการท่องเที่ยวสวยงาม (\bar{X} = 4.28, S.D = 0.56) รองลงมาคือ การจัดการพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ (\bar{X} = 4.18, S.D = 0.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านวัฒนธรรม

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านวัฒนธรรม | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|---|-------------|--------------------------|------------------|
| 9.1 มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ | 4.11 | 0.51 | มาก |
| 9.2 เผยแพร่มรดกผู้ปัญญาชาวบ้านแก่นักท่องเที่ยว | 4.32 | 0.61 | มากที่สุด |
| รวม | 4.21 | 0.43 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.22 พบว่า มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านวัฒนธรรมในภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.43) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เผยแพร่มรดกผู้ปัญญาชาวบ้านแก่นักท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.32, S.D = 0.61) รองลงมาคือ การอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ (\bar{X} = 4.11, S.D = 0.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านรายการนำเที่ยว

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านรายการนำเที่ยว | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน | การแปลผล |
|--|-----------|--------------------------|-----------|
| 10.1 กิจกรรมทางทะเล ดำน้ำดูปะการัง | 4.21 | 0.66 | มากที่สุด |
| 10.2 กิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อย | 4.07 | 0.52 | มาก |
| 10.3 กิจกรรมหาหอย | 4.00 | 0.67 | มาก |
| 10.4 กิจกรรมตกหมึก | 3.99 | 0.65 | มาก |
| รวม | 4.06 | 0.42 | มาก |

จากตารางที่ 4.23 พบว่า มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านรายการนำเที่ยว ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D = 0.42) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมทางทะเล ดำน้ำดูปะการัง ($\bar{X} = 4.21$, S.D = 0.66) รองลงมาคือกิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อย ($\bar{X} = 4.07$, S.D = 0.52) รองลงมาคือกิจกรรมหาหอย ($\bar{X} = 4.00$, S.D = 0.67) และ กิจกรรมตกหมึก ($\bar{X} = 3.99$, S.D = 0.65) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน (เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน) มีผลแตกต่างกันต่อ การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอ ปะทิว จังหวัดชุมพร

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย T-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| เพศ | มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | | t | Sig. |
|---------|---|-------|--------|-------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ชาย | 4.173 | 0.243 | -0.148 | 0.519 |
| 2. หญิง | 4.177 | 0.267 | | |

*P < .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่า ประชากรเพศหญิงส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.177, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.267) และเพศชายมีส่วนร่วมระดับมากเช่นเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย= 4.173, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.243) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ T-Test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยตัวอิสระ มีคำตอบ 2 กลุ่ม คือ เพศชาย และเพศหญิง พบว่า ได้ค่า (T) เท่ากับ -0.148 และค่านัยสำคัญเท่ากับ 0.519 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

H₀: ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H₁: ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สถิติที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | อายุ | | F | Sig. |
|---|-----------|-------|--------|--------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านที่พัก | 4.08 | 0.327 | 3.681 | 0.012 |
| 2. ด้านอาหาร | 4.28 | 0.410 | 4.562 | 0.001* |
| 3. ด้านความปลอดภัย | 4.19 | 0.339 | 1.287 | 0.279 |
| 4. ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | 4.11 | 0.400 | 2.484 | 0.061 |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | 4.11 | 0.353 | 1.569 | 0.196 |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | 4.25 | 0.372 | 6.145 | 0.001* |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | 4.14 | 0.457 | 12.169 | 0.001* |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 4.28 | 0.338 | 8.608 | 0.001* |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | 4.21 | 0.436 | 0.112 | 0.953 |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | 4.06 | 0.423 | 8.573 | 0.001* |

*P < .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านอาหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.410) รองลงมา ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.338) รองลงมาด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.25, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.372) รองลงมาด้านวัฒนธรรมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.436) รองลงมาด้านความปลอดภัยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.19, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.339) รองลงมาด้านการประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.14, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.457) รองลงมาด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.400) รองลงมาด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.353) รองลงมาด้านที่พักมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.08, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.327) รองลงมาด้านรายการนำเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.06, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.423) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ข้อมูลและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการทดสอบสมมติฐาน ด้วย One-way Analysis of Variance (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า ในด้านที่พัก($F=3.681$, $Sig=0.012$) ด้านอาหาร($F=4.562$, $Sig=0.001^*$) ด้านความปลอดภัย($F=1.287$, $Sig=0.279$) ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก ($F=2.484$, $Sig=0.061$) ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน($F=1.569$, $Sig=0.196$) ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์($F=6.145$, $Sig=0.001^*$) ด้านการประชาสัมพันธ์($F=12.169$, $Sig=0.001^*$) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($F=8.608$, $Sig=0.001^*$) ด้านวัฒนธรรม ($F=0.112$, $Sig=0.001^*$) ด้านรายการนำเที่ยว ($F=8.573$, $Sig=0.001^*$) ส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านความปลอดภัย ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านอาหาร ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านรายการนำเที่ยว

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สถิติที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | สถานภาพ | | F | Sig. |
|---|-----------|-------|-------|-------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านที่พัก | 4.08 | 0.327 | 3.452 | 0.033 |
| 2. ด้านอาหาร | 4.28 | 0.410 | 4.106 | 0.017 |
| 3. ด้านความปลอดภัย | 4.19 | 0.339 | 0.038 | 0.963 |
| 4. ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | 4.11 | 0.400 | 0.245 | 0.783 |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | 4.11 | 0.353 | 0.131 | 0.877 |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | 4.25 | 0.372 | 0.098 | 0.907 |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | 4.14 | 0.457 | 1.414 | 0.245 |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 4.28 | 0.338 | 0.765 | 0.446 |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | 4.21 | 0.436 | 2.203 | 0.112 |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | 4.06 | 0.423 | 2.412 | 0.091 |

*P < .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านอาหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.410) รองลงมา ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.338) รองลงมาด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.25, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.372) รองลงมาด้านวัฒนธรรมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.436) รองลงมาด้านความปลอดภัยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.19, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.339) รองลงมาด้านการประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.14, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.457) รองลงมาด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.400) รองลงมาด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.353) รองลงมาด้านที่พักมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.08, ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน=0.327)รองลงมาด้านรายการนำเที่ยวความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.06, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.423) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน ด้วย One-way Analysis of Variance (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า ในด้านที่พัก (F=3.452, Sig=0.033) ด้านอาหาร (F=4.106, Sig=0.017) ด้านความปลอดภัย (F=0.038, Sig=0.963) ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก (F=0.098, Sig=0.783) ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน (F=0.131, Sig=0.877) ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (F=0.098, Sig=0.907) ด้านการประชาสัมพันธ์ (F=1.414, Sig=0.245) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (F=0.765, Sig=0.446) ด้านวัฒนธรรม (F=2.203, Sig=0.112) ด้านรายการนำเที่ยว (F=2.412, Sig=0.091) ส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

H₀: ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H₁: ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สถิติที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | ระดับการศึกษา | | F | Sig. |
|---|---------------|-------|-------|--------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านที่พัก | 4.08 | 0.327 | 3.676 | 0.054 |
| 2. ด้านอาหาร | 4.28 | 0.410 | 4.233 | 0.002* |
| 3. ด้านความปลอดภัย | 4.19 | 0.339 | 1.558 | 0.185 |
| 4. ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | 4.11 | 0.400 | 0.132 | 0.971 |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | 4.11 | 0.353 | 0.356 | 0.840 |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | 4.25 | 0.372 | 1.033 | 0.390 |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | 4.14 | 0.457 | 3.397 | 0.010 |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 4.28 | 0.338 | 0.600 | 0.663 |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | 4.21 | 0.436 | 2.056 | 0.086 |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | 4.06 | 0.423 | 3.205 | 0.013 |

*P< .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านอาหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.410) รองลงมา ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.338) รองลงมาด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.25, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.372) รองลงมาด้านวัฒนธรรมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.436) รองลงมาด้านความปลอดภัยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.19, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.339) รองลงมาด้านการประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.14, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.457) รองลงมาด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.400) รองลงมา ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.353) รองลงมาด้านที่พักมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.08,

เอกสารนี้เป็นเอกสารทงส่วนเวสสำหรับกรใช้งานเพอกรศึกษาเท่านั้น ไมออนุญาตให้นำไปใชประยชนดานการคา
ไมวากรณเตฯ พงสน ยกทงที่ไมมเหตตแบสงเนยที่ และตององงองเงงใจของเอกรทงคองทงทงกรนาไป

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.327) รองลงมาด้านรายการนำเที่ยวความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=4.06, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.423)ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน ด้วย One-way Analysis of Variance (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า ในด้านที่พัก(F=3.676, Sig=0.054) ด้านอาหาร(F=4.233, Sig=0.002*) ด้านความปลอดภัย(F=1.558, Sig=0.185) ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก (F=0.132, Sig=0.971)ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน(F=0.356, Sig=0.840) ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์(F=1.033, Sig=0.390) ด้านการประชาสัมพันธ์(F=3.397, Sig=0.010) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (F=0.600, Sig=0.663) ด้านวัฒนธรรม (F=2.056, Sig=0.086) ด้านรายการนำเที่ยว (F=3.205, Sig=0.013) ส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกันและมีแตกต่างกันเพียง 1 ด้าน คือ ด้านอาหาร

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

H₀: ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H₁: ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สถิติที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามอาชีพ โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | อาชีพ | | F | Sig. |
|---|-----------|-------|--------|--------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านที่พัก | 4.08 | 0.327 | 5.322 | 0.001* |
| 2. ด้านอาหาร | 4.28 | 0.410 | 5.790 | 0.001* |
| 3. ด้านความปลอดภัย | 4.19 | 0.339 | 0.676 | 0.642 |
| 4. ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | 4.11 | 0.400 | 2.349 | 0.041 |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | 4.11 | 0.353 | 1.630 | 0.151 |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | 4.25 | 0.372 | 3.923 | 0.002* |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | 4.14 | 0.457 | 10.094 | 0.001* |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 4.28 | 0.338 | 4.421 | 0.001* |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | 4.21 | 0.436 | 0.712 | 0.614 |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | 4.06 | 0.423 | 5.097 | 0.001* |

*P < .05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านอาหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.410) รองลงมา ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.338) รองลงมาด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.25, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.372) รองลงมาด้านวัฒนธรรมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.436) รองลงมาด้านความปลอดภัยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.19, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.339) รองลงมาด้านการประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.14, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.457) รองลงมาด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.400) รองลงมาด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.353) รองลงมาด้านที่พักมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.08, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.327) รองลงมาด้านรายการนำเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.06, ส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มาใช้นับใช้

เบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.423) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐาน ด้วย One-way Analysis of Variance (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า ในด้านที่พัก ($F=5.322$, $Sig=0.001^*$) ด้านอาหาร($F=15.790$, $Sig=0.001^*$) ด้านความปลอดภัย ($F=0.676$, $Sig=0.642$) ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก ($F=2.349$, $Sig=0.041$) ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน($F=1.630$, $Sig=0.151$) ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ($F=3.923$, $Sig=0.002^*$) ด้านการประชาสัมพันธ์($F=10.094$, $Sig=0.001^*$) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($F=4.421$, $Sig=0.001^*$) ด้านวัฒนธรรม ($F=0.712$, $Sig=0.614$) ด้านรายการนำเที่ยว ($F=5.097$, $Sig=0.001^*$) ส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน มีส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-Test สำหรับตัวแปรจำแนก 2 กลุ่ม

| มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | รายได้ต่อเดือน | | F | Sig. |
|---|----------------|-------|-------|-------|
| | \bar{x} | S.D | | |
| 1. ด้านที่พัก | 4.08 | 0.327 | 2.954 | 0.032 |
| 2. ด้านอาหาร | 4.28 | 0.410 | 2.466 | 0.062 |
| 3. ด้านความปลอดภัย | 4.19 | 0.339 | 0.071 | 0.975 |
| 4. ด้านอรรถยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | 4.11 | 0.400 | 0.666 | 0.574 |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | 4.11 | 0.353 | 3.854 | 0.010 |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | 4.25 | 0.372 | 1.320 | 0.267 |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | 4.14 | 0.457 | 3.840 | 0.010 |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 4.28 | 0.338 | 1.685 | 0.170 |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | 4.21 | 0.436 | 0.827 | 0.480 |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | 4.06 | 0.423 | 0.410 | 0.746 |

*P < .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่า ด้านอาหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.410) รองลงมา ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.28, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.338) รองลงมาด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.25, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.372) รองลงมาด้านวัฒนธรรมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.21, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.436) รองลงมาด้านความปลอดภัยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.19, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.339) รองลงมาด้านประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.14, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.457) รองลงมาด้านอรรถยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.400) รองลงมาด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.353) รองลงมาด้านที่พักมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.08, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.327) รองลงมาด้านรายการนำเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.06, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.423)

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นแต่กรณีที่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกประการ

(ค่าเฉลี่ย=4.06, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน=0.423)ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน ด้วย One-way Analysis of Variance (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 พบว่า ในด้านที่พัก (F=2.954, Sig=0.032) ด้านอาหาร (F=2.466, Sig=0.062) ด้านความปลอดภัย (F=0.071, Sig=0.975) ด้านฮัตยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก (F=0.666, Sig=0.574) ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน (F=3.854, Sig=0.010) ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์(F=1.320, Sig=0.267) ด้านการประชาสัมพันธ์ (F=3.840, Sig=0.010) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (F=1.685, Sig=0.170) ด้านวัฒนธรรม (F=0.827, Sig=0.480) ด้านรายการนำเที่ยว (F=0.410, Sig=0.746) ส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์การตลาดบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการ

| รายการจับคู่สัมพันธ์ | N | Correlation | Sig. |
|--|-----|-------------|--------|
| คู่ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์กับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยว ชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | 384 | 0.13 | 0.003* |
| คู่ที่ 2 ด้านราคากับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยว ชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | 384 | 0.03 | 0.032* |
| คู่ที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | 384 | 0.11 | 0.015* |
| คู่ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาดกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | 384 | 0.39 | 0.001* |
| คู่ที่ 5 ด้านบุคลากรกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | 384 | 0.32 | 0.001* |
| คู่ที่ 6 ด้านกระบวนการกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | 384 | 0.52 | 0.001* |
| คู่ที่ 7 ด้านลักษณะทางกายภาพกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร | 384 | 0.57 | 0.001* |

ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

*P < .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์การตลาดบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร มีความแตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติ .05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของ 7 กลุ่มที่นำมาทดสอบพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.57 ด้านกระบวนการกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.52 ด้านการส่งเสริมการตลาดกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.39 ด้านบุคลากรกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.32 ด้านผลิตภัณฑ์กับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.13 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.11 ด้านราคากับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.03 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การตลาดบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร มีค่า 0.03 – 0.57 ในทิศทางเดียวกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

1. สรุปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1
2. สรุปตามสมมติฐานข้อที่ 2 การตลาดบริการ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกันจึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาอิสระเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร โดยการคำนวณด้วยสูตร Krejcie & Morgan (1970) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม จำนวน 384 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยใช้ค่าสถิติได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสถิติ t-test (independent Sample t-test) ค่าสถิติ One-way Analysis of Variance (ANOVA) ในการสรุปผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเข้าพักโฮมสเตย์ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.90 อายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.70 สถานภาพ สมรส คิดเป็นร้อยละ 48.40 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.80 ผู้ตอบโดยส่วนใหญ่อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.60 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 – 15,000 บาท เป็นจำนวนมากคิดเป็นร้อยละ 42.70

การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 3.72 , S.D = 0.30) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ (\bar{X} = 3.76, S.D = 0.46) รองลงมาคือ คุณภาพของที่พักรโฮมสเตย์ (\bar{X} = 3.73, S.D = 0.49) และ กิจกรรมต้อนรับ (\bar{X} = 3.70, S.D = 0.30) ตามลำดับ

การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ด้านราคา ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 3.78, S.D = 0.30) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาห้องพักมีความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหมาะสม ($\bar{X} = 3.88$, S.D = 0.43) รองลงมา ราคาห้องพักมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.74$, S.D = 0.47) และราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.74$, S.D = 0.46) ตามลำดับ

การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D = 0.30) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทราบจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน ($\bar{X} = 4.45$, S.D = 0.63) รองลงมาคือ สามารถติดต่อจองที่พักทางโทรศัพท์ได้ ($\bar{X} = 3.79$, S.D = 0.43) และ สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 3.78$, S.D = 0.52) ตามลำดับ

การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D = 0.47) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ โฮมสเตย์ มีกิจกรรมต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.34$, S.D = 0.55) รองลงมาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.98$, S.D = 0.57) และ ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.64$, S.D = 1.01) ตามลำดับ

การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านบุคลากร ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ประสานงานมีความพร้อมและอธิบายได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.41$, S.D = 0.59) รองลงมาชาวบ้านในหมู่บ้านมีอัธยาศัยดีเป็นกันเอง ($\bar{X} = 3.89$, S.D = 0.48) และ มีคฤหาสน์ที่ทรงคุณค่ามีความรู้และความสามารถบรรยายให้เห็นภาพ ($\bar{X} = 3.84$, S.D = 0.48) ตามลำดับ

การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านกระบวนการ ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D = 0.30) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีกระบวนการการเข้าพักรวดเร็วไม่ซับซ้อน ($\bar{X} = 4.33$, S.D = 0.58) รองลงมาคือความพร้อมของที่พักโฮมสเตย์ ($\bar{X} = 4.26$, S.D = 0.60) รองลงมาคือความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน ($\bar{X} = 4.15$, S.D = 0.61) ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ ($\bar{X} = 4.08$, S.D = 0.55) และความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก ($\bar{X} = 3.88$, S.D = 0.44) ตามลำดับ

การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D = 0.35) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความพร้อมของที่พักโฮมสเตย์ ($\bar{X} = 4.20$, S.D = 0.62) รองลงมาสถานที่พัก มีความเหมาะสมกับการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.63) รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย ($\bar{X} = 4.18$, S.D = 0.57) รองลงมาคือ ความกว้างของพื้นที่ภายในโฮมสเตย์ และ ด้านความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.11$, S.D = 0.55) และ

เอกสารนี้
ความสะอาดของสถานที่พัก ($\bar{X} = 4.00$, S.D = 0.62) ตามลำดับ
อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านที่พักในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.08, S.D = 0.32) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริเวณโดยรอบของโฮมสเตย์มีความสะอาด (\bar{X} = 4.20, S.D = 0.58) รองลงมาโฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.61) รองลงมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม (\bar{X} = 4.08, S.D = 0.53) รองลงมาคือมีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย (\bar{X} = 4.00, S.D = 0.67) และ โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม (\bar{X} = 3.96, S.D = 0.55) ตามลำดับ

มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอาหาร ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.28, S.D = 0.41) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ อาหารรสชาติอร่อย (\bar{X} = 4.37, S.D = 0.62) รองลงมาคืออาหารมีความหลากหลาย (\bar{X} = 4.33, S.D = 0.57) รองลงมาคือ ภาชนะที่ใส่อาหารมีความสะอาดปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการ (\bar{X} = 4.26, S.D = 0.56) และ การให้บริการอาหาร (\bar{X} = 4.17, S.D = 0.64) ตามลำดับ

มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านความปลอดภัยในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กิจกรรมต่างๆมีความปลอดภัย (\bar{X} = 4.25, S.D = 0.56) รองลงมาคือ การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพและชุมชนโดยรอบโฮมสเตย์มีความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (\bar{X} = 4.25, S.D = 0.56) รองลงมา มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.57) รองลงมาคือผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านต่างๆ เป็นอย่างดี (\bar{X} = 4.17, S.D = 0.58) และ เส้นทางต่างๆ มีความปลอดภัย (\bar{X} = 4.12, S.D = 0.53) ตามลำดับ

มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านอภัยภัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสกับวิถีชุมชนนั้นๆ (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.61) รองลงมา มีการต้อนรับอย่างเป็นกันเอง (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.62) และการสอนกิจกรรมวิถีชุมชนให้นักท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.99, S.D = 0.61) ตามลำดับ

มาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.11, S.D = 0.40) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีไมตรีต่อลูกค้า (\bar{X} = 4.16, S.D = 0.63) รองลงมาผู้ให้บริการสามารถจับบริการที่ลูกค้าต้องการได้ (\bar{X} = 4.15, S.D = 0.61) รองลงมา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน (\bar{X} =4.13, S.D = 0.59) คือ และ ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า (\bar{X} =4.04, S.D = 0.60) ตามลำดับ

มาตรฐานโหมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านบริหารของกลุ่มโหมสเตย์ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.25, S.D = 0.37) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พักโหมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อดีชมและปัญหาของลูกค้าเป็นอย่างดี (\bar{X} = 4.31, S.D = 0.61) รองลงมาผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือกันในการยกระดับการการท่องเที่ยวในชุมชน (\bar{X} =4.26, S.D = 0.59) และ การบริหารการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมีประสิทธิภาพ (\bar{X} =4.18, S.D = 0.51) ตามลำดับ

มาตรฐานโหมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.14, S.D = 0.45) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (\bar{X} = 4.23, S.D = 0.57) รองลงมาการนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ (\bar{X} =4.05, S.D = 0.60) ตามลำดับ

มาตรฐานโหมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.28, S.D = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ (\bar{X} = 4.34, S.D = 0.58) รองลงมา มีศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (\bar{X} =4.32, S.D = 0.59) รองลงมาคือ อากาศดีบรรยากาศการท่องเที่ยวสวยงาม (\bar{X} =4.28, S.D = 0.56) รองลงมาคือการจัดการพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ (\bar{X} =4.18, S.D = 0.52) ตามลำดับ

มาตรฐานโหมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านวัฒนธรรมในภาพรวม อยู่ใน ระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.43) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 2 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ เผยแพร่มรดกผู้ปัญญาชาวบ้านแก่นักท่องเที่ยว (\bar{X} = 4.32, S.D = 0.61) รองลงมามีการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ (\bar{X} =4.11, S.D = 0.51) ตามลำดับ

มาตรฐานโหมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้านรายการนำเที่ยวในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก (\bar{X} = 4.06, S.D = 0.42) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมทางทะเล ดำน้ำดูปะการัง (\bar{X} = 4.21, S.D = 0.66) รองลงมากิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อย (\bar{X} =4.07, S.D = 0.52) รองลงมาคือกิจกรรมหาหอย (\bar{X} = 4.00, S.D = 0.67) และ กิจกรรมตกหมึก (\bar{X} =3.99, S.D = 0.65) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า

1. สรุปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1

2. สรุปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์การตลาดบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร มีความแตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติ .05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r) ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของ 7กลุ่มที่นำมาทดสอบ พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.57 ด้านกระบวนการกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.52 ด้านการส่งเสริมการตลาดกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.39 ด้านบุคลากรกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.32 ด้านผลิตภัณฑ์กับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.13 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.11 ด้านราคากับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 0.03 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การตลาดบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร มีค่า 0.03 – 0.57 ในทิศทางเดียวกันสรุปได้ว่า ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาอิสระเรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ได้มีการอภิปรายผลการศึกษาคั้งนี้ ดังนี้

5.2.1 ผลการวิจัยปัจจัยบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท ผลวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร สอดคล้องกับ ชลิตา เฉลิมรักษาติ (2560) ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน และ พบว่าปัจจัยด้านมีแรงจูงใจและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ให้ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญของแรงจูงใจ ในการมาเที่ยวบ้าน บางชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

5.2.2 การตลาดการบริการ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ได้แสดงถึงระดับความคิดเห็นที่มีต่อมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร โดยรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากแสดงให้เห็นว่ามาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่า มาตรฐานที่ 1 ด้านที่พัก ลักษณะบ้านพักของสมาชิกโฮมสเตย์ที่นักท่องเที่ยวเข้าพักต้องเป็นสัดส่วน ที่ พักที่นอนสะอาด มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด และมีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหารและโภชนาการ อาหารผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ไม่ซื้ออาหารหรือ 121 กับข้าวถุง มีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขอนามัย และมีน้ำดื่มที่สะอาด รวมถึงห้องครัว ภาชนะ และ อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวมีความสะอาดอยู่เสมอ มาตรฐานที่ 8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก/ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ทั้งเป็น ของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ เสื้อผ้า สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก และเป็น ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีการนำเอาความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นมา จัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน พร้อมกันนั้นก็สามารถจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น การสอนทอผ้า การจักสาน การละเล่นต่าง ๆ และการแสดงพื้นบ้าน ตามลำดับ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ด้านตลาดการบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการมีมาตรฐานเหมือนกันทุกครั้งที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการให้ตรงตามที่ชี้แจงไว้ต้องมีการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีการสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างเข้าพักเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าต้องมีการฝึกอบรมผู้ให้บริการผู้ให้มีความรู้ สามารถให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี การให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรีต่อลูกค้า มีการสอบถามความต้องการของลูกค้าเพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้แล้วต้องมีความพร้อมให้บริการตลอดเวลาต้องจัดสรรผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึงและควรการรักษา

ความเป็นรูปธรรมของโฮมสเตย์เพราะการสร้างสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่ดีของโฮมสเตย์จะ ช่วยส่งเสริมการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในเชิงพาณิชย์ การสร้าง ความมั่นใจให้แก่ลูกค้าอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าต่อไป

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุผลบางประการที่ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีคนนำไปใช้

สมาชิกโฮมสเตย์ควรส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรภายในชุมชนให้มีความรู้ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ สูงสุด เช่น การอบรมด้านภาษาต่างประเทศให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และของที่ระลึกให้มีความแปลกใหม่แต่ยังคงเอกลักษณ์โดยการใช้ทรัพยากรที่หาได้จาก ท้องถิ่น

หน่วยงานท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการจัดการโฮมสเตย์ เช่น การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักโฮมสเตย์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2) ด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์ให้มีความเหมาะสมและเพียงพอ มีการจัดหา ผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านการให้บริการ การสร้างสิ่งดึงดูดใจ ที่สวยงาม แปลกตา แตกต่างจากที่อื่น ภายใต้ราคาของที่พักรวมมาตรฐานมีความเหมาะสม โดยที่การให้บริการต้องมีประสิทธิภาพไม่มีข้อผิดพลาดในการให้บริการ การรักษาเวลาในการให้บริการให้ตรงตามเวลาและตรงตามที่โฆษณาไว้ นอกจากนี้แล้วควรมีการจูงใจให้ลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการอีกครั้งภายหลังการใช้บริการ เช่น การมอบ ส่วนลดพิเศษ นำเสนอกิจกรรมพิเศษในช่วงเวลาต่างๆ และมีการสอบถามความคิดเห็นหลังการเข้าพัก เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อส่งเสริมการตัดสินใจเข้าใช้บริการและความภักดีของลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการและบอกต่อกันต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ศึกษาการตลาดบริการส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในช่วงสภาพเศรษฐกิจตกต่ำและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการให้บริการ ข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ชัดเจน เนื่องจากการท่องเที่ยวจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในลักษณะอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดหรือความคาดหวังในสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้านปัจจัยส่วนบุคคลและการศึกษาการตลาดบริการส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของมาตรฐานโฮมสเตย์ของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาตามระดับความคิดเห็นของมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกันใน ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านรายการนำเที่ยวดังนั้นประเด็นดังกล่าวควรหาแนวทางในการแก้ปัญหาในด้านต่างๆข้างต้นเพื่อพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2558). *การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา*. (วิทยานิพนธ์สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ). สำนักวิชาเทคโนโลยี สังคม. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- กฤตชน วงศ์รัตน์. (2560). *อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อ ความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการรีสอร์ทและโฮมสเตย์จังหวัดเพชรบุรี*. (การศึกษานิพนธ์การจัดการ) เพชรบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- กนกรัตน์ ดวงพิบูล. (2561). “โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน”. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 9 (1), 217-234.
- กฤตยา เตยโพธิ์และพนัส โพธิ์ขัติ. (2561). วัฒนธรรมโฮมสเตย์ การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 5(1), หน้า 1.
- คัมภีร์พรรณ จักรบุตร. (2561). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ของกลุ่มโฮมสเตย์บ้านกำพี้ ตำบลกำพี้ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม*. (บัณฑิตวิทยาลัย). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- จักร์ณนัญญ์ สิทธิไกร. (2562). *คุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผล ของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย*. (สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาองค์กร) นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2558). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เอ็ดชเปอร์เน็ท.
- ฐานิกา เชียงทอง. (2561). *แผนธุรกิจบ้านนาโฮมสเตย์*. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธ์ (2560). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว เชนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์), นิเทศศาสตร์พัฒนาการ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาวินี หาญณรงค์. (2557). *การศึกษาคุณภาพโฮมสเตย์กระซังแพเพื่อการท่องเที่ยว กรณีการศึกษาโฮมสเตย์กระซังแพ ตำบลเพ อ.เมือง จ. ระยอง*. (ปริญญาศิลปศาสตรมหาวิทาลัย).
- ธเนศ เฮ่ประโคน. (2559). *ปัจจัยความสำเร็จโฮมสเตย์พื้นถิ่นในประเทศประชาคมอาเซียน*. (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นงลักษณ์ อยู่เย็นดี (2557) **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.** (วิทยานิพนธ์การท่องเที่ยว). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิตา ชัชกุล. (2560). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เปรมปรีดา ทองลา.(2557). **แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนพื้นฐานวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี.** จันทบุรี : มหาลัยราชภัฏลำไพลพรรณ.

พิมพ์พิศา จันทร์มณี. (2562). **แนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ชุมชนอ่าวแก้ว อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดลำปาง.** ลำปาง : วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง.

พิชญุฑมภ์ เพ็ญมมาศ. (2559) .**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช.** นครศรีธรรมราช : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

พงศธร แก้วชล. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.** (โครงการพิเศษสาขาบริหารธุรกิจ). ชุมพร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์.

มนตรี เกิดมีมูล. (2561).**ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักโฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ: กรณีศึกษา โฮมสเตย์ในเขตพื้นที่ภาคใต้.** (สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์). กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

รสสุคนธ์ ชันคำกาศ. (2561). **รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา.** นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.

วิสุณี ศิลป์เสวตร์. **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร.** (โครงการพิเศษสาขาบริหารธุรกิจ). ชุมพร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์.

วราภรณ์ สุขแสนชนานันท์. (2557). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการโฮมสเตย์เกาะยอ.** (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ). คณะบริหารธุรกิจ. หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ศมนภพร ทองประยูร. (2562). **การศึกษาพฤติกรรมการตอบสนองของผู้ใช้บริการโฮมสเตย์ของจังหวัดสมุทรสงคราม.** (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ). คณะบริหารธุรกิจ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ศุทธิกานต์คงคล้าย และธัญเทพ ยะติวัฒน์. 2559. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า แร่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. **วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์,** ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11(2), 19-32.

สรীরวรรณ เจริญภักดิ์. (2561). *แผนธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน*. สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

สุภภัทร อำพันสุขโข. (2561). *กลยุทธ์การตลาดโฮมสเตย์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จังหวัดสงขลา*. (วิทยานิพนธ์บัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ). สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และเจริญญา เจริญสุขใส. (2558). *แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว*. (เอกสารการสอนชุดวิชา ความเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สิริพร โพธารินทร์และนลินีทองประเสริฐ. 2560. กลยุทธ์การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์บ้านปลาคว่ำ หมู่ที่ 10 ตำบลปลาคว่ำ อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพรรณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 12 (1), 139-150.

ภาษาอังกฤษ

Davidson, R. (2019). *Tourism* (2nd ed.) Essex: Longman.

Davis, Brittany Y. (2019). *Angling for inclusion: Marine conservation, livelihoods, local knowledge, and tourism on Utila, Honduras*, The University of Arizona, United States.

Mill, Robert Christie. (2018). *Tourism the International Business*. New Jersey: Prentice Hall.

Feng, Aixa (2018). *Community Connections to Marine Heritage in China: Exploring the Factors that Influence Local Resident Support for Marine Heritage Conservation and Management*. University of Missouri - Saint Louis.

Lin, Li-Pin (2019). *Examining the effects of ecotourism involvement and tourism benefits on Florida tour operators' conservation contributions to wetland ecosystems*. Texas A&M University.

Maslow, A. (2018). *Human needs theory: Maslow's hierarchy of human needs*. In R.F. Craven & C. J. Hirnle (Eds.), *Fundamental of Nursing: Human Health and Function*. (3rd ed.) Philadelphia: Lippincott.

The Commonwealth Department of Tourism (CDoT). (2019). *National Ecotourism Strategy*. Canberra: Australian Government Publishing Service.

เอกสารนี้ The Ecotourism Society. (2018). *The Ecotourism Society's Definition*. Washington D.C.: The Ecotourism Society Newsletter. ถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Wurzinger, S., & Johansson, M. (2019). Environmental concern and knowledge of ecotourism among three groups of Swedish tourists. *Journal of Travel Research*, Sweden, 42,172-185.

Szentendre. (2019). **Homepage**. Awakening Participatory. Retrieved March 11, 2019 from the WorldWide

Web:<http://www.rec.org/REC/Publications/PPTTraining/cover.html>.

ออนไลน์

ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2563 จาก <http://tourism-dan1.blogspot.com/2013/06/blog-post.html>.

นักรบ ระวีการณและคณะ. (2557). *มาตรฐานการท่องเที่ยวที่พักรีสอร์ทวัฒนธรรมชนบท*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2563. จาก: <https://theboutiqueking.com/blogs/interview/>.

ราชกิจจา. (2559). *กำหนดมาตรฐานบริการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2563. จาก : <http://www.mratchakitcha.soc.go.th>.

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. *ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2564. เข้าถึงได้จาก : <https://sites.google.com/site/pmtechtravel/bth-thi-1>.

จังหวัดชุมพร. *ประวัติความเป็นมาของอำเภอปะทิว*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2564.

เข้าถึงได้จาก : http://www.chumphon.go.th/2013/page/ampher_pathio.

จังหวัดชุมพร. *ประวัติความเป็นมาของจังหวัดชุมพร*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2564.

เข้าถึงได้จาก : <http://www.chumphon.go.th/2013/page/history>.

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. *มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2564. เข้าถึงได้จาก : <https://www.thailandplus.tv/archives/281642>.

ลุงหนึ่งโฮมสเตย์. *โฮมสเตย์ หมายถึงอะไร (Home stay)*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2564.

เข้าถึงได้จาก : <https://nanhunsa.com/nanhomestay/>.

Palapilii. *เดย์ทริปตามรอยศาสตร์พระราชินี อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร*. สืบค้น 25

พฤศจิกายน 2564. เข้าถึงได้จาก : <https://www.palapilii.com/archives/>

โฮมสเตย์บ้านไม้ชายคลองบ้านบางสน อ.ปะทิว จ. ชุมพร สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2564 เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/homestaybangson>

บ่อสำโรง โฮมสเตย์ อ.ปะทิว จ. ชุมพร. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2564. เข้าถึงได้จาก : <https://th.worldorgs.com/borsomrong-home-stay>
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามการวิจัยชุดนี้ เรื่อง การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลทางวิชาการส่งเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องด้านการบริการ การท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร และเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนหรือส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาระบบนิเวศท้องถิ่นของตนเอง รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น วิจัยเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของกสนศึกษาวิชาโครงการอิสระของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการประกอบการสำเร็จการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

2. แบบสอบถามชุดนี้ มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใดโปรดสอบถามข้าพเจ้า นางสาวพกา มาศ พลสุวรรณ หมายเลขโทรศัพท์ 0937313865

ขอบพระคุณทุกท่าน

นางสาวพกา มาศ พลสุวรรณ

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในข้อมูลส่วนบุคคลของท่านตามความเป็นจริง

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 1. ไม่เกิน 20 ปี

() 2. 21 - 30 ปี

() 3. 31 - 40 ปี

() 4. 40 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

() 1. โสด

() 2. สมรส

() 3. หย่าร้าง/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

() 1. ประถมศึกษา

() 2. มัธยมศึกษา

() 3. ปริญญาตรี

() 4. ปริญญาโทหรือสูงกว่า

() 5. สายอาชีพ ปวช./ปวส.

() 6. อื่น ๆ ระบุ.....

5. อาชีพ

() 1. ข้าราชการ

() 2. นักเรียน นักศึกษา

() 3. รับจ้างทั่วไป

() 4. ธุรกิจส่วนตัว

() 5. เกษตร

() 6. พนักงานบริษัท

6. รายได้หลักต่อเดือน

() 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

() 2. 10,000 - 15,000 บาท

() 3. 15,000 - 20,000 บาท

() 4. มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริง

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ | | | | | |
| 1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ | | | | | |
| 1.2 คุณภาพของที่พักรโฮมสเตย์ | | | | | |
| 1.3 กิจกรรมต้อนรับ | | | | | |
| 2. ด้านราคา | | | | | |
| 2.1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสม | | | | | |
| 2.2 ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม | | | | | |
| 2.3 ราคาค่าบริการต่างๆมีความเหมาะสม | | | | | |
| 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | |
| 3.1 สามารถติดต่อจองที่พักทางโทรศัพท์ได้ | | | | | |
| 3.2 สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ | | | | | |
| 3.3 ทราบจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน | | | | | |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | |
| 4.1 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต | | | | | |
| 4.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ | | | | | |
| 4.3 โฮมสเตย์มีกิจกรรมต่างๆให้แก่ผู้ใช้บริการ | | | | | |
| 5. ด้านบุคลากร | | | | | |
| 5.1 ชาวบ้านในหมู่บ้านมีอัธยาศัยดีเป็นกันเอง | | | | | |
| 5.2 ผู้ประสานงานมีความพร้อมและอธิบายได้อย่างชัดเจน | | | | | |
| 5.3 มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้และ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นความลับ กรุณาช่วยรักษาความลับไว้ ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 6. ด้านกระบวนการ | | | | | |
| 6.1 ความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก | | | | | |
| 6.2 ความพร้อมของที่พักรโฮมสเตย์ | | | | | |
| 6.3 ความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน | | | | | |
| 6.4 ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ | | | | | |
| 6.5 มีกระบวนการการเข้าพักรวดเร็วไม่ซับซ้อน | | | | | |
| 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ | | | | | |
| 7.1 ความสะอาดของสถานที่พักร | | | | | |
| 7.2 บรรยายภาคโดยรวมของโฮมสเตย์ | | | | | |
| 7.3 สถานที่พักรมีความเหมาะสมกับการใช้บริการ | | | | | |
| 7.4 ความกว้างของพื้นที่ภายในโฮมสเตย์ | | | | | |
| 7.5 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริง

| ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| 1. ด้านที่พัก | | | | | |
| 1.1 โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม | | | | | |
| 1.2 บริเวณโดยรอบของโฮมสเตย์มีความสะอาด | | | | | |
| 1.3 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ | | | | | |
| 1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม | | | | | |
| 1.5 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย | | | | | |
| 2. ด้านอาหาร | | | | | |
| 2.1 การให้บริการอาหาร | | | | | |
| 2.2 อาหารมีความหลากหลาย | | | | | |
| 2.3 อาหารรสชาติอร่อย หลากหลายประเภท | | | | | |
| 2.4 ภาชนะที่ใส่อาหารมีความสะอาดปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อ การท่องเที่ยวชุมชน | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| 3. ด้านความปลอดภัย | | | | | |
| 3.1 เส้นทางต่างๆ มีความปลอดภัย | | | | | |
| 3.2 การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมี ประสิทธิภาพ | | | | | |
| 3.3 ผู้ให้บริการมีความชำนาญด้าน ต่างๆ เป็นอย่างดี | | | | | |
| 3.4 ชุมชนโดยรอบโฮมสเตย์มีความ ปลอดภัย | | | | | |
| 3.5 มีการเตรียมความพร้อม เกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น | | | | | |
| 4. ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | | | | | |
| 4.1 การสอนกิจกรรมวิถีชุมชนให้ นักท่องเที่ยว | | | | | |
| 4.2 การพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสกับวิถี ชุมชนนั้นๆ | | | | | |
| 4.3 มีการต้อนรับอย่างเป็นกันเอง | | | | | |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | | | | | |
| 5.1 ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความ ต้องการของลูกค้า | | | | | |
| 5.2 ผู้ให้บริการบริการด้วยความ สุภาพ เป็นมิตร มีไมตรีต่อลูกค้า | | | | | |
| 5.3 ผู้ให้บริการสามารถจดจำบริการ ที่ลูกค้าต้องการได้ | | | | | |
| 5.4 การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพ ชีวิตที่ดีแก่ชุมชน | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อ การท่องเที่ยวชุมชน | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | | | | | |
| 6.1 การบริหารการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนมีประสิทธิภาพ | | | | | |
| 6.2 ที่พักโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับ ข้อติชมและปัญหาของลูกค้าเป็นอย่างดี | | | | | |
| 6.3 ผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือ กันในการยกระดับการการท่องเที่ยวใน ชุมชน | | | | | |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | | | | | |
| 7.1 การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยว ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ | | | | | |
| 7.2 นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จาก กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจ ถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อ การท่องเที่ยวชุมชน | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
| | มากที่สุด 5 | มาก 4 | ปานกลาง 3 | น้อย 2 | น้อยที่สุด 1 |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | | | | | |
| 8.1 การจัดการพื้นที่ด้านการ ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ | | | | | |
| 8.2 ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมการ อนุรักษ์ธรรมชาติ | | | | | |
| 8.3 มีศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม | | | | | |
| 8.4 อากาศดี บรรยากาศการ ท่องเที่ยวสวยงาม | | | | | |
| 9. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้านวัฒนธรรม | | | | | |
| 9.1 มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรม ท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ | | | | | |
| 9.2 เผยแพร่มรดกผู้ปัญญาชาวบ้าน แก่นักท่องเที่ยว | | | | | |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | | | | | |
| 10.1 กิจกรรมทางทะเล ดำน้ำดู ปะการัง | | | | | |
| 10.2 กิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อย | | | | | |
| 10.3 กิจกรรมหาหอย | | | | | |
| 10.4 กิจกรรมตกหมึก | | | | | |

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

.....

.....


.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ขอเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือสละเวลาตอบแบบสอบถาม
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



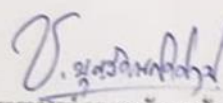
บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
 ที่ อว ๗๐๑๐/ วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๔
 เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
 เขียน คร.กิตติ แก้วเขียว

ด้วย นางสาวกนกมาศ พลสุวรรณ รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๔๔ นักศึกษาระดับปริญญาตรี
 หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง "การตลาดบริการของโฮมส
 เดย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชมนัด บุญรัตน์
 กิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในกรณี สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความ
 ความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัย
 มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ
 แบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามสำหรับผู้เข้าใช้บริการโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนใน
 พื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์



(รองศาสตราจารย์ ดร.ชมนัด บุญรัตน์กิตติภูมิ)
 อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง "การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร" โดย นางสาวหมกามาศ พลสุวรรณ รหัสนักศึกษา 62205049 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตน์ กิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่ายสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่ายสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวหมกามาศ พลสุวรรณ)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น


ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

ดร. สติฉิ นาคสุโข

สจจ. จ.พ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

.....

นักศึกษา นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ
รหัสนักศึกษา 62205049
หัวข้อการศึกษานิพนธ์ "การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่
อำเภอ ปะทิว จังหวัดชุมพร"
ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)
 ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

.....
อานันท์ เกษทิพย์
.....
.....
.....
.....
.....

ลงชื่อ..... *ดร. ทัศนีย์ สกตอึ้ง*
(.....)
วันที่..... 26 / 10 / 64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง "การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว
จังหวัดชุมพร"

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่ | ไม่ | ข้อเสนอแนะ |
|-----------------------|----------|-------|----------|------------|
| | ง | แน่ใจ | สอดคล้อง | |
| | +1 | 0 | -1 | |
| ข้อมูลทั่วไป | | | | |
| 1. เพศ | ✓ | | | |
| 2. อายุ | ✓ | | | |
| 3. การศึกษา | ✓ | | | |
| 4. สถานภาพ | ✓ | | | |
| 5. อาชีพ | ✓ | | | |
| 6. รายได้หลักต่อเดือน | ✓ | | | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่ | ไม่ | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|-------|----------|------------|
| | ง | แน่ใจ | สอดคล้อง | |
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ | | | | |
| 1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ | ✓ | | | |
| 1.2 คุณภาพของที่พักรโฮมสเตย์ | ✓ | | | |
| 1.3 กิจกรรมต้อนรับ | ✓ | | | |
| 2. ด้านราคา | | | | |
| 2.1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสม | ✓ | | | |
| 2.2 ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| 2.3. ราคาค่ากิจกรรมต่าง ๆ มีความเหมาะสม | / | | | |
|---|---|--|--|--|

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่ | ไม่ | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|-------|----------|------------|
| | ง | แน่ใจ | สอดคล้อง | |
| | +1 | 0 | -1 | |
| 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | |
| 3.1 สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ | / | | | |
| 3.2 สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ | / | | | |
| 3.3 ทราบจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน | / | | | |
| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่ | ไม่ | ข้อเสนอแนะ |
| | ง | แน่ใจ | สอดคล้อง | |
| | +1 | 0 | -1 | |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | |
| 4.1 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต | / | | | |
| 4.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ | / | | | |
| 4.3 โฆษณาที่มีกิจกรรมต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ | | / | | |
| 5. ด้านบุคลากร | | | | |
| 5.1 ชาวบ้านในหมู่บ้านมีความอึดอัดดีเป็นกันเอง | / | | | |
| 5.2 ผู้ประสานงานติดต่อมีความพร้อมและอธิบายได้อย่างชัดเจน | / | | | |
| 5.3 มีคฤหาสน์ที่ห้องถิ่นมีความรู้และความสามารถบรรยายให้เห็นภาพ | / | | | |
| 6. ด้านกระบวนการ | | | | |
| 6.1 ความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก | / | | | |
| 6.2 ความพร้อมของที่พักรีสเตอเรีย | / | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| 6.3 ความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน | / | | | |
| 6.4 ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ | / | | | |

- ผู้ประกอบอาชีพหลักในครัวเรือนไม่ชัดเจน

พื้นที่ศึกษานี้มีลักษณะพื้นที่เกษตร

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--------------------------------------|----------|----------|-------------|------------|
| | ง +1 | 0 | -1 | |
| 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ | | | | |
| 7.1 ความสะอาดของสถานที่พัก | / | | | |
| 7.2 บรรยากาศโดยรวมของโฮมสเตย์ | / | | | |
| 7.3 ภาพลักษณ์ที่ดีของโฮมสเตย์ | | | / | |
| 7.4 ความกว้างของพื้นที่ภายในโฮมสเตย์ | / | | | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

เป็นลักษณะพื้นที่เกษตร

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|------------|
| | ง +1 | 0 | -1 | |
| 1. ด้านที่พัก | | | | |
| 1.1 โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม | / | | | |
| 1.2 บริเวณโดยรอบของโฮมสเตย์มีความสะอาด | / | | | |
| 1.3 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ | / | | | |
| 1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม | / | | | |
| 1.5 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย | | | | |
| 2. ด้านอาหารที่กินชุมชน | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | | |
|--|---|-----------------|-------------|-----------------|-------------------|
| 6.2 | ที่พิกโฮมสเคย์ให้ความสำคัญกับข้อคิดชมและปัญหาของลูกค้าเป็นอย่างดี | / | | | |
| 6.3 | ผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือกันในการยกระดับการการท่องเที่ยวในชุมชน | / | | | |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | | | | | |
| 7.1 | การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่าน Page Facebook | / | | | |
| 7.2 | นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ | / | | | |
| | ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่ | ไม่ | ข้อเสนอแนะ |
| | | ง | สนใจ | สอดคล้อง | |
| | | +1 | 0 | -1 | |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | | | | | |
| 8.1 | การจัดการพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ | / | | | |
| 8.2 | ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ | / | | | |
| 8.3 | มีศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม | / | | | |
| 8.4 | อากาศดี บรรยากาศการท่องเที่ยวสวยงาม | | | / | |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | | | | | |
| 9.1 | มีการอนุรักษ์พื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ | / | | | |
| 9.2 | เผยแพร่มรดกภูมิปัญญาชาวบ้านแก่นักท่องเที่ยว | / | | | |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | | | | | |
| 10.1 | กิจกรรมทางทะเล ดำน้ำดูปะการัง | / | | | |
| 10.2 | กิจกรรมนั่งเรือชมทิวทัศน์ | / | | | |
| 10.3 | กิจกรรมหาหอย | / | | | |
| 10.4 | กิจกรรมตกหมึก | / | | | |

เป็นข้อปร
ด้านอนุรักษ์
ย้ายไปไว้ด้านหน้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๔ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตฯ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.วัชระ ศิลปเสวตร์

ด้วย นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๔๙ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง “การตลาดบริการของโฮมสเคย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในกรณี สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขออนุญาตฯ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามสำหรับผู้เข้าใช้บริการโฮมสเคย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร” โดย นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ รหัสนักศึกษา 62205049 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

| | | |
|-------------------------|----------|----|
| ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ถ้าเห็นว่ามีไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ)

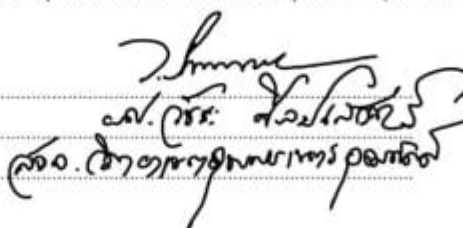
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็นดี

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน


 ศ.ดร. ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ
 รศ.ดร. ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ

รหัสนักศึกษา 62205049

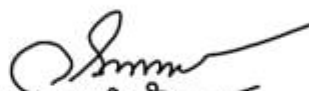
หัวข้อการศึกษาอิสระ “การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่
อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ขอเพิ่มข้อมูลรายละเอียด รวบรวมข้อมูลตามหัวข้อ
เลขที่: โดย/จด: ในข้อที่ ๑. ให้ไม่จดมากรฐานโฮมสเตย์
ตามใน ข้อความ หรือ มากรฐาน CHA

ลงชื่อ 
(นว. อธิ: ศุภมาสกุล)
วันที่ 26 ม.ค. 64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง "การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร"

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|-----------------------|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| ข้อมูลทั่วไป | | | | |
| 1. เพศ | ✓ | | | |
| 2. อายุ | ✓ | | | |
| 3. การศึกษา | ✓ | | | |
| 4. สถานภาพ | ✓ | | | |
| 5. อาชีพ | ✓ | | | |
| 6. รายได้หลักต่อเดือน | ✓ | | | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ | | | | |
| 1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ | | | ✓ | 100% |
| 1.2 คุณภาพของที่พักรโฮมสเตย์ | ✓ | | | |
| 1.3 กิจกรรมต้อนรับ | | ✓ | | 77.77% |
| 2. ด้านราคา | | | | |
| 2.1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสม | ✓ | | | |
| 2.2 ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม | ✓ | | | |
| 2.3. ราคาค่าบริการต่างๆมีความเหมาะสม | | ✓ | | ไม่ชัดเจน |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|----------------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | |
| 3.1 สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ | | ✓ | | } - ปรับจาก 0 เป็น 1 |
| 3.2 สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ | | ✓ | | |
| 3.3 ทราบจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน | | ✓ | | |
| | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
| | +1 | 0 | -1 | |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | |
| 4.1 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต | | | ✓ | } ปรับ 0 เป็น 1 |
| 4.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ | | | ✓ | |
| 4.3 โฆษณาที่มีกิจกรรมต่างๆให้แก่ผู้ใช้บริการ | | | ✓ | |
| 5. ด้านบุคลากร | | | | |
| 5.1 ชาวบ้านในหมู่บ้านมีความอาศัยดีเป็นกันเอง | | | ✓ | ปรับใหม่ |
| 5.2 ผู้ประสานงานติดต่อมีความพร้อมและอธิบายได้อย่างชัดเจน | | | ✓ | ปรับใหม่ |
| 5.3 มีคฤหาสน์ที่ห้องถิ่นมีความรู้และความสามารถบรรยายให้เห็นภาพ | ✓ | | | |
| 6. ด้านกระบวนการ | | | | |
| 6.1 ความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก | | ✓ | | ปรับใหม่ |
| 6.2 ความพร้อมของที่พักรีสตอร์ | ✓ | | | |
| 6.3 ความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน | ✓ | | | |
| 6.4 ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--------------------------------------|----------|----------|-------------|---|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ | | | | |
| 7.1 ความสะอาดของสถานที่พัก | | ✓ | | } ไม่ไปดูที่จริง Home Stay CHA... |
| 7.2 บรรยากาศโดยรวมของโฮมสเตย์ | | ✓ | | |
| 7.3 ภาพลักษณ์ที่ดีของโฮมสเตย์ | | ✓ | | |
| 7.4 ความกว้างของพื้นที่ภายในโฮมสเตย์ | | ✓ | | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่ สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-----------------|------------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ด้านที่พัก | | | | |
| 1.1 โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม | ✓ | | | |
| 1.2 บริเวณโดยรอบของโฮมสเตย์มีความสะอาด | ✓ | | | |
| 1.3 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ | ✓ | | | |
| 1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม | ✓ | | | |
| 1.5 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย | ✓ | | | |
| 2. ด้านอาหารพื้นถิ่นชุมชน | | | | |
| 2.1 การให้บริการอาหารครบ 3 มื้อ | ✓ | | | |
| 2.2 อาหารทะเลสดมีความหลากหลาย | | ✓ | | ไม่ทำอาหารทะเล |
| 2.3 อาหารรสชาติอร่อย หลากหลายประเภท | | | | ทะเลเป็นส่วนใหญ่ |
| 3. ด้านความปลอดภัย | | | | ไม่มีอาหารทะเล |
| 3.1 เส้นทางและกิจกรรมต่าง ๆ มีความปลอดภัย | ✓ | | | |
| 3.2 การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 3.3 ผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดี | ✓ | | | |
| 3.4 ชุมชนโดยรอบมีความปลอดภัย | ✓ | | | ไม่ไป |

↓ โฮมสเตย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่ สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-----------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 4. ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | | | | |
| 4.1 การสอนอาชีพให้นักท่องเที่ยว | ✓ | | | |
| 4.2 การพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสกับวิถีชุมชนนั้นๆ | | ✓ | | |
| 4.3 ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ <i>๗๗๗๗๗๗</i> | ✓ | | | |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | | | | |
| 5.1 ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า | ✓ | | | |
| 5.2 ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีไมตรีต่อลูกค้า | ✓ | | | |
| 5.3 ผู้ให้บริการสามารถจัดจําบริการที่ลูกค้าต้องการได้ | ✓ | | | |
| 5.4 การส่งเสริมการขายระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน | ✓ | | | |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | | | | |
| 6.1 การบริหารการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 6.2 ที่พักโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าเป็นอย่างดี | ✓ | | | |
| 6.3 ผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือกันในการยกระดับการการท่องเที่ยวในชุมชน | ✓ | | | |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | | | | |
| 7.1 การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่าน Page Facebook <i>คือ Social media</i> | ✓ | | | <i>รับ</i> |
| 7.2 นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 4. ด้านอริยาศยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | | | | |
| 4.1 การสอนอาชีพให้นักท่องเที่ยว | ✓ | | | |
| 4.2 การพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสกับวิถีชุมชนนั้นๆ | | ✓ | | |
| 4.3 ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ | ✓ | | | |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | | | | |
| 5.1 ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า | ✓ | | | |
| 5.2 ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีไมตรีต่อลูกค้า | ✓ | | | |
| 5.3 ผู้ให้บริการสามารถจดจำบริการที่ลูกค้าต้องการได้ | ✓ | | | |
| 5.4 การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน | ✓ | | | |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | | | | |
| 6.1 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 6.2 ที่พักโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าเป็นอย่างดี | ✓ | | | |
| 6.3 ผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือกันในการยกระดับการการท่องเที่ยวในชุมชน | ✓ | | | |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | | | | |
| 7.1 การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่าน Page Facebook | ✓ | | | รับ |
| 7.2 นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ | ✓ | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่ สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-----------------|--------------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | | | | |
| 8.1 การจัดการพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 8.2 ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ | ✓ | | | |
| 8.3 มีศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม | ✓ | | | |
| 8.4 อากาศดี บรรยากาศการท่องเที่ยวสวยงาม | ✓ | | | |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | | | | |
| 9.1 มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ | ✓ | | | |
| 9.2 เผยแพร่รดกผู้ปัญญาชาวบ้านแก่นักท่องเที่ยว | ✓ | | | |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | | | | |
| 10.1 กิจกรรมทางทะเล ดำน้ำดูปะการัง | | ✓ | | ดำน้ำปะ |
| 10.2 กิจกรรมนั่งเรือชมทิวทัศน์ | | ✓ | | นั่งเรือชมทิวทัศน์ |
| 10.3 กิจกรรมหาหอย | | ✓ | | ชมหอย |
| 10.4 กิจกรรมตกหมึก | | ✓ | | ตกหมึก |

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ที่ อว ๗๐๑๐/

วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.ชัยญานัก หล้าแหล่ง

ด้วย นางสาวหมกามาศ พลสุวรรณ รหัสประจำตัว ๖๒๒๐๕๐๔๔ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้ดำเนินการทำโครงการพิเศษ เรื่อง "การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์ กิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ในการนี้ สจล. วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือวิจัยของนักศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้เครื่องมืองานวิจัยมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับสอบถามสำหรับผู้เข้าใช้บริการโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ตามเอกสารแนบด้วย จักขอบคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์ กิตติภูมิ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร” โดย นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ รหัสนักศึกษา 62205049 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับเจ้าของธุรกิจ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้

คะแนน

| | | |
|---------------------------|----------|----|
| ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ถ้าเห็นว่าเป็นไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ)

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็นดี
 ผู้ทรงคุณวุฒิ นส.ดร. ชิงญาภัต นคำชน้อย
 หน่วยงาน ส.อ.อ. ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ

รหัสนักศึกษา 62205049

หัวข้อการศึกษาอิสระ "การตลาดบริการของโฮมสเคย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอ
ปะทิว จังหวัดชุมพร"

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ลงชื่อ ผศ.ดร. ชัยชาติ นันทนทร
(ผศ.ดร. ชัยชาติ นันทนทร)
วันที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง “ การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|-----------------------|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| ข้อมูลทั่วไป | | | | |
| 1. เพศ | / | | | |
| 2. อายุ | / | | | |
| 3. การศึกษา | / | | | |
| 4. สถานภาพ | / | | | |
| 5. อาชีพ | / | | | |
| 6. รายได้หลักต่อเดือน | / | | | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ | | | | |
| 1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ | / | | | |
| 1.2 คุณภาพของที่พักรโฮมสเตย์ | / | | | |
| 1.3 กิจกรรมต้อนรับ | / | | | |
| 2. ด้านราคา | | | | |
| 2.1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสม | / | | | |
| 2.2 ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม | / | | | |
| 2.3 ราคาค่าบริการต่างๆมีความเหมาะสม | / | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | |
| 3.1 สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ | / | | | |
| 3.2 สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ | / | | | |
| 3.3 ทราบจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน | | / | | |
| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
| | +1 | 0 | -1 | |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | |
| 4.1 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต | / | | | |
| 4.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ | / | | | |
| 4.3 โฆษณาที่มีกิจกรรมต่างๆให้แก่ผู้ใช้บริการ | / | | | |
| 5. ด้านบุคลากร | | | | |
| 5.1 ชาวบ้านในหมู่บ้านมีความอึดยาศัยดีเป็นกันเอง | | / | | |
| 5.2 ผู้ประสานงานติดต่อมีความพร้อมและอธิบายได้อย่างชัดเจน | / | | | |
| 5.3 มีคฤหาสน์ที่ท้องถิ่นมีความรู้และความสามารถบรรยายให้เห็นภาพ | | / | | |
| 6. ด้านกระบวนการ | | | | |
| 6.1 ความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก | / | | | |
| 6.2 ความพร้อมของที่พักรีสตอร์ | | / | | |
| 6.3 ความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน | / | | | |
| 6.4 ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ | / | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--------------------------------------|----------|----------|-------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ | | | | |
| 7.1 ความสะอาดของสถานที่พัก | / | | | |
| 7.2 บรรยากาศโดยรวมของโฮมสเตย์ | / | | | |
| 7.3 ภาพลักษณ์ที่ดีของโฮมสเตย์ | / | | | |
| 7.4 ความกว้างของพื้นที่ภายในโฮมสเตย์ | / | | | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|--|----------|----------|-------------|-------------------------------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 1. ด้านที่พัก | | | | ปร: 1.5/5 ทว: 4.5/5 ค: 7.5/10 |
| 1.1 โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม | / | | | |
| 1.2 บริเวณโดยรอบของโฮมสเตย์มีความสะอาด | / | | | |
| 1.3 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ | / | | | |
| 1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม | / | | | |
| 1.5 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย | / | | | |
| 2. ด้านอาหารพื้นถิ่นชุมชน | | | | |
| 2.1 การให้บริการอาหารครบ 3 มื้อ | / | | | |
| 2.2 อาหารทะเลสดมีความหลากหลาย | / | | | |
| 2.3 อาหารรสชาติอร่อย หลากหลายประเภท | / | | | |
| 3. ด้านความปลอดภัย | | | | |
| 3.1 เส้นทางและกิจกรรมต่างๆมีความปลอดภัย | / | | | |
| 3.2 การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ | / | | | |
| 3.3 ผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านต่างๆเป็นอย่างดี | / | | | |
| 3.4 ชุมชนโดยรอบมีความปลอดภัย | / | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อคำถาม | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่ สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-----------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 4. ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | | | | |
| 4.1 การสอนอาชีพให้นักท่องเที่ยว | / | | | |
| 4.2 การพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสวิถีชุมชนนั้นๆ | / | | | |
| 4.3 ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ | / | | | |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | | | | |
| 5.1 ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า | / | | | |
| 5.2 ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีไมตรีต่อลูกค้า | / | | | |
| 5.3 ผู้ให้บริการสามารถจดจำบริการที่ลูกค้าต้องการได้ | / | | | |
| 5.4 การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน | / | | | |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | | | | |
| 6.1 การบริหารการจัดการท่องเที่ยวชุมชนมีประสิทธิภาพ | / | | | |
| 6.2 ที่พักโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าเป็นอย่างดี | | / | | |
| 6.3 ผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือกันในการยกระดับการการท่องเที่ยวในชุมชน | / | | | |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | | | | |
| 7.1 การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่าน Page Facebook | / | | | ทำเรื่อง |
| 7.2 นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ | / | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อความ | สอดคล้อง | ไม่แน่ใจ | ไม่ สอดคล้อง | ข้อเสนอแนะ |
|---|----------|----------|-----------------|------------|
| | +1 | 0 | -1 | |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | | | | |
| 8.1 การจัดการพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ | / | | | |
| 8.2 ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ | / | | | |
| 8.3 มีศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม | / | | | |
| 8.4 อากาศดี บรรยากาศการท่องเที่ยวสวยงาม | / | | | |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | | | | |
| 9.1 มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ | / | | | |
| 9.2 เผยแพร่รดคผู้ปัญญาชาวบ้านแก่นักท่องเที่ยว | / | | | |
| 10. ด้านรายการน้ำเที่ยว | | | | |
| 10.1 กิจกรรมทางทะเล ดำน้ำดูปะการัง | / | | | |
| 10.2 กิจกรรมนั่งเรือชมทิวทัศน์ | / | | | |
| 10.3 กิจกรรมหาหอย | / | | | |
| 10.4 กิจกรรมตกหมึก | / | | | |

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชน อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ผศ.วัชระ ศิลป์เสวตร์ ผู้ช่วยอธิการบดี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรอนุคมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
2. ผศ.ดร.ชัยภูมิกัต หล้าแหล่ง คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรอนุคมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
3. ดร.กิตติ แก้วเขียว คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรอนุคมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC

แบบสรุปผลการทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Testability of Item Variable Congruence Index : IOC) “การตลาดบริการของโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อคำถาม | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ | | | ค่า IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|-----------------------|-------------------------|---------|---------|---------|--------------|
| | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | |
| ข้อมูลทั่วไป | | | | | |
| 1. เพศ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 2. อายุ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3. การศึกษา | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 4. สถานภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 5. อาชีพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 6. รายได้หลักต่อเดือน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์

| คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|---------------------|-----------|-----------|------|--------------|
| | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ | | | | | |
| 1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 1.2 คุณภาพของที่พักรโฮมสเตย์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 2. ด้านราคา | | | | | |
| 2.1 ราคาห้องพักมีความเหมาะสม | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 2.2 ราคาค่าอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 2.3 ราคาค่าบริการต่างๆมีความเหมาะสม | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | | | | | |
| 3.1 สามารถติดต่อจองที่พักทางโทรศัพท์ได้ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3.2 สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อออนไลน์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3.3 ทราบจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | | | | | |
| 4.1 ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 4.2 ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 5. ด้านบุคลากร | | | | | |
| 5.1 ชาวบ้านในหมู่บ้านมีอัธยาศัยดีเป็นกันเอง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 5.2 ผู้ประสานงานมีความพร้อมและอธิบายได้อย่างชัดเจน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 5.3 มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้และความสามารถบรรยายให้เห็นภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ผ่านวารสาร

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|---|---------------------|-----------|-----------|------|--------------|
| | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 6. ด้านกระบวนการ | | | | | |
| 6.1 ความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 6.2 ความพร้อมของที่พักรโฮมสเตย์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 6.3 ความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 6.4 ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 6.5 มีกระบวนการการเข้าพักรวดเร็วไม่ซับซ้อน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ | | | | | |
| 7.1 ความสะอาดของสถานที่พักร | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 7.2 บรรยายภาคโดยรวมของโฮมสเตย์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 7.3 สถานที่พักรมีความเหมาะสมกับการใช้บริการ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 7.4 ความกว้างของพื้นที่ภายในโฮมสเตย์ | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 7.5 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|---|---------------------|-----------|-----------|-----|--------------|
| | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 1. ด้านที่พัก | | | | | |
| 1.1 โฮมสเตย์ได้รับการออกแบบและตกแต่งอย่างสวยงาม | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 1.2 บริเวณโดยรอบของโฮมสเตย์มีความสะอาด | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 1.3 โฮมสเตย์ให้บริการตรงตามที่โฆษณาไว้ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 1.4 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในโฮมสเตย์มีความเหมาะสม | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 2. ด้านอาหาร | | | | | |
| 2.1 การให้บริการอาหาร | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 2.2 อาหารมีความหลากหลาย | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 2.3 อาหารรสชาติอร่อยหลากหลายประเภท | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 2.4 ภาชนะที่ใส่อาหารมีความสะอาดปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3. ด้านความปลอดภัย | | | | | |
| 3.1 เส้นทางต่างๆ มีความปลอดภัย | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3.2 การบริหารจัดการกรณีฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3.3 ผู้ให้บริการมีความชำนาญด้านต่างๆ เป็นอย่างดี | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3.4 ชุมชนโดยรอบโฮมสเตย์มีความปลอดภัย | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 3.5 มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากท่านมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ กองคลัง ings@wpu.ac.th หรือ โทร. 039-241000

| คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|--|---------------------|-----------|-----------|-----|--------------|
| | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 4. ด้านอรรถยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก | | | | | |
| 4.1 การสอนกิจกรรมวิถีชุมชนให้นักท่องเที่ยว | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 4.2 การพักโฮมสเตย์เพื่อสัมผัสวิถีชุมชนนั้นๆ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 4.3 มีการต้อนรับอย่างเป็นกันเอง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 5. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน | | | | | |
| 5.1 ผู้ให้บริการให้ความใส่ใจในความต้องการของลูกค้า | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 5.2 ผู้ให้บริการบริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร มีไมตรีต่อลูกค้า | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 5.3 ผู้ให้บริการสามารถจดจำบริการที่ลูกค้าต้องการได้ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 5.4 การส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ชุมชน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 6. ด้านบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ | | | | | |
| 6.1 การบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนมีประสิทธิภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 6.2 ที่พักโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับข้อติชมและปัญหาของลูกค้าเป็นอย่างดี | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 6.3 ผู้ประกอบการและชุมชนร่วมมือกันในการยกระดับการบริการท่องเที่ยวในชุมชน | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| คำถาม | ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ | | | IOC | ค่าที่ใช้ได้ |
|---|---------------------|-----------|-----------|------|--------------|
| | ท่านที่ 1 | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 | | |
| 7. ด้านการประชาสัมพันธ์ | | | | | |
| 7.1 การนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 7.2 นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 8. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | | | | | |
| 8.1 การจัดการพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 8.2 ชุมชนส่งเสริมกิจกรรมการอนุรักษ์ธรรมชาติ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 8.3 มีศูนย์การเรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 8.4 อากาศดีบรรยากาศการท่องเที่ยวสวยงาม | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 9. ด้านวัฒนธรรม | | | | | |
| 9.1 มีการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 9.2 เผยแพร่มรดกผู้ปัญญาชาวบ้านแก่นักท่องเที่ยว | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 10. ด้านรายการนำเที่ยว | | | | | |
| 10.1 กิจกรรมทางทะเล ดำน้ำดูปะการัง | +1 | +1 | +1 | 1 | ใช้ได้ |
| 10.2 กิจกรรมนั่งเรือชมหิ่งห้อย | +1 | +1 | 0 | 0.66 | ใช้ได้ |
| 10.3 กิจกรรมหาหอย | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้พิมพ์ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Sex

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ชาย | 154 | 40.1 | 40.1 | 40.1 |
| | หญิง | 230 | 59.9 | 59.9 | 100.0 |
| | Total | 384 | 100.0 | 100.0 | |

Age

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ไม่เกิน 20 ปี | 102 | 26.6 | 26.6 | 26.6 |
| | 21 - 30 ปี | 137 | 35.7 | 35.7 | 62.2 |
| | 31 - 40 ปี | 105 | 27.3 | 27.3 | 89.6 |
| | 40 ปีขึ้นไป | 40 | 10.4 | 10.4 | 100.0 |
| | Total | 384 | 100.0 | 100.0 | |

Status

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | โสด | 174 | 45.3 | 45.3 | 45.3 |
| | สมรส | 186 | 48.4 | 48.4 | 93.8 |
| | หย่าร้าง/หม้าย | 24 | 6.3 | 6.3 | 100.0 |
| | Total | 384 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Education

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ประถมศึกษา | 18 | 4.7 | 4.7 | 4.7 |
| | มัธยมศึกษา | 98 | 25.5 | 25.5 | 30.2 |
| | ปริญญาตรี | 176 | 45.8 | 45.8 | 76.0 |
| | ปริญญาโทหรือสูงกว่า | 39 | 10.2 | 10.2 | 86.2 |
| | สายอาชีพ ปวช/ปวส | 53 | 13.8 | 13.8 | 100.0 |
| | Total | 384 | 100.0 | 100.0 | |

Occupation

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ข้าราชการ | 36 | 9.4 | 9.4 | 9.4 |
| | นักเรียน นักศึกษา | 96 | 25.0 | 25.0 | 34.4 |
| | รับจ้างทั่วไป | 60 | 15.6 | 15.6 | 50.0 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 72 | 18.8 | 18.8 | 68.8 |
| | พนักงานบริษัท | 60 | 15.6 | 15.6 | 84.4 |
| | 6 | 60 | 15.6 | 15.6 | 100.0 |
| | Total | 384 | 100.0 | 100.0 | |

Income

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | ต่ำกว่า 10,000 บาท | 79 | 20.6 | 20.6 | 20.6 |
| | 10,000 - 15,000 บาท | 164 | 42.7 | 42.7 | 63.3 |
| | 15,000 - 20,000 บาท | 81 | 21.1 | 21.1 | 84.4 |
| | มากกว่า 40,000 บาท | 60 | 15.6 | 15.6 | 100.0 |
| | Total | 384 | 100.0 | 100.0 | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ANOVA | | | | | | |
|--------------------------|----------------|----------------|-----|-------------|--------|-------|
| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | Between Groups | 1.813 | 3 | .604 | 6.734 | <.001 |
| | Within Groups | 34.103 | 380 | .090 | | |
| | Total | 35.916 | 383 | | | |
| ด้านราคา | Between Groups | 1.056 | 3 | .352 | 3.892 | .009 |
| | Within Groups | 34.383 | 380 | .090 | | |
| | Total | 35.440 | 383 | | | |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | Between Groups | .133 | 3 | .044 | .480 | .696 |
| | Within Groups | 35.181 | 380 | .093 | | |
| | Total | 35.315 | 383 | | | |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | Between Groups | 2.230 | 3 | .743 | 3.300 | .020 |
| | Within Groups | 85.576 | 380 | .225 | | |
| | Total | 87.805 | 383 | | | |
| ด้านบุคลากร | Between Groups | 1.714 | 3 | .571 | 5.191 | .002 |
| | Within Groups | 41.823 | 380 | .110 | | |
| | Total | 43.537 | 383 | | | |
| ด้านกระบวนการ | Between Groups | 1.075 | 3 | .358 | 3.854 | .010 |
| | Within Groups | 35.330 | 380 | .093 | | |
| | Total | 36.405 | 383 | | | |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | Between Groups | 1.869 | 3 | .623 | 5.093 | .002 |
| | Within Groups | 46.491 | 380 | .122 | | |
| | Total | 48.360 | 383 | | | |
| ด้านที่พัก | Between Groups | 1.156 | 3 | .385 | 3.676 | .012 |
| | Within Groups | 39.814 | 380 | .105 | | |
| | Total | 40.970 | 383 | | | |
| ด้านอาหาร | Between Groups | 17.070 | 3 | 5.690 | 45.619 | <.001 |
| | Within Groups | 47.398 | 380 | .125 | | |
| | Total | 64.468 | 383 | | | |
| ด้านความปลอดภัย | Between Groups | .444 | 3 | .148 | 1.287 | .279 |
| | Within Groups | 43.677 | 380 | .115 | | |
| | Total | 44.121 | 383 | | | |
| ด้านอัตรา��ัยไมตรี | Between Groups | 1.182 | 3 | .394 | 2.484 | .061 |
| | Within Groups | 60.299 | 380 | .159 | | |
| | Total | 61.481 | 383 | | | |
| ด้านการสร้างมูลค่า | Between Groups | .584 | 3 | .195 | 1.569 | .196 |
| | Within Groups | 47.146 | 380 | .124 | | |
| | Total | 47.730 | 383 | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Descriptive Statistics

| | N Statistic | Minimum Statistic | Maximum Statistic | Mean Statistic | Std. Deviation Statistic | Skewness | | Kurtosis | |
|--------------------------|----------------|----------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|-----------|------------|-----------|------------|
| | | | | | | Statistic | Std. Error | Statistic | Std. Error |
| ด้านผลิตภัณฑ์ | 384 | 2.67 | 5.00 | 3.7274 | .30623 | -.451 | .125 | .581 | .248 |
| ด้านราคา | 384 | 2.67 | 4.33 | 3.7882 | .30419 | -.827 | .125 | .380 | .248 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.0069 | .30365 | -.479 | .125 | .876 | .248 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 384 | 2.67 | 5.00 | 3.9852 | .47881 | .253 | .125 | -.494 | .248 |
| ด้านบุคลากร | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.0486 | .33716 | -.707 | .125 | .312 | .248 |
| ด้านกระบวนการ | 384 | 2.60 | 4.80 | 4.1380 | .30830 | -1.143 | .125 | 4.693 | .248 |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.1339 | .35534 | -.084 | .125 | 1.387 | .248 |
| ด้านที่พัก | 384 | 2.60 | 5.00 | 4.0865 | .32706 | -.118 | .125 | 2.196 | .248 |
| ด้านอาหาร | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.2826 | .41027 | .282 | .125 | .035 | .248 |
| ด้านความปลอดภัย | 384 | 2.83 | 5.00 | 4.1992 | .33941 | -.455 | .125 | 2.220 | .248 |
| ด้านสวัสดิการ | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.1111 | .40066 | -.084 | .125 | .525 | .248 |
| ด้านการสร้างมูลค่า | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.1178 | .35302 | .109 | .125 | 1.555 | .248 |
| ด้านการบริหาร | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.2500 | .37239 | -.308 | .125 | 1.209 | .248 |
| ด้านการประชาสัมพันธ์ | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.1432 | .45738 | -.063 | .125 | -.127 | .248 |
| ด้านทรัพยากร | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.2826 | .33834 | -.321 | .125 | 1.636 | .248 |
| ด้านวัฒนธรรม | 384 | 2.50 | 5.00 | 4.2148 | .43665 | -.575 | .125 | .867 | .248 |
| ด้านการเข้าเฝ้าฯ | 384 | 3.00 | 5.00 | 4.0664 | .42347 | -.078 | .125 | .200 | .248 |
| Valid N (listwise) | 384 | | | | | | | | |

Group Statistics

| | Sex | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---------|------|-----|--------|----------------|-----------------|
| มาตรฐาน | ชาย | 154 | 4.1730 | .24396 | .01966 |
| | หญิง | 230 | 4.1770 | .26756 | .01764 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | N Statistic | Minimum Statistic | Maximum Statistic | Mean Statistic | Std. Deviation Statistic |
|---------------|----------------|----------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| 1. Product1 | 384 | 3 | 5 | 3.76 | .465 |
| 1. Product2 | 384 | 3 | 5 | 3.73 | .496 |
| 1. Product3 | 384 | 2 | 5 | 3.70 | .486 |
| 2. Price1 | 384 | 3 | 5 | 3.88 | .437 |
| 2. Price2 | 384 | 2 | 5 | 3.74 | .460 |
| 2. Price3 | 384 | 2 | 5 | 3.74 | .478 |
| 3. Place1 | 384 | 3 | 5 | 3.79 | .435 |
| 3. Place2 | 384 | 3 | 5 | 3.78 | .520 |
| 3. Place3 | 384 | 3 | 5 | 4.45 | .632 |
| 4. Promotion1 | 384 | 3 | 5 | 3.98 | .571 |
| 4. Promotion2 | 384 | 2 | 5 | 3.64 | 1.018 |
| 4. Promotion3 | 384 | 2 | 5 | 4.34 | .556 |
| 5. People1 | 384 | 2 | 5 | 3.89 | .486 |
| 5. People2 | 384 | 2 | 5 | 4.41 | .594 |
| 5. People3 | 384 | 3 | 5 | 3.84 | .483 |
| 6. Process1 | 384 | 2 | 5 | 3.88 | .443 |
| 6. Process2 | 384 | 2 | 5 | 4.26 | .606 |
| 6. Process3 | 384 | 2 | 5 | 4.15 | .617 |
| 6. Process4 | 384 | 2 | 5 | 4.08 | .550 |
| 6. Process5 | 384 | 3 | 5 | 4.33 | .583 |
| 7. PE1 | 384 | 2 | 5 | 4.00 | .620 |
| 7. PE2 | 384 | 2 | 5 | 4.20 | .622 |
| 7. PE3 | 384 | 3 | 5 | 4.18 | .634 |
| 7. PE4 | 384 | 2 | 5 | 4.11 | .557 |
| 7. PE5 | 384 | 3 | 5 | 4.18 | .570 |
| 1. Room1 | 384 | 3 | 5 | 3.96 | .556 |
| 1. Room2 | 384 | 3 | 5 | 4.20 | .583 |
| 1. Room3 | 384 | 2 | 5 | 4.19 | .617 |
| 1. Room4 | 384 | 2 | 5 | 4.08 | .533 |
| 1. Room5 | 384 | 2 | 5 | 4.00 | .674 |
| 2. Food1 | 384 | 2 | 5 | 4.17 | .644 |
| 2. Food2 | 384 | 3 | 5 | 4.33 | .571 |
| 2. Food3 | 384 | 3 | 5 | 4.37 | .628 |
| 2. Food4 | 384 | 3 | 5 | 4.26 | .565 |
| 3. Safe1 | 384 | 3 | 5 | 4.12 | .534 |
| 3. Safe2 | 384 | 3 | 5 | 4.23 | .593 |
| 3. Safe3 | 384 | 3 | 5 | 4.17 | .581 |
| 3. Safe4 | 384 | 2 | 5 | 4.23 | .590 |
| 3. Safe5 | 384 | 2 | 5 | 4.19 | .579 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | | |
|--------------------|-----|---|---|------|------|
| 4. Hospitable1 | 384 | 3 | 5 | 3.99 | .615 |
| 4. Hospitable2 | 384 | 3 | 5 | 4.19 | .610 |
| 4. Hospitable3 | 384 | 2 | 5 | 4.16 | .620 |
| 5. Value1 | 384 | 3 | 5 | 4.04 | .603 |
| 5. Value2 | 384 | 2 | 5 | 4.16 | .631 |
| 5. Value3 | 384 | 3 | 5 | 4.15 | .610 |
| 5. Value4 | 384 | 3 | 5 | 4.13 | .590 |
| 6. Manage1 | 384 | 3 | 5 | 4.18 | .516 |
| 6. Manage2 | 384 | 3 | 5 | 4.31 | .618 |
| 6. Manage3 | 384 | 3 | 5 | 4.26 | .592 |
| 7. Public1 | 384 | 3 | 5 | 4.05 | .600 |
| 7. Public2 | 384 | 3 | 5 | 4.23 | .574 |
| 8. Resource1 | 384 | 3 | 5 | 4.18 | .524 |
| 8. Resource2 | 384 | 3 | 5 | 4.34 | .588 |
| 8. Resource3 | 384 | 3 | 5 | 4.32 | .599 |
| 8. Resource4 | 384 | 3 | 5 | 4.28 | .560 |
| 9. Culture1 | 384 | 3 | 5 | 4.11 | .515 |
| 9. Culture2 | 384 | 2 | 5 | 4.32 | .617 |
| 10. Guide1 | 384 | 3 | 5 | 4.21 | .664 |
| 10. Guide2 | 384 | 3 | 5 | 4.07 | .520 |
| 10. Guide3 | 384 | 2 | 5 | 4.00 | .678 |
| 10. Guide4 | 384 | 2 | 5 | 3.99 | .650 |
| Valid N (listwise) | 384 | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Group Statistics

| | Sex | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--------------------------|------|-----|--------|----------------|-----------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์ | ชาย | 154 | 3.7078 | .30328 | .02444 |
| | หญิง | 230 | 3.7406 | .30814 | .02032 |
| ด้านราคา | ชาย | 154 | 3.7597 | .32225 | .02597 |
| | หญิง | 230 | 3.8072 | .29064 | .01916 |
| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ชาย | 154 | 4.0108 | .31524 | .02540 |
| | หญิง | 230 | 4.0043 | .29631 | .01954 |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | ชาย | 154 | 3.9589 | .45307 | .03651 |
| | หญิง | 230 | 4.0029 | .49548 | .03267 |
| ด้านบุคลากร | ชาย | 154 | 4.0303 | .33304 | .02684 |
| | หญิง | 230 | 4.0609 | .34006 | .02242 |
| ด้านกระบวนการ | ชาย | 154 | 4.1455 | .33783 | .02722 |
| | หญิง | 230 | 4.1330 | .28750 | .01896 |
| ด้านลักษณะทางกายภาพ | ชาย | 154 | 4.1442 | .33955 | .02736 |
| | หญิง | 230 | 4.1270 | .36610 | .02414 |
| ด้านที่พัก | ชาย | 154 | 4.0610 | .32284 | .02601 |
| | หญิง | 230 | 4.1035 | .32946 | .02172 |
| ด้านอาหาร | ชาย | 154 | 4.3425 | .45550 | .03670 |
| | หญิง | 230 | 4.2424 | .37264 | .02457 |
| ด้านความปลอดภัย | ชาย | 154 | 4.2110 | .30964 | .02495 |
| | หญิง | 230 | 4.1913 | .35840 | .02363 |
| ด้านธรรมาภิบาล | ชาย | 154 | 4.0931 | .40780 | .03286 |
| | หญิง | 230 | 4.1232 | .39624 | .02613 |
| ด้านการสร้างมูลค่า | ชาย | 154 | 4.0860 | .34106 | .02748 |
| | หญิง | 230 | 4.1391 | .35997 | .02374 |
| ด้านการบริหาร | ชาย | 154 | 4.2208 | .37384 | .03012 |
| | หญิง | 230 | 4.2696 | .37094 | .02446 |
| ด้านการประชาสัมพันธ์ | ชาย | 154 | 4.1331 | .45748 | .03686 |
| | หญิง | 230 | 4.1500 | .45819 | .03021 |
| ด้านทรัพยากร | ชาย | 154 | 4.2906 | .33877 | .02730 |
| | หญิง | 230 | 4.2772 | .33868 | .02233 |
| ด้านวัฒนธรรม | ชาย | 154 | 4.2240 | .43926 | .03540 |
| | หญิง | 230 | 4.2087 | .43575 | .02873 |
| ด้านการนำเที่ยว | ชาย | 154 | 4.0682 | .43091 | .03472 |
| | หญิง | 230 | 4.0652 | .41936 | .02765 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

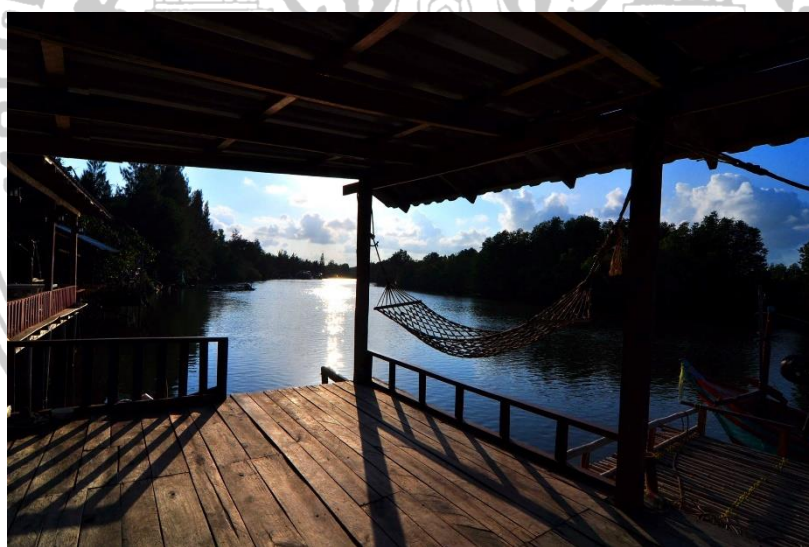


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 บ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์ บางสน

ที่มา : <https://www.facebook.com/homestaybangson>



ภาพที่ 3 ระเบียงบ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์ บางสน

ที่มา : <https://www.facebook.com/homestaybangson>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4 อาหารพื้นบ้าน

ที่มา : <https://www.facebook.com/homestaybangson>



ภาพที่ 5 ล่องเรือชมเกาะ

ที่มา : <https://www.facebook.com/homestaybangson>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ปลาหวานบ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์ บางสน
ที่มา : <https://www.facebook.com/homestaybangson>



ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์ปลาแห้งจากบ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์ บางสน
ที่มา : <https://www.facebook.com/homestaybangson>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8 บ่อสำโรงโฮมสเตย์ อ. ปะทิว จ.ชุมพร

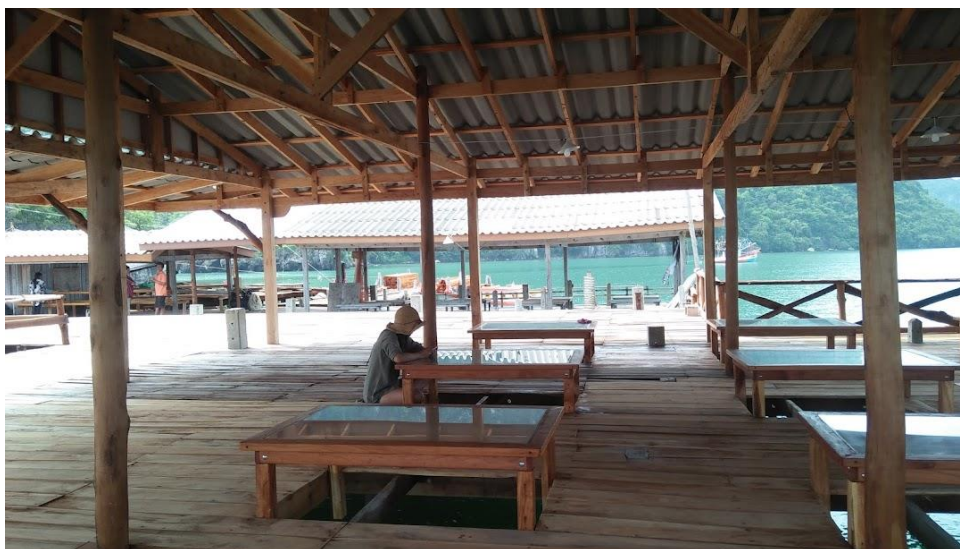
ที่มา : <https://th.worldorgs.com/borsomrong-home-stay>



ภาพที่ 9 บ่อสำโรงโฮมสเตย์ อ. ปะทิว จ.ชุมพร

ที่มา : <https://th.worldorgs.com/borsomrong-home-stay>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 10 บ่อสร้างโฮมสเตย์ อ. ปะทิว จ.ชุมพร

ที่มา : <https://th.worldorgs.com/borsomrong-home-stay>



ภาพที่ 11 บ่อสร้างโฮมสเตย์ อ. ปะทิว จ.ชุมพร

ที่มา : <https://th.worldorgs.com/borsomrong-home-stay>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวผกามาศ พลสุวรรณ
 วัน เดือน ปีเกิด 24 กันยายน 2541
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 74 หมู่ที่ 2 ตำบลท่ายาง อำเภอเมือง
 จังหวัดชุมพร 86130

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2560 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร

สาขาการตลาด

พ.ศ. 2562 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

วิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร

สาขาบริหารธุรกิจ

พ.ศ. 2563 กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (ปวส.-เทียบโอน)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

คณะบริหารธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้