



## โครงการพิเศษ

การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ  
โฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

THE DEVELOPMENT OF SERVICE QUALITY TO MEET CUSTOMERS' NEEDS  
FROM HOMESTAY SERVICES IN CHUMPHON PROVINCE

นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร์

รหัสนักศึกษา 60551012

โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ปีการศึกษา 2563

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SPECIAL PROJECT

THE DEVELOPMENT OF SERVICE QUALITY TO MEET CUSTOMERS' NEEDS  
FROM HOMESTAY SERVICES IN CHUMPHON PROVINCE

Mr.Nattawat Thawornwat

STUDENT ID 60551012

A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENT

FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRIN OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2020

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ใบรับรองโครงการพิเศษ

หัวข้อโครงการพิเศษ

การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของ  
ลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร  
THE DEVELOPMENT OF SERVICE QUALITY TO MEET  
CUSTOMERS' NEEDS FROM HOMESTAY SERVICES IN  
CHUMPHON PROVINCE

ชื่อนักศึกษา

นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร

รหัสประจำตัว

60551012

ปริญญา


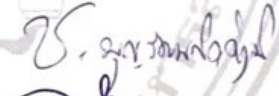
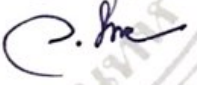

บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร

อาจารย์ผู้ควบคุมโครงการพิเศษ	ลายมือชื่อ
ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร	
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วัชระ ศิลป์เสวตร	
ดร.ชุตินันต์ บุญนวล	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 เวลา 09.00 – 12.00 น

สถานที่สอบ ณ อาคารสำนักวิชา ห้อง BA

เห็นชอบ/รับรอง



(ดร.ชุตินันต์ บุญนวล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 21 เดือน ๗ พ.ศ. 25๖4

หัวข้อโครงการพิเศษ	การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของ ลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร
ชื่อ – สกุล	นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร
รหัสประจำตัว	60551012
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ	ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร 2) ศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร 3) ศึกษาระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ใน จังหวัดชุมพร 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำนวน 384 คน การกำหนดกลุ่มประชากร โดยไม่ทราบจำนวนด้วยสูตรของ Cochran โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพความตรงของเนื้อหาและค่าความเชื่อมั่น โดยได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.912 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ T-test และ F-test, การหาความสัมพันธ์ Correlations

ผลการศึกษา พบว่า 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี รายได้ส่วนใหญ่ระหว่าง 10,001-30,000 บาท สถานภาพส่วนใหญ่ โสด 2) ระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ส่งผลในระดับมาก โดยมีด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เป็นลำดับแรก 3) ระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ส่งผลในระดับมาก โดยมีด้านการอนุรักษ์ การรักษาคูณค่าสิ่งแวดล้อม เป็นลำดับแรก 4) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรกับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ พบว่า คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มีความสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต่งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Project Title</b>	THE DEVELOPMENT OF SERVICE QUALITY TO MEET CUSTOMERS' NEEDS FROM HOMESTAY SERVICES IN CHUMPHON PROVINCE
<b>Name</b>	Nattawat Thawornwat
<b>Student ID</b>	60551012
<b>Degree</b>	Bachelor of Business Administration
<b>Major</b>	Business Administration
<b>Academic Year</b>	2020
<b>Advisor</b>	Dr. Ousanee Sawagvudcharee

### Abstract

The purposes of this research are to 1) study the demographic characteristics of guests who stayed in the homestays in Chumphon Province 2) determine the important factors of customer services that effected to customer satisfaction for guests who stayed in the homestays in Chumphon Province 3) explored the important factors that impact on customer expectations in the homestays in Chumphon Province and 4) study the relationship between service quality and customer satisfaction from guests who stayed in the homestays in Chumphon Province. As there is no exactly figure of the study population, the research was designed to use Cochran formula to calculate the sample size that amount 384 persons. The tool was used to collect data was a questionnaire with a reliability level of Cronbranch's Alpha 0.912. Statistics used to analyse the data were percentage, mean, standard deviation (S.D.), T-test and F-test, and correlations.

The research findings were as follows: 1) The majority of the demographic characteristics of guests who stayed in a homestay in Chumphon were male, age between 31-40, single, average monthly income 10,001-30,000 baht. 2) The important factors of customer services for guests who stayed in the homestays in Chumphon Province were at a high level and each aspect the highest mean was the aspect of Customers service response. 3) The important factors that impact on customer expectations in the homestays in Chumphon Province were at a high level and each aspect the highest mean was environmental rehabilitation and conservation. 4) The relationship between service

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและทุกอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

quality and customer satisfaction by guests who stayed in the homestays in Chumphon Province significant differences at a level of .05.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของ ลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร สำเร็จได้เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความช่วยเหลือในการให้ข้อมูล คำปรึกษา คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และกำลังใจจากบุคคลหลายท่านผู้ศึกษาจึงขอขอบคุณอาจารย์ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญญาภัค หล้าแหล่ง อาจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล อาจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วัชระ ศิลป์เสวตร์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้สละเวลาชี้แนวทาง ตรวจสอบรายงานติดตามความคืบหน้า รวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้มาทุกขั้นตอน และดูแลเอาใจใส่ ให้กำลังใจแก่ผู้ศึกษาในการทำโครงการพิเศษนี้ตลอดมา และขอขอบพระคุณอาจารย์ รศ.ดร.พิภพ วงษ์เงิน ดร.เพชรรัตน์ โลวิษากรติกุล รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม ให้คำปรึกษาแนะนำ และแนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จนทำให้สำเร็จได้ด้วยความสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณมารดา พี่ ๆ และเพื่อนที่คอยให้กำลังใจ กำลังทรัพย์ และให้การสนับสนุนคอยให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้านจนทำให้โครงการพิเศษเล่มนี้สำเร็จด้วยดี ซึ่งผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการทำโครงการพิเศษเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจทั่วไปในการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนาต่อไปให้มีความทันสมัย และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้ผู้ศึกษาขอขอบคุณประโยชน์ และความดีอันพึงมีคุณค่าจากโครงการพิเศษเล่มนี้ ผู้ศึกษาขอขอบให้แด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ด้วยความเคารพอย่างยิ่งที่ให้โครงการพิเศษเล่มนี้สำเร็จลงได้ ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษาหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและตอ้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	X
สารบัญภาพ.....	XII
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา .....	3
1.5 สมมติฐานการศึกษา .....	4
1.6 กรอบแนวคิด .....	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์ .....	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ .....	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีความต้องการต่อการใช้บริการ .....	17
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชุมพร .....	19
2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์ .....	20
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและ  อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา .....	26
3.1 รูปแบบการศึกษา .....	26
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	27
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา .....	31
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	31
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	32
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา .....	32
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	35
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ .....	36
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ใน จังหวัดชุมพร .....	38
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ใน จังหวัดชุมพร .....	44
4.4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความต้อง การของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ที่แตกต่างกัน .....	50
4.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ .....	57
4.6 ข้อเสนอแนะ ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	58
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ .....	59
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	60
5.2 อภิปรายผลการวิจัย .....	63
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	64

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม .....	66
ภาคผนวก.....	69
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	70
ภาคผนวก ข รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายต่าง ๆ .....	78
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพแบบสอบถาม.....	83
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	89
ประวัติย่อผู้ศึกษา.....	112



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและตยงอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางรายชื่อโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร .....	27
3.2 ตารางรายชื่อโฮมสเตย์ที่มีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์ที่กำหนด .....	29
4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ .....	36
4.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ .....	36
4.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ .....	37
4.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ .....	37
4.5 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ.....	38
4.6 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ.....	39
4.7 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า .....	40
4.8 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า .....	41
4.9 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านความใส่ใจลูกค้า .....	42
4.10 เรียงระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ใน จังหวัดชุมพร .....	43
4.11 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านความปลอดภัย และ ความสะอาด .....	44
4.12 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านพื้นที่ .....	45
4.13 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่า สิ่งแวดล้อม .....	46
4.14 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการมีส่วนร่วมของ ชุมชนในท้องถิ่น .....	47
4.15 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการบริหารและ จัดการโฮมสเตย์ .....	48
4.16 เรียงระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร	49
4.17 การเปรียบเทียบ ลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ โฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามเพศ .....	50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและ  ข้างอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 F-Test ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ .....	52
4.19 F-Test ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้ .....	54
4.20 F-Test ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามสถานภาพ .....	56
4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรกับความ ต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ .....	51
4.22 สรุปข้อเสนอแนะที่ได้รับจากแบบสอบถาม .....	52

## สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 กรอบแนวคิด ..... 5



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยนั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมายหลากหลายทั่วทุกภูมิภาค มีทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก และทะเลรวม ถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็น มรดกวัฒนธรรมของไทย หรือสถานที่ท่องเที่ยวคล้ายเครือข่ายผ่องรองน้อยใจ ดังนั้นจึงมีนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติหลายเชื้อชาติเป็นจำนวนมาก ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้สำคัญ 1 ของประเทศ และมีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมอย่างมาก ซึ่งกรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2562-2563 ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจก่อให้เกิดการสร้างงาน และเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่ และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัว และต่อสังคมโดยรวมนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรัก และภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทย ดังนั้นจึง กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งในแต่ละปีสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท ด้วยอัตราการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกปี ส่งผลให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และบริการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจโฮมสเตย์ ซึ่งในปี 2562 ธุรกิจโฮมสเตย์ยังคง เติบโตได้ท่ามกลางแรงกดดันทางการเมือง โดยมีแรงขับเคลื่อนมาจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติหัน มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในต่างจังหวัด ผ่านการเลือกเส้นทางบินตรงไปยังจังหวัดท่องเที่ยวที่มีสนามบินรองรับ

ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ ผลที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ อันได้แก่ การขยายตัวของ GDP เกิดการสร้างงาน เพิ่มมูลค่าการส่งออก และมูลค่าภาษี รวมทั้งการกระตุ้นการลงทุน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการใช้จ่ายเงินของภาครัฐในปัจจุบันความต้องการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เป็นอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งถือว่าเป็นภูมิภาคที่มีแรงขับเคลื่อนในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านนี้มากที่สุด เศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Visitor Economy) จึงถือเป็นเสาหลักในการพัฒนาด้านสังคมในภูมิภาค หากจัดการได้อย่างถูกต้อง และมีความรับผิดชอบ การท่องเที่ยวจะเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจ และสังคมเป็นตัวเชื่อมให้เกิดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศ และความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมในปี 2563 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังคงได้รับความไว้วางใจให้เป็นฟันเฟืองหลักที่สำคัญในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ททท. ในฐานะหน่วยงานหลักด้านการตลาด จึงได้กำหนดเป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ เพื่อสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวรวมให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากปี 2562 ซึ่งจะทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเป็น 2.431 ล้านล้านบาท ในปี 2563 ในขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.287 ล้านล้านบาท ทำให้รายได้รวมเพิ่มขึ้นจาก 3.38 ล้านล้านบาท เป็น 3.718 ล้านล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ดังนั้น ผู้ประกอบการทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะแสวงหา แนวทางเปลี่ยนวิกฤติเป็นโอกาส โดยนำโอกาส และจุดแข็งของประเทศ ที่สะท้อนจากตัวนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศมากำหนดเป็นแนวทางหลักตลอดจนการตลาดท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ตามวิสัยทัศน์ ททท. ที่ต้องการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืนต่อไป

อย่างไรก็ตามจังหวัดชุมพร เป็นอีกหนึ่งเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) เพราะเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยว ดังกล่าว มีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ มีกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ดังกล่าว (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2559) และจากความต้องการที่หลากหลายต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีหลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการจากการท่องเที่ยวพยายามอย่างเต็มที่ในการเข้าถึงตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นท่ามกลางการแข่งขันจากคู่แข่งทางการตลาดท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น จากโอกาส และความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญที่จะศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่สนใจต่อความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการ บริการด้านที่พัก และเพื่อศึกษาช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ เพื่อที่จะนำข้อมูลการศึกษามากำหนดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปเป็น ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร
- 1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร
- 1.2.3 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร
- 1.2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร
- 1.3.2 ทราบถึงระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร
- 1.3.3 ทราบถึงระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร
- 1.3.4 ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

- 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา
 

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเนื้อหาเฉพาะเรื่อง ลักษณะประชากรศาสตร์ คุณภาพในการให้บริการ และความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร
- 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร และพื้นที่การศึกษา
 

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร โดยไม่ทราบจำนวน อำเภอที่ใช้ในการวิจัย คือ ปะทิว เมืองชุมพร ทุ่งตะโก หลังสวน และสวี
- 1.4.3 ขอบเขตระยะเวลาการศึกษา
 

การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลใน 16 กรกฎาคม – 31 ธันวาคม 2563
- 1.4.4 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา
  - 1.4.4.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

1. ลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงาน ด้านความไว้วางใจจากลูกค้า

1.4.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการอนุรักษ์การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์

## 1.5 สมมติฐานการศึกษา

1.5.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ที่แตกต่างกัน

1.5.2 สมมติฐานที่ 2 คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ มีความสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการของโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

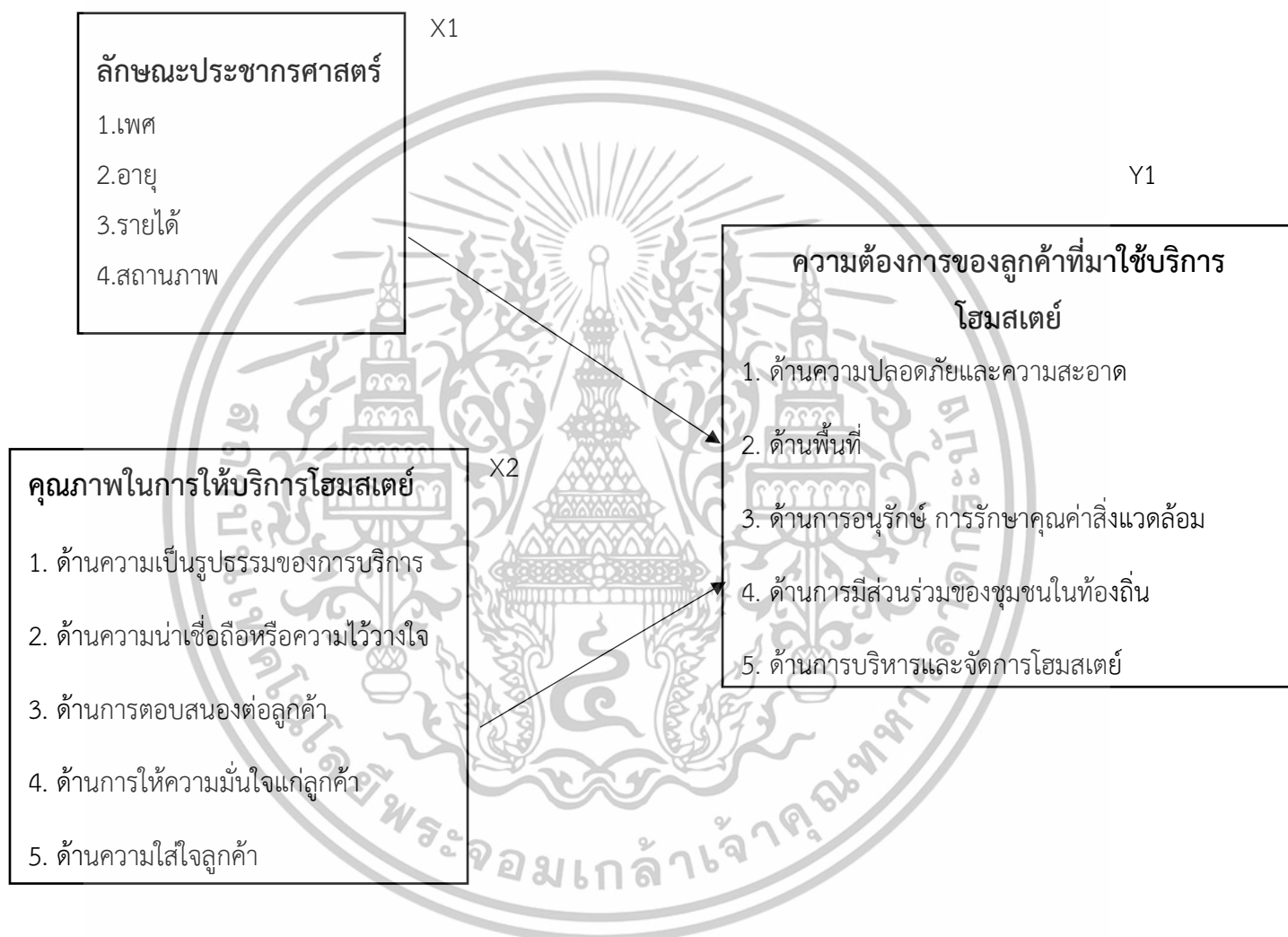
## 1.6 กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

(Independent Variable)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

### คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) คือ การแสดงรูปแบบทางกายภาพของการบริการ เช่น การออกแบบโฮมสเตย์ เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานโฮมสเตย์ที่ติดต่อกับลูกค้า สถานที่ของโฮมสเตย์ รวมถึงการตกแต่งสถานที่
2. ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ (Reliability) คือ การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างที่รับปากไว้ หรือทำได้ตามที่โฆษณาไว้
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือ การตอบสนองของพนักงานต่อลูกค้าที่มาใช้บริการในส่วนของ Responsiveness จะเป็น Service Quality ที่เกี่ยวข้องกับความสนใจที่แก้ปัญหาเมื่อลูกค้ามีปัญหาขณะให้บริการ และความสนใจที่จะให้บริการของพนักงาน
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Empathy) คือ Service Quality ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเอาใจใส่ของพนักงาน และการสนใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าที่ใช้บริการแล้วเกิดมีปัญหา
5. ความไว้วางใจจากลูกค้า (Assurance) คือ Service Quality ที่เกี่ยวข้องกับด้านความรู้ความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ ซึ่งด้าน Assurance จะเป็นสิ่งที่จะสร้างความไว้วางใจจากลูกค้าจะได้รับบริการที่ดีจากพนักงาน

### ความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ

1. ด้านความปลอดภัยและความสะอาด หมายถึง ความปลอดภัยผู้ให้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาดจากการทำงานของพนักงานให้บริการ ความสะอาดสะอาด คือ ปราศจากความมัวหมอง ทั้งกายใจ และสภาพแวดล้อม ความผ่อนคลาย เป็นที่เจริญตา ทำให้เกิดความสบายใจแก่ผู้พบเห็น ผู้ที่มีความสะอาด คือ ผู้รักษาร่างกาย ที่อยู่อาศัย สิ่งแวดล้อมถูกต้องตามสุขลักษณะ
2. ด้านพื้นที่ หมายถึง เป็นทรัพยากรทางธุรกิจ ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของธุรกิจ พื้นที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว
3. ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างฉลาด โดยใช้ให้น้อย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยคำนึงถึงระยะเวลาในการใช้ให้ยาวนาน และก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด รวมทั้งต้องมีการกระจายการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างทั่วถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น หมายถึง การมีส่วนร่วมในชุมชนในการที่ประชาชนใช้สิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบในการเข้าไปร่วมแก้ไขปัญหาของชุมชน รวมไปถึงสำรวจตรวจสอบความจำเป็นในเรื่องต่าง ๆ เพื่อระดมทรัพยากรท้องถิ่น และเสนอแนวทางแก้ไขใหม่ ๆ ให้กับชุมชน

5. ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ หมายถึง การบริหารจัดการ คือ การประสานงานและการบริหารหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายบางอย่าง ประกอบไปด้วย การวางแผน การบริหารทรัพยากรบุคคล และการควบคุมองค์กร โดยที่การบริหารจัดการครอบคลุมตัวของธุรกิจ ตั้งแต่การบริหารจัดการการเงิน การตลาด ทรัพยากรบุคคล กลยุทธ์ การผลิต การปฏิบัติการ และการบริการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพและการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าโฮมสเตย์ ในจังหวัดชุมพร โดยผู้ศึกษาวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษาโดยมีรายละเอียดแต่ละประเด็นตามลำดับดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีความต้องการต่อการใช้บริการ
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชุมพร
- 2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์

##### 2.1.1 ความหมายของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หรือ Demography มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก Deme = people คือ ประชาชนหรือประชากร Graphy = writing up, description หรือ study คือ การศึกษาหรือศาสตร์ ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากร ในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่น ๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุ และผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2559) กล่าวว่า ความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์ และปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

เตชสิทธิ์ กิตติสุบรรณ (2559) ได้กล่าวถึง แนวความคิดด้านประชากรนี้ เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ่น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ

Defleur and Bel-Rokeah (2016) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของ บุคคล หรือลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้ คือบุคคลที่มี พฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะ เลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้า และการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่ต่างกันจะมีความสนใจต่อ ข่าวสารที่ต่างกัน

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2560) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้าน ประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับ การศึกษาอาชีพ และ รายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัด ได้ของประชากร ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา และสังคม วัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิด และความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะ สามารถเข้าถึง และมีประสิทธิผลต่อการ กำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดย วิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่ง และรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่ง และรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้าง ความสัมพันธ์ อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับ และส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิง และเพศชายมีความแตกต่างกัน อย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคม กำหนดบทบาท และ กิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่มียุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชน ต่างกัน คนที่มีอายุมาก มักจะใช้สื่อ เพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวาง และเข้าใจ สารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลเพียงพอในขณะที่คนมีการศึกษาต่อก มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอที่จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ สิ่งพิมพ์มากกว่า ประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของ บุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความ แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้น และการลดลงของ ประชากร โครงสร้างอายุของประชากร การย้ายถิ่นรูปแบบของครอบครัว การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ และวัฒนธรรม

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์

### 2.2.1 ความหมายของการบริการ

ภานุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ได้ให้นิยามคำว่าคุณภาพไว้ว่า เป็นระดับของการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ตามที่ผู้บริโภคต้องการ หรือคาดหวังไว้ และเมื่อนำคุณภาพมาใช้ในบริบทของการบริการ จึงกลายเป็นคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นคำใหม่ที่มีความหมายเฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้น นั่นคือการเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้ให้บริการคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับภายหลังจากการบริการ

หนึ่งนุช ธีระรุจินันท์ (2558 ; อ้างอิงจาก Parasuraman และคณะ) ได้ให้ความหมายคุณภาพการบริการว่า หมายถึง การรับรู้ของลูกค้า ซึ่งจะทำให้การประเมินคุณภาพการบริการโดยทำการเปรียบเทียบความคาดหวังกับการบริการที่ลูกค้าได้รับจริง และองค์กรจะต้องมีการบริการอยู่ในระดับของการรับรู้ของลูกค้า หรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้ากับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินรวมถึงกระบวนการของบริการที่ได้รับจริง

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และคุณภาพการบริการอยู่บนพื้นฐานการประเมิน หรือการวัดคุณภาพการบริการที่สามารถสะท้อนให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เห็นถึงมิติการปฏิบัติ ซึ่งไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของบริการที่ได้รับจริง และนำไปสู่การให้บริการที่มีคุณภาพตรงความต้องการของลูกค้า

### 2.2.2 ลักษณะของการบริการ

การบริการมีลักษณะเฉพาะตัว คือ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถ จับต้องได้ (intangibility) เน่าเสีย (perishability) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ระหว่างการผลิตให้บริการกับการบริโภค (รับบริการ) และมีลักษณะของการไม่เป็นเนื้อเดียวกัน (Heterogeneity)

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการดังนี้ (เบญจมา แจ่มเวชฉาย, 2559)

1. ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ
2. ไม่แน่นอน มีความหลากหลาย (Variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร
3. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) กล่าวคือ การบริโภคบริการจะเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ดังนั้น ผู้ให้บริการรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้เพียงหนึ่งเดียวในเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่เพียงเท่านั้นผู้ให้บริการแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่สามารถให้คนอื่น ให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิต และบริโภคในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้การบริการมีข้อจำกัดในเรื่อง
4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บเอาไว้ได้ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอการให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทัน หรือในบางกรณีก็ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ

### 2.2.3 กระบวนการบริการ

จุดเน้นของกิจกรรม และการดำเนินการของ อุตสาหกรรมการบริการอยู่กระบวนการการบริการ ซึ่งในภาษาอังกฤษเรียกว่า encounter หรือ service process ซึ่งหมายถึง ช่วงขณะที่ลูกค้า และผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

Shostack, (2016) ให้จำกัดความคำว่า กระบวนการบริการ หมายถึง ช่วงขณะที่ ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์ โดยตรงกับการบริการ ขอบเขตของการมีปฏิสัมพันธ์ของบุคคล และระยะเวลาของการปฏิสัมพันธ์ในการ ให้บริการในขณะที่แขกพักอยู่ในรีสอร์ทแห่งหนึ่ง หรือกระบวนการบริการที่ลูกค้าได้รับขณะเที่ยวชม สถานที่กับมัคคุเทศก์ในหนึ่งวัน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.4 การจำแนกประเภทบริการ

มีการจำแนกประเภทการบริการเอาไว้หลากหลาย เช่น จำแนกประเภทตามขอบเขตของการมีปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคลในระหว่างการให้บริการ ผลงานของ Miu (2016) ซึ่งมักจะถูกนำมาอ้างอิงอยู่บ่อย ได้จำแนกประเภทการบริการออกเป็น 3 อย่าง ได้แก่

1. Maintenance - interactive service เป็นบริการที่เรียบง่ายที่สุด การบริการมีความคงเส้นคงวา มีความแตกต่างกันน้อย เช่น บริการในร้านอาหารประเภทจานด่วนจะมีมาตรฐาน เหมือนกันหมดไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน หรือประเภทใด

2. Task - interactive service การบริการนี้เป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงมากขึ้นเป็นกิจกรรมที่ผู้ให้บริการจะต้องเป็นผู้ให้ข้อมูล หรือจะต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น การให้บริการทางการเงินของเจ้าหน้าที่ธนาคาร หรือบริษัทนายหน้าต่าง ๆ

3. Personal - interactive service เป็นบริการที่ขึ้นอยู่กับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นหลักเป็นบริการที่ต้องใช้หลักทางด้านวิชาการสูง มีข้อผูกมัดสูง การบริการขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน และต้องอาศัยความไว้วางใจระหว่างกันสูงในกระบวนการการให้บริการ

การบริการทางด้านการท่องเที่ยว และโรงแรมมีลักษณะเป็นการบริการประเภทที่ 3 นี้ เพราะต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์อย่างมีศิลปะระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า เช่น พนักงานเสิร์ฟจะต้องฝึกฝนวิธีการเสิร์ฟอาหารอย่างถูกวิธีมีคฤศนจะต้องผ่านการฝึกอบรมมาก่อนการออกทัวร์จริง สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณภาพของการบริการที่มอบให้กับนักท่องเที่ยว และเป็นจุดเน้นของการวิเคราะห์คุณภาพการบริการ

## 2.2.5 เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ

เบญชภา แจ่มฉาย (2559) ได้กล่าวถึง หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการไว้ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย ธุรกิจจึงต้อง คำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ด้านทำเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องเสียเวลาอรอนาน เพราะอาจทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเบื่อ และเปลี่ยนไปใช้บริการจากที่อื่น

2. ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) คือ เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการหากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) เกิดขึ้นจากความแตกต่างของลักษณะลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลูกค้าอาจมีความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ลูกค้าย่อมมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

4. การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าได้รับทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยการใช้ภาษา เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย

5. ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ความพร้อมเป็นประสิทธิภาพของการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ

6. ความรู้ของผู้ให้บริการ (Knowledge and competence) ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญของผู้ให้บริการจะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

7. คุณค่าของการให้บริการ (Value) คุณค่าของงานบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจ และไม่เสียดายที่จะจ่ายเงินค่าบริการ เมื่อลูกค้าได้รับการบริการตรงตามที่คาดหวัง

8. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) หมายถึง ความมีน้ำใจของพนักงาน ความจริงใจ และรู้สึกยินดีที่จะต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่จะได้รับ

9. ให้ความสนใจในลูกค้า (Interest) การให้ความสนใจ และเอาใจใส่ต่อลูกค้านั้นเป็นสิ่งจำเป็นไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครต่อคุณดูแลเอาใจใส่เขา อย่าทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าถูกทอดทิ้งไม่ได้รับการเอาใจใส่จากพนักงาน

10. ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การที่ธุรกิจผู้ให้บริการมีการบริการที่ดีมีการได้รับรางวัล หรือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ สร้างความน่าเชื่อถือโดยการบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และมั่นใจในบริการ

11. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอเท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น ๆ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจ เมื่อกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

12. การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึง การให้บริการตอบสนองทันที เมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการ หรือเมื่อเกิดปัญหาก็สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่าง ๆ ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง

13. ความปลอดภัย (Security) ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาดจากการทำงานของพนักงานให้บริการ

14. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) ผู้ให้บริการจะต้องทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร ดังนั้น ต้องค้นหาสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นมาบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลูกค้า ถ้าผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการมาตอบสนองเขาได้ก็ หมายถึง ความมีประสิทธิภาพของบริการ

## 2.2.6 โมเดลคุณภาพการบริการ

SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ จากการศึกษาวิจัยของ Parasuraman, Zethamal และBerry (1985) ได้มีการ กำหนดทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ โดยใช้ชื่อ โมเดลคุณภาพการบริการ SERVQUAL โดย แบ่งออกเป็น 10 ประเด็น ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสม่ำเสมอของมาตรฐานในการบริการ และความเชื่อถือได้ หมายถึง การที่บริษัทได้ส่งมอบการบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องในครั้งแรกที่ได้รับบริการ
2. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อม และความเต็มใจในการให้บริการแก่ลูกค้า และยังรวมถึงการให้บริการภายในเวลาที่เหมาะสม
3. ความสามารถ (Competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ และมีทักษะที่ดีในการให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ผู้เข้ารับบริการต้องได้รับความสะดวก ไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อนเกินไป ใช้เวลาในการรอคอยน้อย และผู้ให้บริการอยู่ในสถานที่ที่ติดต่อได้สะดวกเวลาเปิด และปิดให้บริการมีความเหมาะสม
5. การมีมารยาท (Courtesy) หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีความสุภาพอ่อนโยนต่อการให้บริการ ให้เคารพต่อลูกค้า ให้ความสนใจ เป็นมิตร และมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย
6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถที่จะอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงการบริการได้เป็นอย่างดี และมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และแจ้งรายละเอียดของค่าบริการให้ลูกค้าได้รับทราบ
7. ความไว้วางใจได้ (Credibility) หมายถึง ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือที่ลูกค้าจะได้รับ และความซื่อสัตย์ที่ผู้ให้บริการจะมีต่อลูกค้า
8. ความมั่นคง (Security) หมายถึง บริการที่ได้รับจะต้องปราศจากความเสี่ยงจากสิ่งที่เป็นอันตราย หรือปัญหาต่าง ๆ ต้องให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในชีวิตทรัพย์สิน ชื่อเสียง
9. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding the customer) หมายถึง เจ้าหน้าที่ หรือผู้ให้บริการต้องเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และสนใจที่จะตอบสนองต่อความต้องการนั้น
10. ลักษณะทางกายภาพ หรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibility) หมายถึง การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ที่ใช้ในการบริการ เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้บริการการท่องเที่ยว ดังกล่าว เปรียบเทียบได้กับขั้นตอนของการส่งมอบสินค้าให้แก่ ลูกค้า และนับว่ามีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การศึกษาการให้บริการช่วยให้สามารถระบุตัวแปรที่สำคัญ และเหมาะสม เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องมือในการทำการวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

## 2.2.7 เครื่องมือการวัดคุณภาพการบริการ

เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการ หรือที่เรียกว่า SERVQUAL เป็นเครื่องมือ เพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการบริการ โดยอาศัยการประเมินพื้นฐานจากการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังที่ลูกค้าจะได้รับบริการกับการบริการที่ลูกค้าได้รับจริง ซึ่งในระยะเริ่มแรกได้มีการกำหนดมิติที่ใช้วัดคุณภาพการบริการไว้ 10 มิติ (หัตถญา คงปริพันธ์. 2560; อ้างอิงจากZeithaml, Parasuraman and Berry.) กล่าวคือ

มิติที่ 1 ความน่าเชื่อถือของร้าน และพนักงาน หมายถึง การที่คุณลักษณะ หรือบริการที่บริษัทมอบให้มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ มีความถูกต้องเหมาะสม ตัวอย่างเช่น บริษัทสามารถให้บริการตามเวลาที่กำหนด หรือตามที่รับปากไว้กับลูกค้า การเรียกเก็บเงินมีความถูกต้องไม่ผิดพลาด

มิติที่ 2 ความพร้อมในการตอบสนองลูกค้า บริษัทมีความเต็มใจ และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันกับความต้องการของลูกค้า อย่างเช่น ให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทันใจ พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ เป็นต้น

มิติที่ 3 มีความสามารถในการให้บริการได้อย่างชำนาญ กล่าวคือ มีความสามารถในการให้บริการได้อย่างถูกต้องเหมาะสมมีความเชี่ยวชาญ เช่น พนักงานขายมีความสามารถในการให้รายละเอียดแก่สินค้าได้เป็นอย่างดี

มิติที่ 4 การเข้าถึงการบริการ การติดต่อมีปฏิสัมพันธ์มีความคล่องตัว สามารถทำได้ง่าย เช่น โทรศัพท์สามารถโทรติดต่อได้ง่าย มีพนักงานบริการพร้อมเวลาเปิด-ปิด บริการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า สถานที่ติดต่อขอรับบริการสามารถเดินทางไป-มา ได้สะดวก เป็นต้น

มิติที่ 5 ความมีมารยาท ความสุภาพ คือ การให้บริการมีความสุภาพให้เกียรติลูกค้า คำนึงถึงความรู้สึกของลูกค้า เช่น พนักงานให้บริการอย่างมีอัธยาศัย มีความเป็นมิตรกับลูกค้า ไบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น

มิติที่ 6 การติดต่อสื่อสาร บริษัทสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจง่าย ยินดีรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า สามารถให้คำตอบแก่ลูกค้าในส่วนที่ลูกค้าไม่เข้าใจได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น สามารถให้รายละเอียดในส่วนการใช้บริการได้อย่างชัดเจน สามารถอธิบายได้ว่าลูกค้าต้องจ่ายมากแค่ไหน สำหรับงานบริการนั้น ๆ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มิติที่ 7 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความมีเครดิตของบริษัทแสดงถึงบริษัทมีความน่าเชื่อถือ คำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้า โดยสิ่งที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือไว้วางใจของบริษัท ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัท บุคลิกภาพส่วนตัวของพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า ความซื่อสัตย์ และความจริงใจของผู้ที่ให้บริการแก่ลูกค้า

มิติที่ 8 ความปลอดภัย สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกปลอดภัยจากอันตรายความเสี่ยงต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ความปลอดภัยทางด้านร่างกาย เช่น ไปใช้บริการเอทีเอ็มแล้วไม่ต้องกลัวว่าจะถูกปล้น ความมั่นคงทางการเงิน อย่างเช่น ชื้อกองทุนแล้วมั่นใจว่าเงินไม่สูญ การเก็บรักษาเป็นความลับ เช่น บริษัททำให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าข้อมูลของลูกค้าจะเป็นความลับ

มิติที่ 9 ความเข้าใจในตัวลูกค้า บริษัทพยายามที่จะเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีความเข้าใจในตัวลูกค้าเป็นอย่างดีว่าลูกค้าต้องการอะไร อย่างเช่น บริษัทมีการศึกษาความต้องการของลูกค้า สามารถจำลูกค้าประจำได้ มีการจัดหาระบบสมาชิก เป็นต้น

มิติที่ 10 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความสามารถในการรับรู้ได้ทางกายภาพของการบริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก การตกแต่งภายในตัวอาคาร เครื่องแบบของพนักงานผู้ให้บริการ อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ ในสถานบริการ เป็นต้น

ซึ่งต่อมา ได้มีการพัฒนาปรับปรุงเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการขึ้นมาใหม่ โดยเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิม 10 มิติข้างต้น ให้รวมกันเหลือ 5 มิติหลัก อันประกอบไปด้วย

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่สื่อออกมาให้ผู้รับบริการได้รู้สึกถึงความตั้งใจของผู้ให้บริการ โดยปรากฏอยู่ในรูปแบบที่จับต้องได้ เช่น อาคาร สถานที่ เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ อุปกรณ์ต่าง ๆ ป้ายการโฆษณาที่สื่อถึงให้ผู้รับบริการทราบ และรับรู้ถึงการบริการที่เป็นรูปธรรม เอกสารที่ใช้ควบคู่ไปกับการบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าใจในรูปแบบของบริการมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงบุคลากรที่ให้บริการด้วย

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง การบริการที่ทำให้ผู้รับบริการสามารถไว้วางใจที่จะเลือกรับบริการ ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องสร้างความเชื่อถือแก่ผู้รับบริการ โดยจะต้องรักษาสัญญาที่ให้ไว้แก่ผู้รับบริการในทุก ๆ ครั้งที่ให้บริการ รวมถึงการบริการที่มีความเสมอต้นเสมอปลาย มีความถูกต้อง และมีความชัดเจนในการให้บริการ จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกสามารถวางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความสามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเข้าถึงการบริการได้ทุกที่ ทุกเวลา และสะดวกสบายในการรับบริการมากที่สุด ซึ่งการบริการจะต้องตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันที่ และต้องมีความถูกต้องด้วย โดยผู้ให้บริการจะตอบสนองลูกค้าได้ดั่งนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อม และมีความเต็มใจที่จะให้บริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการแสดงถึง ความรู้ และทักษะความสามารถของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องให้บริการด้วยการใช้ ถ้อยคำที่สุภาพ นุ่มนวล มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้รับบริการเสมอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่าจะได้รับการบริการจากผู้ให้บริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึงจิตใจ ลูกค้าแต่ละราย และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเป็นพิเศษ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับบริการที่พิเศษ เหนือกว่าใคร จะต้องใส่ใจรายละเอียด และรู้ว่าความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าว่าลูกค้าต้องการรับ บริการแบบใด การบริการแบบใดที่จะเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายมากที่สุด

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีความต้องการต่อการใช้บริการ

### 2.3.1 สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากงานบริการ

นิติพล ภูตะโชติ (2561) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการแล้ว ลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับจากงานบริการหลายอย่างซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การดูแลเอาใจใส่ (Care, Take Care) ลูกค้าส่วนมากต้องการให้ผู้ที่ให้บริการดูแลเอาใจใส่ ให้ความสนใจเขาให้บริการเขาเต็มความสามารถ ไม่ละเลยทอดทิ้ง ติดตามงานนั้นจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2. ความเอื้ออาทรช่วยเหลือ (Hospitality) ความมีไมตรีจิต เพื่อให้ความช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนต้องการ ถ้าผู้ให้บริการปฏิบัติดีกับลูกค้าดีมากเท่าไร ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการมากขึ้นเช่นกัน

3. ความซาบซึ้ง (Appreciation) ความซาบซึ้งในบุญคุณของผู้มีอุปการคุณ ลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด การให้ความสำคัญ และเห็นคุณค่าลูกค้าคือบุคคลสำคัญ จะทำให้ผู้ทำงานในธุรกิจบริการตั้งใจทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ

4. ความพร้อมของผู้ให้บริการ (Readiness) ความพร้อมของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานบริการ คือ ต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งความพร้อมของพนักงานจะต้องมีความรู้ในเรื่องของงานเป็นอย่างดี และพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าทันที

5. เปิดใจกว้าง เพื่อรับฟังความคิดเห็น (Open Minded) ผู้ที่ทำงานในธุรกิจให้บริการจะต้องเปิดใจกว้าง เพื่อรับฟังความคิดเห็น และคำแนะนำต่าง ๆ จากลูกค้า หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง การรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ จะทำให้เราได้ข้อมูล เพื่อนำมาปรับปรุงงานบริการให้ดีขึ้น และเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าพอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ความกระตือรือร้น (Enthusiast) เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่มีความตื่นตัว และมีชีวิตชีวาไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ ดังนั้นผู้ที่ทำงานนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในเรื่องการทำงาน มีความตั้งใจในการทำงาน ใช้ความพยายามในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลารอคอยนาน

7. ความประทับใจ (Impression) ความประทับใจในการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา เพราะลูกค้าจ่ายแพงสิ่งที่เขาควรจะได้รับ คือ ความประทับใจในบริการ ถ้าเขาไม่ได้รับความประทับใจก็เท่ากับว่าเขาได้รับบริการที่ไม่คุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป การสร้างความประทับใจนั้นต้องคำนึงถึง ความรู้ความสามารถของพนักงาน มีประสบการณ์ในการทำงาน และผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี สร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Innovative) เนื่องจากธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันสูง การปรับปรุง การเปลี่ยนแปลง และสร้างสรรค์สิ่งที่ดีต่าง ๆ เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าย่อมเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

8. ความประณีตเรื่องบริการ (Neat and Nice) งานบริการเป็นงานที่ต้องทำความประณีตและความสุภาพอ่อนโยนในการให้บริการ งานบริการควรหลีกเลี่ยงการทำงานในลักษณะที่มีคุณภาพต่ำ เพราะจะทำให้เกิดปัญหา งานบริการที่ดีต้องมีมาตรฐาน และมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับว่าเป็นบริการระดับมืออาชีพ

9. มีคุณค่า (Value of Service) คุณค่าของงานให้บริการเกิดขึ้นจากความภาคภูมิใจของผู้มาใช้บริการ เพราะทำให้เขาได้รับการยกย่อง และยอมรับในสังคม เหมาะสมกับเกียรติยศศักดิ์ศรี บารมี

10. ความปลอดภัย (Security) ลูกค้าต้องการความปลอดภัยทั้งชีวิต ทรัพย์สิน และบริการสถานบริการใดที่มีความเสี่ยง ลูกค้าจะหลีกเลี่ยงไม่ไปใช้บริการ ลูกค้าจะเลือกไปใช้บริการที่มีความปลอดภัยสูง ถึงแม้ว่าราคาจะแพงกว่าลูกค้าก็เต็มใจที่จะจ่าย

11. ความจริงใจ (Sincerity) ผู้ให้บริการจะต้องให้ความจริงใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่หวังแต่เพียงผลประโยชน์จากการทำธุรกิจ เมื่อลูกค้ามีปัญหาเกิดขึ้นจะต้องให้ความช่วยเหลือแนะนำ และมีความจริงใจที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

12. การยอมรับนับถือ (Respect) เนื่องจากลูกค้า คือ บุคคลที่สำคัญที่สุดของธุรกิจให้บริการ การยอมรับนับถือ การยกย่อง การให้เกียรติ และการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง พนักงานจะต้องให้เกียรติลูกค้าทั้งต่อหน้า และลับหลัง

13. ตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา (Get Desire) สิ่งที่ลูกค้าปรารถนา คือ ความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ เห็นคุณค่าของบริการที่เขาได้รับ จากค่านิยมของคุณภาพการให้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปได้ว่า คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคว่า ได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง (Excellent Service) ซึ่งตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึก คุ่มค่า ประทับใจ และเกิดเป็นความจงรักภักดี

## 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดชุมพร

### 2.4.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดชุมพร

จังหวัดชุมพรมีชื่อปรากฏตั้งแต่ปีพุทธศักราช 1098 ในตำนานพระธาตุเมืองนครศรีธรรมราชฉบับของหอสมุดแห่งชาติ โดยมีความว่า เมืองชุมพรนั้นมีฐานะเป็นเมืองสิบสองนักษัตรของนครศรีธรรมราช ใช้รูปแพะเป็นตราเมือง เป็นเมืองหน้าด่านฝ่ายเหนือเพราะอยู่ทางตอนบนของภาคใต้ การเดินทางโดยทางบกจำเป็นต้องผ่านเมืองชุมพร ในปีพุทธศักราช 1997 แผ่นดินสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถปรากฏในกฎหมายตราสามดวงว่า เมืองชุมพรเป็นเมืองตรีอาณาจักรฝ่ายใต้ของกรุงศรีอยุธยา จนถึงพุทธศักราช 2459 จึงมีฐานะเป็นจังหวัดในมณฑลสุราษฎร์ธานี

คำว่า “ชุมพร” ตามอักษรแยกได้เป็น 2 คำ คือ คำว่า “ชุม” ซึ่งมีความหมายว่า รวม, ชุก, มาก, รวมกันอยู่ และคำว่า “พร” ซึ่งมีความหมายว่า ของดี, ของที่เลือกเอา, ของประเสริฐ ดังนั้นคำว่าชุมพร ถ้าแปลตามตัวอักษร ก็จะได้ความหมายว่า เป็นที่รวบรวมของประเสริฐ แต่ชื่อเมืองชุมพรนั้นไม่ได้มีความหมายตามตัวอักษร

ประการแรก เชื่อกันว่าชุมพรนั้นมาจากคำว่า “ประชุมพล” หรือ “ชุมนุมล” ซึ่งแปลได้ว่า “รวมกำลัง” เนื่องจากในสมัยก่อนชุมพรเป็นเมืองหน้าด่านทางภาคใต้ และกองทัพมักจะมาตั้งค่ายอยู่ที่เมืองชุมพร ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการรบกับพม่า หรือปราบกบฏภายในราชอาณาจักรก็ตาม เมื่อยกทัพหลวงมาครั้งใด เมืองชุมพรก็ต้องเป็นที่ชุมนุมพล หรือชุมนุมกองทัพเสมอ คำว่าชุมพรจึงเป็นไปได้ว่าเกิดจากการเรียกเพี้ยนมาจากคำว่าประชุมพล เพราะคนไทยทางใต้ชอบพูดคำสั้น ๆ จึงตัดคำว่าประออกเสียเหลือแค่ “ชุมพล” และคำว่าพลก็เพี้ยนกลายมาเป็นคำว่า “พร” แทน ซึ่งตามธรรมดา ชื่อเมือง หรือตำบล มักจะถูกเรียกเพี้ยนไปจากเดิมเสมอ อย่างไรก็ตามเมืองชุมพรนับว่าเป็นเมืองที่สำคัญทางยุทธศาสตร์มาตั้งแต่สมัย โบราณ ดังนั้นจากคำว่าประชุมพลจึงมีความหมายตรงกับประวัติศาสตร์ของเมืองที่ว่า เป็นเมืองสำคัญทางยุทธศาสตร์

ประการที่สอง ในการเดินทางไปรบทัพจับศึกของแม่ทัพนายกองตั้งแต่สมัยโบราณ เมื่อจะเคลื่อนพลจะต้องทำพิธีส่งทัพโดยการบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ขอให้ได้ รับชัยชนะในการสู้รบ เพื่อเป็นการบำรุงขวัญทหาร ในสถานที่ชุมนุม เพื่อรับพรเช่นนี้จึงตรงกับความหมายชุมนุมพร หรือประชุมพร ซึ่งทั้งสองคำนี้อาจเป็นต้นเหตุของคำว่า “ชุมพร” เช่นเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประการที่สาม เนื่องจากที่ตั้งเมืองเดิมนั้นอยู่ทางฝั่งขวาของคลองชุมพร ซึ่งมีต้นไม้ชนิดหนึ่งที่เรียกกันว่า “มะเดื่อชุมพร” ขึ้นอยู่ทั่วไป เดิมคลองนี้ยังไม่มีชื่อภายหลังจึงถูกตั้งชื่อว่าคลองชุมพร ตามชื่อต้นไม้ เพราะปกติการตั้งชื่อท้องที่ หรือแม่น้ำลำคลองมักจะตั้งตามชื่อต้นไม้ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ปรากฏอยู่ ณ ที่แห่งนั้น ต่อมาเมืองที่มาตั้งจึงมีชื่อตามต้นไม้ไปด้วย เช่นเดียวกับชื่อชุมพร อาจเรียกตามชื่อ หรือคลอง หรือชื่อต้นไม้ก็เป็นได้

## 2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์

### 2.5.1 ประวัติความเป็นมาโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ ความหมาย คือ เป็นรูปแบบที่พักประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural Tourism) และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านพักที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีประชาชนเป็นเจ้าของบ้าน และประชาชนสมาชิกในครัวเรือน ซึ่งอาศัยอยู่ประจำ และบ้านนั้นเป็นสมาชิกในรูปแบบของกลุ่ม ชมรม หรือว่าสหกรณ์ที่ร่วมจัดกันเป็นโฮมสเตย์ในชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้าน และผู้เป็นเจ้าของบ้านเองก็มีความยินดีในการบริการ รับประทานอาหาร และกับนักท่องเที่ยว และเต็มใจ ที่จะรับนักท่องเที่ยวพร้อมทั้งถ่ายทอดประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม ของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว และพานักท่องเที่ยวเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว และทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เล่นน้ำตก ขี่จักรยาน นั่งเรือเดินป่าศึกษาธรรมชาติ และได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในถิ่นนั้น ๆ ได้ด้วย ซึ่งข้อดีพื้นฐานของ Homestay ถือว่า ผู้มาพักเป็นแขกของบ้าน มิใช่นักท่องเที่ยว ดังนั้นหากใครที่ไปพักค้างแรมที่ที่พักแบบโฮมสเตย์ จะถือว่าเป็นแขกของบ้านพักนั้น ๆ

สำหรับจุดเริ่มต้น และความเป็นมาของโฮมสเตย์ (Homestay) เริ่มขึ้นในทวีปยุโรปในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในช่วงนั้นผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยว และที่พักที่ห่างไกลชุมชนเมือง และร่องรอยความกดดันของสงครามไปสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบร่มรื่น ธรรมชาติที่สวยงามก่อให้เกิดที่พักแรมสำหรับ นักท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ ได้แก่ Bed & Breakfast บ้านพักในฟาร์ม (Farm house) และเกสต์เฮาส์ (Guest house) และโฮมสเตย์ที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่เรียกชื่อแตกต่างกันไปตามพื้นที่ประเทศ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามถึงแม้จะเรียกชื่อแตกต่างกันไป แต่ทั้งหมดดำเนินการภายใต้แนวคิดเดียวกันนั่นก็คือ ถือว่าผู้ที่เข้ามาพักเป็นแขกของบ้าน มิใช่นักท่องเที่ยว (BE A GUEST NOT JUST A TOURIST)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5.2 ความสำคัญของโฮมสเตย์

ในปัจจุบันทางรัฐบาลได้ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาพักโฮมสเตย์กันมากขึ้น เพราะเห็นว่าเป็นอีกหนึ่งทางที่จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการให้เช่าโฮมสเตย์ มีส่วนทำให้บุคคล หรือครอบครัวผู้ให้เช่ามีรายได้เพิ่มขึ้น และทำให้ชุมชนในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นสถานที่เสริมสร้างความรู้ เป็นแหล่งท่องเที่ยว เกิดการสร้างงาน สร้างได้ของคนในพื้นที่ ทำให้คนในชุมชนไม่ต้องออกไปทำงานยังต่างถิ่น โดยลักษณะของโฮมสเตย์ ถือว่าเป็นรูปแบบบริการที่พักหน่วยที่เล็กที่สุดก็ว่าได้ เพราะในบ้านหลังหนึ่งมีเพียงไม่กี่ห้องนอน โดยมีเจ้าของกิจการ และนักท่องเที่ยวต่างเปิดใจเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ที่เป็นมิตรไมตรีต่อกัน เจ้าของบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย และเจ้าของบ้านนั้นจะต้องจัดเตรียมห้องพัก และจัดห้องนอน ไว้แก่นักท่องเที่ยวที่มาพักค้างแรมเป็นห้องส่วนตัว เพราะบางช่วงเวลานักท่องเที่ยวต้องการความเป็นส่วนตัว และที่พักเองก็ต้องมีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน รวมทั้งจัดทำอาหารตามแบบชีวิตประจำวันปกติ ให้แก่นักท่องเที่ยวแต่ละมื้อวางแผน หรือเตรียมจัดรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว อาจพาไปเที่ยวเองตามความเหมาะสม เป็นการเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาพัก จะเห็นว่าโฮมสเตย์นั้น แม้จะเป็นรูปแบบการบริการที่พักขนาดเล็ก แต่สามารถสร้างความมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มาค้างกับเจ้าของบ้านได้ดีทีเดียว ถึงแม้รูปแบบการบริการห้องพักจะไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายเทียบเท่าโรงแรมก็ตาม แต่ก็ถือว่าเป็นการเปิดมุมมอง และได้รับประสบการณ์จากการได้ทำกิจกรรม ได้เรียนรู้ ได้ถ่ายรูป ได้ลิ้มลองรสชาติอาหารในชุมชนนั้นด้วย และในปัจจุบันที่พักแบบโฮมสเตย์ในเมืองไทย ก็มีอยู่ทั่วทุกภูมิภาคเลยทีเดียว โดยรูปแบบการให้บริการก็คล้าย ๆ กันแต่ที่แตกต่างกัน ก็คงจะลักษณะของภูมิศาสตร์ วิถีชีวิต และประเพณี วัฒนธรรม ท้องถิ่นนั้น ๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวที่ไปพักได้สัมผัสกับวิถีชีวิต และได้เกิดการเรียนรู้ในชุมชนนั้น ๆ และได้รับความพึงพอใจ และความประทับใจจากการให้บริการของโฮมสเตย์อีกด้วย

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกรัตน์ ดวงพิกุล และ จารุพันธ์ เมธะพันธ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประกอบด้วย 7 ด้านได้แก่ 1) ด้านการเข้าถึงพื้นที่ทางการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ 2) ด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรม และรายการนำเที่ยว 5) ด้านทรัพยากรและสภาพแวดล้อม 6) ด้านการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขาย 7) ด้านการบริหารจัดการ ของกลุ่มโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านอาหาร เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับนักท่องเที่ยว 2) ด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านการบริหารจัดการของกลุ่มโฮมสเตย์ตามลำดับ จากการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ โดยการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด พบว่า จุดแข็งของกลุ่มโฮมสเตย์ ได้แก่ 1) ผู้นำกลุ่มมีภาวะผู้นำสูง 2) การดำเนินงานของกลุ่ม มีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน 3) มีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลาย 4) มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม 5) มีความปลอดภัย จุดอ่อน ได้แก่ 1) การสื่อสารกับชาวต่างชาติ 2) ขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 3) ขาดงบประมาณดำเนินงาน 4) บ้านพักไม่เพียงพอ โอกาส ได้แก่ 1) กระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นที่นิยม 2) มีการรับรอง มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 3) การดำเนินวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ส่วนอุปสรรค ได้แก่ 1) การแข่งขันธุรกิจ ท่องเที่ยวในจังหวัดน่านมีมากขึ้น 2) ขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง 3) เส้นทางคมนาคมเข้าชุมชน ไม่ค่อยสะดวก

จักรณัฐ สิริโกกร และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ ในภาคตะวันออกของประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า 1) ภาพรวมคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ อยู่ในระดับสูง 2) คุณภาพการบริการของโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน กับโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐาน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 3) มีตัวแปรสำคัญ 7 ตัวแปร ของปัจจัยคุณภาพการบริการ และ 11 ตัวแปรสำคัญ ของปัจจัยการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ 4) แนวทางการพัฒนาการจัดการที่มีประสิทธิผลของโฮมสเตย์ ในภาคตะวันออกของประเทศไทย ประกอบด้วย การพัฒนาการสื่อสารทางการตลาด, การพัฒนาคุณภาพการบริการ, การพัฒนาผู้ประกอบการ และบุคลากรผู้ให้บริการ, การพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ และการสร้างความร่วมมือการบริหารจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

เปรมปรีดา ทองลา และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษา พบว่า 1) ชาวไทยโฮมสเตย์ เน้นจิตบริการ และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไม่ถือว่าการทำโฮมสเตย์ คือ ธุรกิจ 2) เขาบายศรีโฮมสเตย์เน้นการต้อนรับที่อบอุ่น ยิ้มทักทาย และบริการที่ประทับใจ และดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวเหมือนญาติ 3) แหลมสิงห์โบทเฮาส์โฮมสเตย์ เน้นความยืดหยุ่น แต่ต้องปฏิบัติตามกฎ และกติกาที่ตั้งไว้ร่วมกัน

กฤตยา เตยโพธิ์ และพนัส โปธะบัติ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัย พบว่า โฮมสเตย์ในพื้นที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 มีความเกี่ยวข้องกับคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยววิถีการดำเนินชีวิตเป็นสังคม ที่เรียบง่ายปลอดภัยมุ่งเน้นการดำรงชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสัมพัทธ์ธรรมชาติ ที่พักโฮมสเตย์ทั้งสามแห่งมีปัญหาด้านการสาธารณสุขโรค สภาพแวดล้อมภายใน บริเวณบ้านพัก การเดินทางควรได้รับการส่งเสริมจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นไปในทิศทางเดียวกันแนวทางการพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ ระบบนิเวศรอบ อาณาบริเวณ ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ห้องน้ำ อาคารที่พักใช้ประโยชน์ ป้ายข้อมูล การให้ข้อมูล การท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เข้ามาใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม

สุภักดิ์ศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง มาตรฐานโฮมสเตย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานโฮมสเตย์ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 9 ด้าน ยกเว้น ด้านการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์อยู่ในระดับปานกลาง การตัดสินใจเลือกที่พักโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ชาวไทยในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย อยู่ในระดับมาก ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์เห็นว่า ความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านความปลอดภัย และด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าของบ้าน และสมาชิก ส่วนด้าน ที่พัก ด้านอาหาร และโภชนาการ ด้านรายการนำเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้าง คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านบริการของกลุ่มโฮมสเตย์ ไม่มีความสัมพันธ์ และผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกที่พักโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์เห็นว่า สิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการที่พักโฮมสเตย์ คือ ที่พักมีความแข็งแรง แบ่งห้องพักให้นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ตั้งอยู่ติด Mahasarakham University ริมแม่น้ำโขง และถนนคนเดิน และติดถนนไปแก่งคุดคู้ มีบรรยากาศภายในบ้านพักที่ดีมีที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว ราคาถูก และมีห้องน้ำในตัวบ้านพัก มีมุมพักผ่อนร่มรื่น ลักษณะชนิดของอาหารควรเป็นอาหารท้องถิ่น น้ำดื่มสะอาดเพียงพอ ภาชนะที่ใช้บรรจุอาหารต้องสะอาด ห้องครัว และอุปกรณ์ ถูกสุขลักษณะ ต้องมียาสามัญประจำบ้าน ไว้บริการ มีการรักษาความปลอดภัย มีการต้อนรับนักท่องเที่ยว บริเวณหน้าบ้านมีการแจ้งกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทราบผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์สามารถให้คำแนะนำ และมีรายการนำเที่ยวมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว และเป็นมิตรทุกเพศได้มีแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และบริเวณใกล้เคียงเพียงพอดูแลรักษา และอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว และลดสภาวะโลกร้อน มีการดำรงรักษา และให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม และประเพณีของท้องถิ่นทุกกิจกรรม ควรจัดผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นของที่ระลึกของฝาก หรือเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว มีการบริหารงานด้วยตนเอง และสมาชิกในครอบครัว ซึ่งดำเนินการดีอยู่แล้ว และในชุมชนพึ่งพาอาศัยกัน เห็นด้วยกับระบบการจูงลงทะเบียน และชำระเงินล่วงหน้า และรายละเอียดค่าใช้จ่าย และบริการที่ชัดเจน เอกสาร สิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีเพียงพอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธาริตา สกุรัตน์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาเอกลักษณ์ เพื่อหาแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับที่พักสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่ที่พักสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบท จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความคิดเห็น ว่าเอกลักษณ์ของที่พักสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบท จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความโดดเด่นใน ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 โดดเด่นด้านลักษณะทางวัฒนธรรม เรื่องลักษณะทางวัฒนธรรม ด้านงานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 โดดเด่น ด้านประสบการณ์ และความรู้สึก ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้าน และสมาชิก ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 นักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่ที่พักสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบท จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการรวบรวมข้อมูล ได้มีการเสนอแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้เอกลักษณ์ของ ที่พัก สัมพัทธ์วัฒนธรรม ชนบท จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้ 1) สามารถสร้างมูลค่าจากเอกลักษณ์ด้าน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ 2) สามารถสร้างมูลค่าจากเอกลักษณ์ด้านลักษณะทางวัฒนธรรม ด้านงาน สวพ. มทร.สุวรรณภูมิ สถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม 3) สามารถสร้างมูลค่าจากเอกลักษณ์ด้าน ประสบการณ์ และความรู้สึกที่ดี โดยอาศัยอัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้าน โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสิ่งที่มีอยู่ มีการปรับปรุงพัฒนาเสริม จุดเด่น และแก้ไขจุดด้อย ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเพิ่มมูลค่าที่พักสัมพัทธ์วัฒนธรรมของตน คำนึงถึงประโยชน์ในภาพรวมของชุมชน จึงควรเป็นการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามา เพื่อส่งผลให้เกิด รายได้ และทรัพยากรในชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่องเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่าง ยั่งยืน

มรรณพญา เฮย์โน้ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทรรศนะของนักท่องเที่ยวต่อมาตรฐานการบริการโฮมสเตย์ ในเขตเทศบาล ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผลจากการศึกษา พบว่าทรรศนะของนักท่องเที่ยวต่อมาตรฐานการบริการโฮมสเตย์ในเขตเทศบาลตำบลเชียงคานอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มาตรฐานด้านที่พัก รองลงมา คือ มาตรฐานด้านมูลค่าเพิ่ม มาตรฐานด้านอาหาร และโภชนาการมาตรฐานด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมาตรฐานด้านความปลอดภัยมาตรฐานด้านสภาพแวดล้อม มาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ มาตรฐานด้านการจัดการทรรศนะของนักท่องเที่ยวต่อมาตรฐานการบริการโฮมสเตย์ในเขตเทศบาลตำบลเชียงคานอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละข้อค้น พบว่า มาตรฐานด้านที่พักข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และแสงสว่างส่องเข้าถึง ไม่มีกลิ่นอับ และมีหลังคาที่สามารถกันน้ำฝนได้ มาตรฐานด้านอาหาร และโภชนาการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีอาหารปรุงมาอย่างดี มาตรฐานด้านความปลอดภัย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การดูแล และซ่อมแซมสิ่งก่อสร้าง ในที่พัก เพื่อความปลอดภัยอยู่เสมอ มาตรฐานด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียม เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมมาตรฐานด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าของบ้านโฮมสเตย์ต้อนรับ และแนะนำสภาพแวดล้อมของหมู่บ้าน มาตรฐานด้านสภาพแวดล้อมข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และชุมชนอยู่เสมอ มาตรฐานด้านมูลค่าเพิ่ม ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีร้านขายของที่ระลึกในชุมชนที่เหมาะสม และมาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีคู่มือ หรือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวเป็นของตนเอง

วรภรณ์ ดวงแสง (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนานวัตกรรมการจัดระบบบริหารจัดการโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ผลการศึกษา พบว่า ระบบการจองที่พักแบบโฮมสเตย์ที่มีความเหมาะสมจึงเป็น แบบฟอร์มในการจดบันทึก ผลการสำรวจแบบฟอร์มในการจองที่พักที่พึงประสงค์ของสมาชิกเป็น แบบฟอร์มที่อยู่ในรูปแบบบันทึกในแบบฟอร์มประกอบไปด้วย ชื่อ-สกุลผู้เข้าพัก หมายเลขติดต่อ จำนวนผู้เข้าพัก วันเวลาเข้าพัก ซึ่งจะยึดผู้เข้าพักเป็นหลัก และกระจายลงในแต่ละโฮมสเตย์ ซึ่งในบางครั้งก่อให้เกิดปัญหาในการจัดลำดับโฮมสเตย์ และระบบบัญชีของโฮมสเตย์ที่มีความเหมาะสม ต้องมีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน เริ่มจากการจองที่พักพร้อมชำระเงิน โดยบันทึก รายรับ และหักรายรับเข้ากลุ่ม

ธเนศ เฮ่ประโคน (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จโฮมสเตย์พื้นถิ่นในประเทศประชาคมอาเซียน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญสูงสุดในโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง คือ ด้านการจัดการโดยรวม รองลงมา คือ ด้านกิจกรรม และวิถีชีวิต ด้านการปฏิสัมพันธ์ และความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก และสุขอนามัย ตามลำดับ ปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญสูงสุดในโฮมสเตย์จิปัด คือ ด้านการปฏิสัมพันธ์รองลงมา คือ ด้านการจัดการด้านสังคม สิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรม และการรักษาสภาพแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสุขอนามัย ด้านการจัดการด้านการตลาดเศรษฐกิจชุมชน ด้านที่พักที่ให้บริการวิถีชีวิตพื้นถิ่น และมีความปลอดภัยตามลำดับ ปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญสูงสุดในโฮมสเตย์ วไลโตโกว คือ ด้านธรรมเนียมปฏิบัติ รองลงมา คือ ด้านการจัดการด้านการตลาด ด้านกิจกรรม ด้านสังคมสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจชุมชน ด้านที่พักรวมสิ่งอำนวยความสะดวกสุขอนามัย ด้านการปฏิสัมพันธ์ และความปลอดภัย ตามลำดับ ข้อค้นพบจากการวิจัย คือ ปัจจัยความสำเร็จเกิด จากการรับรู้คุณค่าผ่านประสบการณ์เชิงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน โดยนัยของปัจจัยความสำเร็จแต่ละตัว มีลักษณะเป็นปัจเจกในโครงสร้างแบบจำลองการวัดการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยความสำเร็จของแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน โดยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในปัจจัยด้านที่พักในระดับต่ำ ข้อเสนอแนะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์พื้นถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

- 3.1 รูปแบบการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา

#### 3.1 รูปแบบการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ลักษณะประชากรศาสตร์ และคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จากนั้นจึงทำการสรุปผลการศึกษา เพื่อนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของตาราง และการบรรยายประกอบ โดยเสนอแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาความถูกต้องของรูปแบบ และความถูกต้องของภาษา พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และนำแบบสอบถาม มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of ItemObjective: IOC) หากอยู่ในช่วง 0.60 ถึง 1.00 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ แล้วจึงมาทดลองใช้ (Try out) แบบสอบถามกับลูกค้าโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ทดลองใช้แบบสอบถามทั้งสิ้น 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (Internal Consistency Method) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่มีค่าไม่น้อยกว่า 0.80 ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยในการศึกษาครั้งนี้ แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.95 โดยปัจจัยที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการศึกษา คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ สถานภาพที่แตกต่างกัน  
อย่างไร รวมถึงศึกษาคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ ประกอบด้วยด้านความเป็นรูปธรรมของการ  
บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ หรือความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าของ  
พนักงาน ด้านความไว้วางใจจากลูกค้า ว่ามีความสัมพันธ์ต่อความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการ  
โฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วยด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ด้านกิจกรรมการ  
ท่องเที่ยว ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการ  
บริหารและจัดการโฮมสเตย์ อย่างไร

### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักโฮมสเตย์ จังหวัดชุมพร

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ดังนี้

- 1) กำหนดให้โฮมสเตย์ใน จังหวัดชุมพรเป็นพื้นที่ในการศึกษาโดยทำการรวบรวมรายชื่อของโฮมสเตย์

#### ตารางที่ 3.1 รายชื่อโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

ลำดับ	รายชื่อ	ตำบล	อำเภอ
1	บ่อสำโรงโฮมสเตย์	ปากคลอง	ปะทิว
2	บ้านใต้โฮมสเตย์	สะพลี	ปะทิว
3	โฮมสเตย์บ้านชายสวน	บางสน	ปะทิว
4	บ้านไม้ชายคลองโฮมสเตย์	บางสน	ปะทิว
5	รุ่งอรุณโฮมสเตย์	ปากคลอง	ปะทิว
6	โฮมสเตย์บ้านปากคลอง	ปากคลอง	ปะทิว
7	ภูแก้วโฮมสเตย์	ปากคลอง	ปะทิว
8	รับลมชมคลองโฮมสเตย์	ปากน้ำ	เมืองชุมพร
9	บ้านริมน้ำโฮมสเตย์	ปากน้ำ	เมืองชุมพร
10	ร่มแสงโฮมสเตย์	ท่ายาง	เมืองชุมพร
11	บ้านชมแซโฮมสเตย์	ท่าตะเภา	เมืองชุมพร
12	แดนโดมโฮมสเตย์	ด่านสวี	สวี
13	โฮมสเตย์ท้องตมใหญ่	ด่านสวี	สวี
14	แม่ปราณีโฮมสเตย์	บ้านท้องตมใหญ่	สวี
15	ท้องโตนดโฮมสเตย์	ด่านสวี	สวี
16	อ่าวครามโฮมสเตย์	ด่านสวี	สวี
17	โฮมสเตย์โกทศ	ด่านสวี	สวี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตารางที่ 3.1 รายชื่อโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร(ต่อ)

ลำดับ	รายชื่อ	ตำบล	อำเภอ
18	กันเองโฮมสเตย์	เขาทะเล	สวี
19	มอส เมฆโฮมสเตย์	ปากตะโก	ทุ่งตะโก
20	ปากตะโกโฮมสเตย์	ปากตะโก	ทุ่งตะโก
21	เฟอร์รี่โฮมสเตย์	ปากตะโก	ทุ่งตะโก
22	ปายเลย์โฮมสเตย์	บ้านน้ำตะโก	ทุ่งตะโก
23	บ้านป่าศรีโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
24	บ้านป่าเสียม&ลุงขาวโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
25	โฮมสเตย์เรือนปาริฉัตร	บางน้ำจืด	หลังสวน
26	บ้านสบายสบายโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
27	ริมเลย์โฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
28	เรือนตังเกโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
29	บ้านไออุ่นทะเลโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
30	บ้านแมนมโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
31	ปูเลย์โฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
32	ป่าสาครโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
33	โฮมสเตย์บ้านผู้ใหญ่	บางน้ำจืด	หลังสวน
34	บ้านริมเลย์ (ตัว) โฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
35	บ้านพรหมเวชโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
36	เคียงเลย์โฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
37	บ้านป่าเมียด & ลิงวีโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
38	พะเนียดโฮมสเตย์	ชั้นเงิน	หลังสวน

2) กำหนดโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรที่ใช้เป็นสถานที่เก็บข้อมูล คือ 1. อำเภอปะทิว ตำบลที่จะใช้เป็นสถานที่เก็บข้อมูล คือ ตำบลปากคลอง 2. อำเภอเมืองชุมพร ตำบลที่จะใช้เป็นสถานที่เก็บข้อมูล คือ ตำบลปากน้ำ 3. อำเภอสวี ตำบลที่จะใช้เป็นสถานที่เก็บข้อมูล คือ ตำบลด่านสวี 4. อำเภอทุ่งตะโก ตำบลที่จะใช้เป็นสถานที่เก็บข้อมูล คือ ตำบลปากตะโก 5. อำเภอหลังสวน ตำบลที่จะใช้เป็นสถานที่เก็บข้อมูล คือ ตำบลบางน้ำจืด และมีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบให้โดดเด่นพร้อมทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 รายชื่อโฮมสเตย์ที่มีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 20 แห่งดังนี้

ลำดับ	รายชื่อ	ตำบล	อำเภอ
1	บ่อสำโรงโฮมสเตย์	ปากคลอง	ปะทิว
2	รุ่งอรุณโฮมสเตย์	ปากคลอง	ปะทิว
3	โฮมสเตย์บ้านปากคลอง	ปากคลอง	ปะทิว
4	ภูแก้วโฮมสเตย์	ปากคลอง	ปะทิว
5	รับลมชมคลองโฮมสเตย์	ปากน้ำ	เมืองชุมพร
6	บ้านริมน้ำโฮมสเตย์	ปากน้ำ	เมืองชุมพร
7	แดนโตมโฮมสเตย์	ด่านสวี	สวี
8	โฮมสเตย์ห้องต้มใหญ่	ด่านสวี	สวี
9	อ่าวครามโฮมสเตย์	ด่านสวี	สวี
10	โฮมสเตย์โกทศ	ด่านสวี	สวี
11	ห้องโถงโฮมสเตย์	ด่านสวี	สวี
12	มอส เมฆโฮมสเตย์	ปากตะโก	ทุ่งตะโก
13	ปากตะโกโฮมสเตย์	ปากตะโก	ทุ่งตะโก
14	ปายเลย์โฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
15	บ้านป่าศรีโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
16	บ้านสบายสบายโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
17	บ้านไออุ่นทะเลโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
18	โฮมสเตย์บ้านผู้ใหญ่	บางน้ำจืด	หลังสวน
19	บ้านพรหมเวชโฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน
20	บ้านริมเลย์ (ติว) โฮมสเตย์	บางน้ำจืด	หลังสวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่ทราบจำนวน โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) สูตรนี้ใช้กรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และต้องการประมาณค่าเฉลี่ยของประชากร มีดังนี้

จากสูตร

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 เท่ากับ 1.65 (ความเชื่อมั่น 90%) >>Z=1.65

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) >>Z=1.96

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 เท่ากับ 2.58 (ความเชื่อมั่น 99%) >>Z=2.58

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10

ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ระดับความเชื่อมั่น 99% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{0.5 \times 0.5 (1.96)^2}{0.05^2} \\ n &= \frac{0.9604}{0.0025} \end{aligned}$$

$$n = 384.16 > 384 \text{ ราย}$$

ดังนั้น ขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ 384 ราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำแนกออกเป็น ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

#### 3.3.1 ตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรต้นได้ (Independent Variables) ได้แก่

3.3.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ

3.3.1.2 คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ ประกอบด้วยด้านความเป็นรูปธรรม ของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการเอาใจใส่ ลูกค้าของพนักงาน ด้านความไว้วางใจจากลูกค้า

#### 3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

3.3.2.1 ความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ประกอบด้วยด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้สำหรับศึกษา คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ตรวจสอบเนื้อหาของคำถามที่อยู่ในแบบสอบถาม เพื่อพิจารณาว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีความเข้าใจ ต่อคำถามในแบบสอบถามตรงกัน และมีเนื้อหาครบถ้วนที่จะใช้สอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นของ ลูกค้าที่เข้ามาพักโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่เข้ามาพักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาพักโฮมสเตย์ในจังหวัด ชุมพร มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใช้หลักการ Service Quality ประกอบด้วย 5 ประการ คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการมี ส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการอนุรักษ์การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการบริหารและจัดการ โฮมสเตย์ จำนวน 24 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ มีลักษณะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำลังศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดตัวแปร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องมือที่ เป็นข้อคำถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อนำมาเป็นกรอบการสร้างแบบสอบถาม

2. จัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการศึกษา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างตามกรอบแนวคิดการศึกษา นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้ว หลังจากผู้ศึกษาได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสอบถามรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งรวบรวมแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร โดยการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ คุณภาพในการให้บริการและความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่าง ๆ และเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

#### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น หลังจากได้รับแบบสอบถามคืนมาโดยการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ ความสอดคล้อง ความเที่ยงตรง และการได้รับคำตอบที่ชัดเจน สำหรับคำถามปลายเปิดของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาทั้งหมด

#### 3.6.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ในแบบสอบถามตอนที่ 1 ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเฉลี่ยร้อยละ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ ในแบบสอบถามตอนที่ 2 ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในแบบสอบถามตอนที่ 3 ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

โดยการนำเนอข้อมูลรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผลการดำเนินการศึกษานี้ โดยได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามไว้ ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดเป็น 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดเป็น 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดเป็น 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดเป็น 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดเป็น 1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{ดังนั้นช่วงคะแนน} = 0.8$$

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ที่แตกต่างกันใช้การทดสอบ t-test และ F-Test (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ มีความสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการของโฮมสเตย์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ซึ่งการบอกระดับ หรือขนาดของความสัมพันธ์ กับใช้ตัวเลขค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์ในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย หรือไม่มีเลยสำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยทั่วไป ถ้าใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.90 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมากที่สุด
0.70 – 0.90	มีความสัมพันธ์กันมาก
0.50 – 0.70	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
0.30 – 0.50	มีความสัมพันธ์กันน้อย
0.00 – 0.30	มีความสัมพันธ์กันน้อยที่สุด

เครื่องหมาย +, - หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ โดยที่หาก r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน  
r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม

6. การวิเคราะห์ข้อมูลของข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยทำการสังเคราะห์ประเด็นการเสนอแนะที่มีลักษณะคล้ายกัน สรุปรวมเป็นข้อความ และเสนอเป็นอัตราค่าร้อยละ

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาคุณภาพในการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 ชุด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของการให้บริการโฮมสเตย์ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จึงขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ที่แตกต่างกัน (ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 1) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ใช้การทดสอบ t-test และ F-Test (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 2) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson correlation) เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ให้หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตาม

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ในรูปแบบของตาราง พร้อมคำอธิบาย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ใช้ในการสำรวจด้วยแบบสอบถาม แบ่งเป็น เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ผู้วิจัยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

#### ตารางที่ 4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	223	58.10
หญิง	161	41.90
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 และเพศหญิง จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9

#### ตารางที่ 4.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20-30 ปี	131	34.10
31-40 ปี	134	34.90
41-50 ปี	71	18.50
51-60 ปี	35	9.10
61 ปีขึ้นไป	13	3.40
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมา คือ อายุ 20-30 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 และน้อยที่สุด คือ อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	20.10
10,001 – 30,000 บาท	162	42.20
30,001 – 50,000 บาท	90	23.40
50,001 – 70,000 บาท	36	9.40
70,001 – 90,000 บาท	11	2.90
90,001 บาทขึ้นไป	8	2.10
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้อยู่ที่ 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมา คือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และน้อยที่สุด คือ รายได้ 90,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 4.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แต่งงานแล้ว	120	31.30
แยกกันอยู่	34	8.90
โสด	230	59.90
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพ โสด จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9 รองลงมา คือ แต่งงานแล้ว จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และน้อยที่สุด คือ แยกกันอยู่ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของ คุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความใส่ใจลูกค้า โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล

**ตารางที่ 4.5** ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ลำดับ	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ</b>					
1	บริเวณโฮมสเตย์มีความปลอดภัย	3.46	0.91	มาก	5
2	บริเวณโฮมสเตย์มีการตกแต่งที่ดี	4.10	0.80	มาก	1
3	พนักงานแต่งกายสุภาพ	3.91	0.77	มาก	2
4	โฮมสเตย์มีห้องละหมาดหรือห้องอาหารสำหรับผู้มาใช้บริการที่นับถือศาสนาอิสลาม	3.82	0.92	มาก	4
5	การติดต่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ทำให้มีความสะดวก	3.86	0.84	มาก	3
<b>รวม</b>		<b>3.83</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.83$  , S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1. บริเวณโฮมสเตย์มีการตกแต่งที่ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$  , S.D. = 0.80) 2. พนักงานแต่งกายสุภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$  , S.D. = 0.77) 3. การติดต่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ทำให้มีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$  , S.D. = 0.84) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ บริเวณโฮมสเตย์มีความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.46$  , S.D. 0.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ

ลำดับ	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ</b>					
1	พนักงานปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี	3.77	0.88	มาก	3
2	พนักงานทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือได้ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ครอบคลุม ตรงประเด็น	3.98	0.73	มาก	1
3	พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหา ให้กับผู้ที่มาใช้บริการ	3.82	0.79	มาก	2
<b>รวม</b>		3.85	0.80	มาก	

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.85$ , S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า พนักงานทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือได้ ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ครอบคลุม ตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.73) รองลงมา คือ พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ที่มาใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = 0.79) และ ด้านมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 0.88) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ลำดับ	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า</b>					
1	พนักงานตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว	3.86	0.91	มาก	4
2	พนักงานกระตือรือร้นและใส่ใจแก้ปัญหา	3.97	0.74	มาก	1
3	มีพนักงานจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.89	0.81	มาก	2
4	การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษาสำหรับผู้มาใช้บริการที่นับถือศาสนาอิสลาม	3.89	0.79	มาก	3
5	พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่สำคัญได้ดี	3.85	0.78	มาก	5
<b>รวม</b>		<b>3.89</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.89$ , S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1. พนักงานกระตือรือร้นและใส่ใจแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.74) 2. มีพนักงานจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.81) 3. การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษาสำหรับผู้มาใช้บริการที่นับถือศาสนาอิสลาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.79) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่สำคัญได้ดี ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. 0.78)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ลำดับ	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า</b>					
1	การให้บริการพร้อมรอยยิ้มและสุภาพ อ่อนโยน	3.73	0.88	มาก	4
2	สามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของ ลูกค้า	3.99	0.74	มาก	1
3	ลูกค้ามีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าพัก	3.88	0.82	มาก	3
4	การแจ้งค่าใช้จ่ายบริการมีความถูกต้อง ตรงกับที่แจ้งไว้ เชื่อถือได้	3.89	0.81	มาก	2
รวม		3.87	0.81	มาก	

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.87$ , S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1. สามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.74) 2. การแจ้งค่าใช้จ่ายบริการมีความถูกต้องตรงกับที่แจ้งไว้ เชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.81) 3. ลูกค้ามีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าพัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.82) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การให้บริการพร้อมรอยยิ้ม และสุภาพอ่อนโยน ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. 0.88)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ระดับความคิดเห็นคุณภาพในการให้บริการ ด้านความใส่ใจลูกค้า

ลำดับ	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านความใส่ใจลูกค้า</b>					
1	พนักงานใส่ใจผู้ใช้บริการ เช่น กล่าวทักทายลูกค้าพร้อมชื่อ	3.75	0.87	มาก	3
2	พนักงานให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ	3.97	0.73	มาก	1
3	การบริการพนักงานสม่ำเสมอ	3.88	0.74	มาก	2
<b>รวม</b>		<b>3.86</b>	<b>0.78</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการ ด้านความใส่ใจลูกค้า มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.86$  , S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า พนักงานให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$  , S.D. = 0.73) รองลงมา คือ การบริการพนักงานสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.88$  , S.D. = 0.74) และด้านมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานใส่ใจผู้ใช้บริการ เช่น กล่าวทักทายลูกค้าพร้อมชื่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$  , S.D. = 0.87) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 เรียงระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

ลำดับ	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>คุณภาพการให้บริการ</b>					
1	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.83	0.84	มาก	5
2	ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ	3.85	0.80	มาก	4
3	ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.89	0.80	มาก	1
4	ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	3.87	0.81	มาก	2
5	ด้านความใส่ใจลูกค้า	3.86	0.78	มาก	3
รวม		3.86	0.80	มาก	

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.86$ , S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ( $\bar{X}=3.89$ , S.D. = 0.80) รองลงมา คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ( $\bar{X}=3.87$ , S.D. = 0.81) และด้านความใส่ใจลูกค้า ( $\bar{X}=3.86$ , S.D. = 0.78) ส่วนด้านที่อยู่อันดับสุดท้าย คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ( $\bar{X}=3.83$ , S.D. = 0.84) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 3** ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของ ความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล

**ตารางที่ 4.11** ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านความปลอดภัย และความสะอาด

ลำดับ	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านความปลอดภัยและความสะอาด</b>					
1	มีความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.73	0.91	มาก	5
2	มีระบบการดูแลความปลอดภัยและป้ายเตือนต่าง ๆ	4.01	0.77	มาก	1
3	ห้องน้ำสะอาด	3.91	0.80	มาก	3
4	ความสะอาดของน้ำดื่ม	3.93	0.76	มาก	2
5	ความสะอาดของอุปกรณ์ของใช้ต่าง ๆ	3.90	0.77	มาก	4
	<b>รวม</b>	<b>3.89</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านความปลอดภัยและความสะอาดโดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.89$  , S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1. มีระบบการดูแลความปลอดภัย และป้ายเตือนต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$  , S.D. = 0.77) 2. ความสะอาดของน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$  , S.D. = 0.77) 3. ห้องน้ำสะอาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$  , S.D. = 0.80) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ( $\bar{X} = 3.73$  , S.D. 0.91)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านพื้นที่

ลำดับ	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ด้านพื้นที่					
1	บ้านพักมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน	3.78	0.89	มาก	5
2	มีพื้นที่พักผ่อนนอกเหนือจากห้องนอน	4.01	0.73	มาก	1
3	มีมุมสันทนาการที่สะอาดและปลอดภัย	3.97	0.78	มาก	2
4	พื้นที่บ้านพักโปร่ง ถูกสุขลักษณะ	3.93	0.80	มาก	3
5	พื้นที่เข้าถึงได้ง่าย	3.89	0.78	มาก	4
รวม		3.91	0.79	มาก	

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านพื้นที่ โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.91$ , S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1. มีพื้นที่พักผ่อนนอกเหนือจากห้องนอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = 0.73) 2. มีมุมสันทนาการที่สะอาดและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.78) 3. พื้นที่บ้านพักโปร่ง ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = 0.80) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ บ้านพักมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. 0.89)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม

ลำดับ	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม</b>					
1	มีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	3.93	0.85	มาก	4
2	ให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม	4.10	0.70	มาก	1
3	มีข้อควรปฏิบัติ และข้อห้ามเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม	3.88	0.78	มาก	5
4	สาธารณูปโภคเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.96	0.85	มาก	2
5	มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากที่อื่น	3.94	0.78	มาก	3
<b>รวม</b>		<b>3.96</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.96$  , S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1. ให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$  , S.D. = 0.70) 2. สาธารณูปโภคเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$  , S.D. = 0.85) 3. มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากที่อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$  , S.D. = 0.78) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ( $\bar{X} = 3.93$  , S.D. 0.85)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น

ลำดับ	ข้อความคำถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น</b>					
1	มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	3.63	0.91	มาก	4
2	จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน	3.96	0.77	มาก	1
3	มีของที่ระลึกหรือของฝากจากชุมชนท้องถิ่น มอบให้หรือจำหน่าย	3.92	0.78	มาก	2
4	อัธยาศัยของคนในชุมชน	3.91	0.78	มาก	3
<b>รวม</b>		<b>3.85</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.85$ , S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1. จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.77) 2. มีของที่ระลึกหรือของฝากจากชุมชนท้องถิ่น มอบให้หรือจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.78) 3. อัธยาศัยของคนในชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.78) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. 0.91)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการบริหาร และจัดการ โฮมสเตย์

ลำดับ	ข้อความถาม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์</b>					
1	มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น การลงทะเบียนและการมัดจำ ล่วงหน้า	3.86	0.92	มาก	5
2	มีการระบุรายละเอียดของค่า ธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน	3.99	0.74	มาก	1
3	มีระบบการติดต่อสื่อสารและ ประสานงานที่ทันสมัย เช่น การจอง ที่พักผ่านสื่อออนไลน์	3.90	0.78	มาก	3
4	มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติในการเข้าพัก เพื่อมิให้ขัดต่อวัฒนธรรมประเพณีของ ที่พักและชุมชน	3.89	0.80	มาก	4
5	มีเครือข่ายการจัดการที่หลากหลาย เช่น การจองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต	3.94	0.75	มาก	2
	<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.91$ , S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ โดยมี 3 ลำดับสูงสุด คือ 1. มีการระบุรายละเอียดของค่า ธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.74) 2. มีเครือข่ายการจัดการที่หลากหลาย เช่น การจองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.75) 3. มีระบบการติดต่อสื่อสาร และประสานงานที่ทันสมัย เช่น การจองที่พักผ่านสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.78) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น การลงทะเบียน และการมัดจำล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. 0.92)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 เรียงระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

ลำดับ	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
<b>ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น</b>					
1	ด้านความปลอดภัย และความสะอาด	3.89	0.80	มาก	4
2	ด้านพื้นที่	3.91	0.79	มาก	2
3	ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม	3.96	0.79	มาก	1
4	ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น	3.85	0.81	มาก	5
5	ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์	3.91	0.79	มาก	3
<b>รวม</b>		3.90	0.79	มาก	

จากตารางที่ 4.16 ผลการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.79) รองลงมา คือ ด้านพื้นที่ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.79) และด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.79) ส่วนด้านที่น้อยที่สุด คือ ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 0.81) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 0.81) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 4** ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อระดับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ที่แตกต่างกัน (ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 1) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ใช้การทดสอบ t-test และ F-Test (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ปรากฏ ดังนี้

4.1 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามเพศ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามเพศ โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$  = ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิงมีความเห็นต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิงมีความเห็นต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.17** การเปรียบเทียบ ลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามเพศ

ความต้องการ	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig
ด้านความปลอดภัยและความสะอาด	ชาย	3.90	0.54	0.475	384	0.635
	หญิง	3.88	0.43			
ด้านพื้นที่	ชาย	3.92	0.49	0.656	384	0.512
	หญิง	3.89	0.49			
ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม	ชาย	3.98	0.48	0.922	384	0.037*
	หญิง	3.93	0.49			
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น	ชาย	3.87	0.52	0.624	384	0.533
	หญิง	3.83	0.53			
ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์	ชาย	3.94	0.50	1.491	384	0.032*
	หญิง	3.87	0.50			
<b>ภาพรวม</b>	ชาย	3.92	0.50	0.833	384	0.349
	หญิง	3.88	0.48			

\* $P < .05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.17 ผลการการเปรียบเทียบ ลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามเพศ พบว่า ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม และด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.037 และ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ลูกค้าเพศชายให้ความสำคัญกับความต้องการ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ( $\bar{X}=3.98$ ) และด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ( $\bar{X}=3.94$ ) ของโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มากกว่าลูกค้า เพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความต้องการ ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น และความต้องการภาพรวม มีค่า Sig เท่ากับ 0.635, 0.512, 0.533 และ 0.349 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญกับความต้องการ ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น และความต้องการภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.2 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$  = ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันเห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันเห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 F-Test ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ

ความต้องการ	อายุ	N	Mean	F	Sig
ด้านความปลอดภัยและความสะอาด	20-30 ปี	131	3.86	0.190	0.944
	31-40 ปี	134	3.91		
	41-50 ปี	71	3.90		
	51-60 ปี	35	3.86		
	61 ปีขึ้นไป	13	3.89		
ด้านพื้นที่	20-30 ปี	131	3.94	0.771	0.545
	31-40 ปี	134	3.87		
	41-50 ปี	71	3.88		
	51-60 ปี	35	4.01		
	61 ปีขึ้นไป	13	3.90		
ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม	20-30 ปี	131	3.89	1.891	0.111
	31-40 ปี	134	3.98		
	41-50 ปี	71	4.04		
	51-60 ปี	35	4.04		
	61 ปีขึ้นไป	13	3.80		
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น	20-30 ปี	131	3.83	0.526	0.717
	31-40 ปี	134	3.88		
	41-50 ปี	71	3.80		
	51-60 ปี	35	3.87		
	61 ปีขึ้นไป	13	3.98		
ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์	20-30 ปี	131	3.86	0.964	0.427
	31-40 ปี	134	3.94		
	41-50 ปี	71	3.90		
	51-60 ปี	35	4.02		
	61 ปีขึ้นไป	13	4.00		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.18** F-Test ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ(ต่อ)

ภาพรวม	20-30 ปี	131	3.87	0.868	0.548
	31-40 ปี	134	3.92		
	41-50 ปี	71	3.90		
	51-60 ปี	35	3.96		
	61 ปีขึ้นไป	13	3.91		

\*P< .05

จากตารางที่ 4.18 ผลการการเปรียบเทียบ ลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามอายุ พบว่า ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.944, 0.545, 0.111, 0.717, 0.427 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับความต้องการด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน เห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.3 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้ โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$  = ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันเห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันเห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 F-Test ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้

ความต้องการ	อายุ	N	Mean	F	Sig
ด้านความ ปลอดภัยและ ความสะอาด	ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	3.90	0.534	0.750
	10,001 – 30,000 บาท	162	3.86		
	30,001 – 50,000 บาท	90	3.92		
	50,001 – 70,000 บาท	36	3.86		
	70,001 – 90,000 บาท	11	4.09		
	90,001 บาทขึ้นไป	8	3.87		
ด้านพื้นที่	ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	4.01	0.906	0.477
	10,001 – 30,000 บาท	162	3.87		
	30,001 – 50,000 บาท	90	3.88		
	50,001 – 70,000 บาท	36	3.94		
	70,001 – 90,000 บาท	11	3.94		
	90,001 บาทขึ้นไป	8	3.92		
ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่า สิ่งแวดล้อม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	3.88	0.579	0.716
	10,001 – 30,000 บาท	162	3.96		
	30,001 – 50,000 บาท	90	3.99		
	50,001 – 70,000 บาท	36	4.00		
	70,001 – 90,000 บาท	11	4.05		
	90,001 บาทขึ้นไป	8	3.90		
ด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชนใน ท้องถิ่น	ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	3.92	1.665	0.142
	10,001 – 30,000 บาท	162	3.77		
	30,001 – 50,000 บาท	90	3.91		
	50,001 – 70,000 บาท	36	3.86		
	70,001 – 90,000 บาท	11	4.04		
	90,001 บาทขึ้นไป	8	3.90		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 F-Test ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้(ต่อ)

ความต้องการ	อายุ	N	Mean	F	Sig
ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	3.87	0.361	0.875
	10,001 – 30,000 บาท	162	3.93		
	30,001 – 50,000 บาท	90	3.90		
	50,001 – 70,000 บาท	36	3.90		
	70,001 – 90,000 บาท	11	4.07		
	90,001 บาทขึ้นไป	8	3.97		
ภาพรวม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	3.91	0.809	0.592
	10,001 – 30,000 บาท	162	3.87		
	30,001 – 50,000 บาท	90	3.92		
	50,001 – 70,000 บาท	36	3.91		
	70,001 – 90,000 บาท	11	4.03		
	90,001 บาทขึ้นไป	8	3.91		

\*P< .05

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบ ลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามรายได้ พบว่า ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.750, 0.477, 0.716, 0.142, 0.875 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับ ความต้องการด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันเห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามสถานภาพ

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามสถานภาพได้ โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

$H_0$  = ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน เห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน เห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 F-Test ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มีต่อความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามสถานภาพ

ความต้องการ	เพศ	N	Mean	F	Sig
ด้านความปลอดภัย และความสะอาด	แต่งงานแล้ว	120	3.90	0.74	0.929
	แยกกันอยู่	34	3.86		
	โสด	230	3.89		
ด้านพื้นที่	แต่งงานแล้ว	120	3.92	0.35	0.966
	แยกกันอยู่	34	3.91		
	โสด	230	3.91		
ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม	แต่งงานแล้ว	120	4.06	4.71	0.10
	แยกกันอยู่	34	3.81		
	โสด	230	3.93		
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น	แต่งงานแล้ว	120	3.84	0.32	0.723
	แยกกันอยู่	34	3.92		
	โสด	230	3.85		
ด้านการบริหาร และจัดการโฮมสเตย์	แต่งงานแล้ว	120	3.92	0.25	0.776
	แยกกันอยู่	34	3.97		
	โสด	230	3.90		
ภาพรวม	แต่งงานแล้ว	120	3.92	1.275	3.49
	แยกกันอยู่	34	3.89		
	โสด	230	3.89		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไปลงนิตยสารใหม่ไปใช้ประโยชน์ด้วยการค้า  
\* $P < .05$   
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.20 ผลการการเปรียบเทียบ ลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้ำที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.929, 0.966, 0.10, 0.723, 0.776 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ลูกค้ำที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับความต้องการด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ลูกค้ำที่มีสถานภาพแตกต่างกัน เห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้ำที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ส่วนที่ 5** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร กับความต้องการของลูกค้ำที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ ในจังหวัดชุมพร (ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 2) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson correlation) เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลให้หาค่าความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตาม

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรกับความต้องการของลูกค้ำในการใช้บริการโฮมสเตย์

คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ จังหวัดชุมพร	ความต้องการของลูกค้ำในการใช้บริการโฮมสเตย์		
	r	p-value	ลำดับ
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.657	.000*	1
ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ	.443	.000*	4
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ำ	.609	.000*	2
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ำ	.514	.000*	3
ด้านความใส่ใจลูกค้ำ	.309	.000*	5

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรกับความต้องการของลูกค้ำในการใช้บริการโฮมสเตย์ พบว่า คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มีค่า p-value น้อยกว่า 0.05 กับ ความต้องการของลูกค้ำในการใช้บริการโฮมสเตย์ ในทุกด้าน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  หมายความว่า คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มีความสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ด้านความใส่ใจลูกค้า ตามลำดับ

**ส่วนที่ 6** ข้อเสนอแนะ ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ในรูปแบบของตารางพร้อมคำอธิบาย

**ตารางที่ 4.22** สรุปข้อเสนอแนะที่ได้รับจากแบบสอบถาม

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.ไม่มีข้อเสนอแนะ	384	100.00
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 4.22 ได้ทำการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ พบว่า ไม่มีการเสนอแนะความคิดเห็น จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร 2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร 3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรโดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร จำนวน 384 คน การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม จำนวน 44 ข้อ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพรตามเทคนิค IOC และทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามใช้วิธี Alpha Coefficient ของ Cronbach โดยการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นได้ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.912

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการให้บริการ กับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร และ T-test F-test

ในส่วนของข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยทำการสังเคราะห์ประเด็นการเสนอแนะที่มีลักษณะคล้ายกัน สรุปรวมเป็นข้อความ และเสนอเป็นอัตราค่าร้อยละข้อสรุปที่ได้จะนำไปสู่การเสนอผลการวิจัยในหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และการออกแบบสอบถาม นำมาสรุปได้ ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 และ เพศหญิง จำนวน 161 คิดเป็นร้อยละ 41.9 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 รายได้ส่วนใหญ่ระหว่าง 10,001-30,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 สถานภาพ ส่วนใหญ่ โสด จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9

### ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร สรุปดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า บริเวณโฮมสเตย์มีการตกแต่งที่ดี รongลงมา คือ พนักงานแต่งกายสุภาพ การติดต่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ทำให้มีความสะดวกตามลำดับ และด้านที่ต่ำที่สุด คือ บริเวณโฮมสเตย์มีความปลอดภัย

ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ พนักงานทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือได้ ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ครอบคลุม ตรงประเด็น รongลงมา คือ พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ที่มาใช้ และด้านที่ต่ำที่สุด คือ พนักงานปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ พนักงานกระตือรือร้นและใส่ใจแก้ปัญหา รongลงมา คือ มีพนักงานจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษาสำหรับผู้มาใช้บริการที่นับถือศาสนาอิสลามตามลำดับ และด้านที่ต่ำที่สุด คือ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นที่สำคัญได้ดี

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ สามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า รongลงมา คือ การแจ้งค่าบริการมีความถูกต้องตรงกับที่แจ้งไว้ เชื่อถือได้ ลูกค้ามีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าพัก ตามลำดับ และด้านที่ต่ำที่สุด คือ การให้บริการพร้อมรอยยิ้ม และสุภาพอ่อนโยน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านความใส่ใจลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพในการให้บริการด้านความใส่ใจลูกค้า มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ พนักงานให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ รองลงมา คือ การบริการพนักงาน และด้านที่ต่ำที่สุด คือ พนักงานใส่ใจผู้ใช้บริการ เช่น กล่าวทักทายลูกค้าพร้อมชื่อ

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร สรุปได้ดังนี้

ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านความปลอดภัยและความสะอาดโดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ มีระบบการดูแลความปลอดภัย และป้ายเตือนต่าง ๆ รองลงมา คือ ความสะอาดของน้ำดื่ม ห้องน้ำสะอาดตามลำดับ และด้านที่ต่ำที่สุด คือ มีความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

ด้านพื้นที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านพื้นที่ โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ มีพื้นที่พักผ่อนนอกเหนือจากห้องนอน รองลงมา คือ มีมุมสนทนาที่สะอาดและปลอดภัย พื้นที่บ้านพักโปร่ง ถูกสุขลักษณะตามลำดับ และด้านที่ต่ำที่สุด คือ บ้านพักมีพื้นที่ ใ้สอยเป็นสัดส่วน

ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ ให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ สาธารณูปโภคเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากที่อื่น ตามลำดับ และด้านที่ต่ำที่สุด คือ มีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน รองลงมา คือ มีของที่ระลึกหรือของฝากจากชุมชนท้องถิ่น มอบให้หรือจำหน่าย อดิชาติของคนในชุมชน ตามลำดับ และด้านที่ต่ำที่สุด คือ มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน

ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ โดยพิจารณาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นย่อย พบว่า ด้านที่มากที่สุด คือ มีการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบุรายละเอียดของค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน รองลงมา คือ มีเครือข่ายการจัดการที่หลากหลาย เช่น การจองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต มีระบบการติดต่อสื่อสาร และประสานงานที่ทันสมัย เช่นการจองที่พักผ่านสื่อออนไลน์ ด้านที่ต่ำที่สุด คือ มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น การลงทะเบียนและการมัดจำล่วงหน้า

**ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ที่แตกต่างกัน (ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อ 1) สรุปได้ดังนี้**

1. ด้านเพศ พบว่า ลูกค้าเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญกับความต้องการด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น และความต้องการภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ด้านอายุ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับ ความต้องการด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันเห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ด้านรายได้ พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับความต้องการด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันเห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ด้านสถานภาพ พบว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับความต้องการด้านความปลอดภัยและความสะอาด ด้านพื้นที่ ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ ลูกค้าที่มีสถานภาพแตกต่างกันเห็นความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ไม่แตกต่างกัน กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ จังหวัดชุมพร กับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร(ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ข้อ 2) สรุปได้ดังนี้

คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร มีความสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ ด้านความใส่ใจลูกค้า ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถาม พบว่า ไม่มีการเสนอแนะความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 100.0

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ผลการศึกษาคุณภาพการบริการ พบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้งหมด สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจภา แจ่มเวชฉาย (2559) กล่าวว่า ลูกค้าส่วนมากต้องการให้ผู้ให้บริการดูแล เอาใจใส่ ให้ความสนใจเขา ให้บริการเขาเต็มความสามารถ ไม่ละเลยทอดทิ้ง ติดตามงานนั้นจนสำเร็จ ล่วงไปด้วยดี เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ส่วนการบริการด้วยใจ เป็นการให้บริการที่ดี ให้บริการที่เกินความคาดหวังเป็นที่สุดของการบริการ มีความเต็มใจบริการ

5.2.2 ผลการศึกษาความต้องการของลูกค้า พบว่า ระดับความคิดเห็นของความต้องการของลูกค้า ภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้งหมด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณิษาพร ตูจจินดา (2562) พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการโถยดำ เค.มอเตอร์ส สาขาเพชรเกษม การศึกษาของ อาทิตยา เรืองเนตร และสุทธาวรรณ จีระพันธุ์ ชาติ (2562) พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานที่เข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้บริการได้อย่างถูกต้องเป็นที่น่าพอใจ และพนักงานที่มีความใส่ใจในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะลูกค้าจะเป็นลูกค้ารายใหญ่ หรือลูกค้ารายย่อย นอกจากนี้พนักงานที่ยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่ลูกค้าให้การแนะนำ ซึ่งจะสร้างความประทับใจจากการใช้บริการ และนำไปสู่ความจงรักภักดีไม่เปลี่ยนแปลงไปใช้บริการขององค์กรอื่น

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ บริเวณโสมสเทย์มีความปลอดภัย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อทั้งการตัดสินใจก่อนการเดินทาง และความพึงพอใจระหว่าง และหลังการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เนื่องจากจุดเริ่มต้นของการตัดสินใจ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยได้รับมาก่อน เมื่อวางแผนเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าเชิงประสบการณ์ที่ตนจะได้รับ ราคา และความเสี่ยง จากความไม่ปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนไม่คุ้นเคย
2. ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ พนักงานปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้ประกอบการโสมสเทย์ส่วนใหญ่จะต้อง คำนึงถึงปัญหาในการพัฒนาพนักงานให้รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการทำงาน เช่น การฝึกอบรม การพัฒนาบุคลิกภาพ
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น หากลูกค้าเป็นชาวต่างชาติแล้วถ้าพนักงานสามารถพูดคุยกับชาวต่างชาติได้ธุรกิจของเราก็จะได้เปรียบผู้อื่น
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ปรับปรุง คือ การให้บริการพร้อมรอยยิ้ม และสุภาพอ่อนโยน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดี เมื่อเข้ามาใช้บริการจากพนักงาน ควรมีการจัดอบรมบุคลิกภาพ และการยิ้มเพื่อให้เกิดรอยยิ้มในน้ำเสียง แม้ไม่ได้เห็นหน้ากันก็สามารถรับรู้ได้ว่าคนพูดกำลังยิ้มอยู่
5. ด้านความใส่ใจลูกค้า เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ พนักงานใส่ใจผู้ใช้บริการ เช่น กล่าวทักทายลูกค้าพร้อมชื่อ การบริการนั้นจะต้องใส่ใจทุกรายละเอียดเพื่อจะทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นรู้สึกพึงพอใจตั้งแต่เข้ารับบริการ การกล่าวทักทายลูกค้าพร้อมชื่อจะทำให้รู้สึกได้ว่าทางโสมสเทย์นั้นใส่ใจลูกค้า
6. ด้านความปลอดภัยและความสะอาด เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ มีความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ผู้ประกอบการโสมสเทย์ควรมีความรู้ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น เพื่อความปลอดภัยของลูกค้าเวลาเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ด้านพื้นที่ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ บ้านพักมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรแบ่งสัดส่วนของพื้นที่พักให้สามารถใช้งานได้สะดวก และความเป็นระเบียบเรียบร้อยอย่างสม่ำเสมอ

8. ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ มีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรเพิ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจประโยชน์ของการฟื้นฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่จะส่งผลต่อชุมชน และความเป็นอยู่ต่าง ๆ ได้ดีขึ้น

9. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมให้ลูกค้าเข้าถึงชุมชน เช่น มีกิจกรรมต้อนรับนักท่องเที่ยว และเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในละแวกโฮมสเตย์

10. ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ด้านที่ควรปรับปรุง คือ มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น การลงทะเบียน และการมัดจำล่วงหน้า ควรเพิ่มระบบเทคโนโลยีเข้าไปใช้ในการบริหารงาน เพื่อความรวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อเก็บข้อมูล และรายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริการของโฮมสเตย์ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพ และตอบสนองแก่ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

2. ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการหลังจากที่ผู้ใช้บริการได้รับบริการแล้วว่ามีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป หรือไม่อย่างไร

3. ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของในระดับโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อศึกษาถึงปัญหาของโรงแรมขนาดเล็กกว่ามีรูปแบบของปัญหาแบบเดียวกัน หรือไม่ แตกต่างอย่างไร จะได้นำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ให้ยกระดับสู่มาตรฐานต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- สุภักดิ์ชัย ชัยชนะเจริญ. (2559). *มาตรฐานโฮมสเตย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธาริตา สกฤษรัตน์. (2559). *การศึกษาเอกลักษณ์เพื่อหาแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- มรรณทณา เฮย์ไน์. (2559). *ทัศนนะของนักท่องเที่ยวต่อมาตรฐานการบริการโฮมสเตย์ ในเขตเทศบาลตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- พิธารัตน์ สุขนิษฐ์. 2561. *การศึกษาการรับรู้ข้อมูลทัศนคติ และพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิทัศน์ ศรีสุวรรณเกศ. 2561. *แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมล้านนาตะวันออก*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

### ภาษาอังกฤษ

- DeFleur & Ball-Rokeach. (2016). *Theories of mass communication*. London: Longman.
- Miu. (2016). *Classified by the extent of personal interaction during the service*.
- Parasuraman & Zeithaml & Berry (1985). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Marketing*, 64, 12-40.
- Shostack. (2016). *Service process*. 14<sup>th</sup> ed, New jersey, printiee-holl.
- Cronbach, L.J. (1951). *Coefficient Alpha and the Internal. Structure of Tests*. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3d ed. New York : John Wiley and Sons Inc.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม(ต่อ)

### ออนไลน์

- ธเนศ เฮ่ประโคน. (2559). *ปัจจัยความสำเร็จโฮมสเตย์พื้นถิ่นในประเทศไทยประชาคมอาเซียน*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บัญญัติ พิลา. (2559). *แรงจูงใจในการเดินทาง ความน่าเชื่อถือของข้อมูล การสื่อสารปากต่อปากแบบออนไลน์ ทักษะคติในการเดินทาง และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจอิเล็กทรอนิกส์ (E-decision) เพื่อเลือกแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรัทยา ธนุศิลป์. (2561). *อิทธิพลของภาพลักษณ์และการรับรู้คุณค่าต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วารสารณ์ ดวงแสง. (2559). *การพัฒนาวัตกรรมการจัดระบบบริหารจัดการโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เปรมปรีดา ทองลา. (2559). *แนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. จันทบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- อาทิตยา เรืองเนตร และสุทธาวรรณ จีระพันธุ์ ชาติ. (2562). *ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฉันทพร ตูจินดา. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์บริการโตโยต้า เค.มอเตอร์ สาขาเพชรเกษม*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยสยาม.
- อภิษฐา ญัฐพงศ์พฤทธิ และพัชนี เสงยจรรยา. (2559). *รูปแบบการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ความน่าเชื่อถือและพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ*. วารสารประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 6(1), 271.
- กนกรัตน์ ดวงพิกุล และจารุพันธ์ เมระพันธ์. (2561). *โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน*. วารสารบัณฑิตวิจัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 9(1), 217.
- จักร์ณนัฐ ลิทธิไกร และคณะ. (2562). *คุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย*. วารสารสมาคมวิจัย. สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย, 24(3), 149.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม(ต่อ)

- กฤตยา เตยโพธิ์ และพนัส โพธิ์บัติ. (2561). การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน  
อำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัย  
มหาสารคาม, 5(1), 20.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2561). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของบริษัทไปรษณีย์ไทยจำกัด  
สาขามหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. มหาวิทยาลัยขอนแก่น,  
12(27), 85.
- เบญจภา แจ้งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า  
BTS ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- หนึ่งนุช ชีระรุจินนท์. (2558). *คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็ม  
ไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภานุพงศ์ ลือฤทธิ. (2560). *คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน:  
กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.  
กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2559). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์  
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2560). ประชากรศาสตร์. สืบค้นจาก <http://thaiejournal.com/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก  
<https://www.tat.or.th/>
- กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา. (2559). *การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ*. สืบค้นจาก  
<https://www.mots.go.th/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## แบบสอบถามการศึกษา

### เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ใน จังหวัดชุมพร

**คำชี้แจง** 1. แบบสอบถามการศึกษาชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

2. แบบสอบถามชุดนี้ มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ จังหวัดชุมพร

ส่วนที่ 3 ความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการโฮมสเตย์

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

3. ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการอย่างมากต่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการศึกษา และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง เพื่อจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไปอย่างสมบูรณ์ และข้อมูลที่ท่านให้ไว้ ผู้ศึกษาจะเก็บเป็นความลับ และไม่นำไปเผยแพร่แต่ประการใด

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใดโปรดสอบถามข้าพเจ้า นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร์ หมายเลขโทรศัพท์ 0917792699 Email. mrnamekung@gmail.com

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร์

นักศึกษาปริญญาตรีสาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

### 1.เพศ

ชาย  หญิง

### 2.อายุ

20-30 ปี  31-40 ปี  41-50 ปี  51-60 ปี  
 61 ปีขึ้นไป

### 3.รายได้

ต่ำกว่า 10,000 บาท  10,001 – 30,000 บาท  30,001 – 50,000 บาท  
 50,001 – 70,000 บาท  70,001 – 90,000 บาท  90,001 บาทขึ้นไป

### 4.สถานภาพ

แต่งงานแล้ว  แยกกันอยู่  โสด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 คุณภาพในการให้บริการโหมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความอย่างละเอียดและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดโดยพิจารณาระดับความคิดเห็นดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด กำหนดเป็น 5 คะแนน

ระดับความคิดเห็นมาก กำหนดเป็น 4 คะแนน

ระดับความคิดเห็นปานกลาง กำหนดเป็น 3 คะแนน

ระดับความคิดเห็นน้อย กำหนดเป็น 2 คะแนน

ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด กำหนดเป็น 1 คะแนน

คุณภาพในการให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ</b>					
1.บริเวณโหมสเตย์มีความปลอดภัย					
2.บริเวณโหมสเตย์มีการตกแต่งที่ดี					
3.พนักงานแต่งกายสุภาพ					
4.โหมสเตย์มีห้องละหมาดหรือห้องอาหารสำหรับผู้มาใช้บริการที่นับถือศาสนาอิสลาม					
5.การติดต่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ทำให้มีความสะดวก					
<b>ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ</b>					
6.พนักงานปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี					
7.พนักงานทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือได้ ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ครบคลุม ตรง ประเด็น					
8.พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับ ผู้ที่มาใช้บริการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพในการให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า</b>					
9.พนักงานตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว					
10.พนักงานกระตือรือร้นและใส่ใจแก้ปัญหา					
11.มีพนักงานจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ					
12.การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและหลายภาษา					
13.พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่สำคัญได้ดี					
<b>ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า</b>					
14.การให้บริการพร้อมรอยยิ้มและสุภาพอ่อนโยน					
15.สามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า					
16.ลูกค้ามีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าพัก					
17.การแจ้งค่าใช้บริการมีความถูกต้องตรงกับที่แจ้งไว้ เชื่อถือได้					
<b>ด้านความใส่ใจลูกค้า</b>					
18.พนักงานใส่ใจผู้บริการ เช่น กล่าวทักทายลูกค้าพร้อมชื่อ					
19.พนักงานให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ					
20.การบริการพนักงานสม่ำเสมอ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนที่ 3 ความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการโฮมสเตย์

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความอย่างละเอียดและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการโฮมสเตย์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>ด้านความปลอดภัยและความสะอาด</b>					
21.มีความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น					
22.มีระบบการดูแลความปลอดภัย และป้ายเตือนต่าง ๆ					
23.ห้องน้ำสะอาด					
24.ความสะอาดของน้ำดื่ม					
25.ความสะอาดของอุปกรณ์ผู้ใช้ต่าง ๆ					
<b>ด้านพื้นที่</b>					
26.บ้านพักมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน					
27.มีพื้นที่พักผ่อนนอกเหนือจากห้องนอน					
28.มีมุมสันทนาการที่สะอาดและปลอดภัย					
29.พื้นที่บ้านพักโปร่ง ถูกสุขลักษณะ					
30.พื้นที่เข้าถึงได้ง่าย					
<b>ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม</b>					
31.มีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
32.ให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม					
33.มีข้อควรปฏิบัติ และข้อห้ามเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม					
34.สาธารณูปโภคเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการ โฮมสเตย์	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
35.มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากที่ อื่น					
<b>ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น</b>					
36.มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิต ชุมชน					
37.จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน					
38.มีของที่ระลึกหรือของฝากจากชุมชน ท้องถิ่น มอบให้หรือจำหน่าย					
39.อธยาศัยของคนในชุมชน					
<b>ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์</b>					
40.มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น การลงทะเบียน และการมัดจำล่วงหน้า					
41.มีการระบุรายละเอียดของค่า ธรรมเนียม และบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน					
42.มีระบบการติดต่อสื่อสารและ ประสานงานที่ทันสมัย เช่น การจองที่พัก ผ่านสื่อออนไลน์					
43.มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติในการเข้าพักเพื่อ มิให้ขัดต่อวัฒนธรรมประเพณีของที่พักและ ชุมชน					
44.มีเครือข่ายการจัดการที่หลากหลาย เช่น การจองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายนาม ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถาวร

1. รศ.ดร.พิภพ วังเงิน
2. ดร.เพชรรัตน์ โล้วชากรติกุล
3. รศ.ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิติภูมิ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร” โดย นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 60551012 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชรี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

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

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าเป็นไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย  $\surd$  ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น .....

ผู้ทรงคุณวุฒิ รศ.ดร.พิภพ วังเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร” โดย นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 60551012 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชรีย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

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

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย  $\surd$  ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร  
ลายเซ็น .....

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.เพชรรัตน์ โล้วิชากรติกุล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร” โดย นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 60551012 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวัชรี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

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

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าเป็นไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย  $\surd$  ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร  
ลายเซ็น .....

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ชนทัต บุณรัตน์กิติภูมิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ตารางทางตรง (Validity: IOC) การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และการ ทดสอบ  
ดัชนีความสอดคล้องระหว่างของคำถามกับวัตถุประสงค์เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงตาม  
ความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมเตย์ในจังหวัดชุมพร

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความ คิดเห็นของ			ค่า IOC	สรุปผล
		ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่				
		1	2	3		
1.	<b>เพศ</b>					
	ชาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	หญิง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.	<b>อายุ</b>					
	20-30 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	31-40 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	41-50 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	51-60 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	61 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.	<b>รายได้</b>					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	10,001 – 30,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	30,001 – 50,000 บาท	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	50,001 – 70,000 บาท	+1	+1	+1	+1	ใช้ได้
	70,001 – 90,000 บาท	+1	+1	+1	+1	ใช้ได้
	90,001 บาทขึ้นไป	+1	+1	+1	+1	ใช้ได้
4.	<b>สถานภาพ</b>					
	แต่งงานแล้ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	แยกกันอยู่	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	โสด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 2 คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความ			ค่า IOC	สรุปผล
		คิดเห็นของ				
		ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่				
1	2	3				
<b>ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ</b>						
1	บริเวณโฮมสเตย์มีความปลอดภัย	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
2	บริเวณโฮมสเตย์มีการตกแต่งที่ดี	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
3	พนักงานแต่งกายสุภาพ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	โฮมสเตย์มีห้องละหมาดหรือห้องอาหาร สำหรับผู้มาใช้บริการที่นับถือศาสนาอิสลาม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	การติดต่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ทำให้มี ความสะดวก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>ด้านความน่าเชื่อถือหรือความไว้วางใจ</b>						
6	พนักงานปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
7	พนักงานทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือได้ ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ครบคลุม ตรง ประเด็น	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
8	พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ ที่มาใช้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า</b>						
9	พนักงานตอบสนองความต้องการของ ผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
10	พนักงานกระตือรือร้นและใส่ใจแก้ปัญหา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
11	มีพนักงานจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ ของผู้ใช้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
12	การจองห้องพักมีหลากหลายช่องทางและ หลายภาษา	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
13	พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและ ภาษาอื่นที่สำคัญได้ดี	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้แก้ไขหรือปรับแต่ง  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร(ต่อ)

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความ			ค่า IOC	สรุปผล
		คิดเห็นของ				
		ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่				
1	2	3				
<b>ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า</b>						
14	การให้บริการพร้อมรอยยิ้ม และสุภาพ อ่อนโยน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
15	สามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
16	ลูกค้ามีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าพัก	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
17	การแจ้งค่าใช้จ่ายบริการมีความถูกต้องตรงกับที่ แจ้งไว้ เชื่อถือได้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>ด้านความใส่ใจลูกค้า</b>						
18	พนักงานใส่ใจผู้ใช้บริการ เช่น กล่าวทักทาย ลูกค้าพร้อมชื่อ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
19	พนักงานให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
20	การบริการพนักงานสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 3 ความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการโฮมสเตย์

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความ			ค่า IOC	สรุปผล
		คิดเห็นของ				
		ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่				
1	2	3				
<b>ด้านความปลอดภัยและความสะอาด</b>						
21	มีความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
22	มีระบบการดูแลความปลอดภัย และป้าย เตือนต่าง ๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
23	ห้องน้ำสะอาด	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
24	ความสะอาดของน้ำดื่ม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 3 ความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการโฮมสเตย์(ต่อ)

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความ			ค่า IOC	สรุปผล
		คิดเห็นของ				
		ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่	1	2		
25	ความสะอาดของอุปกรณ์ของใช้ต่าง ๆ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>ด้านพื้นที่</b>						
26	บ้านพักมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
27	มีพื้นที่พักผ่อนนอกเหนือจากห้องนอน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
28	มีมุมสันทนาการที่สะอาดและปลอดภัย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
29	พื้นที่บ้านพักโปร่ง ถูกสุขลักษณะ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
30	พื้นที่เข้าถึงได้ง่าย	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
<b>ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่าสิ่งแวดล้อม</b>						
31	มีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
32	ให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
33	มีข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
34	สาธารณูปโภคเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
35	มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากที่อื่น	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
<b>ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น</b>						
36	มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
37	จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
38	มีของที่ระลึกหรือของฝากจากชุมชนท้องถิ่นมอบให้หรือจำหน่าย	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
39	อัยาศัยของคนในชุมชน	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้
<b>ด้านการบริหารและการจัดการโฮมสเตย์</b>						
40	มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น การลงทะเบียนและการมัดจำล่วงหน้า	+1	+1	0	0.66	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการโฮมสเตย์(ต่อ)

ข้อที่	คำถามในแบบสอบถาม	ประมาณค่าความ			ค่า IOC	สรุปผล
		คิดเห็นของ				
		ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่				
1	2	3				
41	มีการระบุรายละเอียดของค่า ธรรมเนียม และบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
42	มีระบบการติดต่อสื่อสารและประสานงานที่ ทันสมัย เช่น การจองที่พักผ่านสื่อออนไลน์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
43	มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติในการเข้าพักเพื่อให้ ชัดต่อวัฒนธรรมประเพณีของที่พัก และ ชุมชน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
44	มีเครือข่ายการจัดการที่หลากหลาย เช่น การ จองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

2. ความเชื่อมั่น (Reliability: R)

Case Processing Summary	
จำนวน	ร้อยละ
30	100.00

Reliability Statistics	
ค่าความเชื่อมั่น	จำนวน
.912	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ มี 5 ส่วนดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์ และความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสัมพันธ์ Correlations T-test F-test มี 5 ตอน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
ชาย	223	58.10	58.10	58.10
หญิง	161	41.90	41.90	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

อายุ	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
20-30 ปี	131	34.10	34.10	34.10
31-40 ปี	134	34.90	34.90	69.00
41-50 ปี	71	18.50	18.50	87.50
51-60 ปี	35	9.10	9.10	96.60
61 ปีขึ้นไป	13	3.40	3.40	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

รายได้	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	20.10	20.10	20.10
10,001 – 30,000 บาท	162	42.20	42.20	62.20
30,001 – 50,000 บาท	90	23.40	23.40	85.70
50,001 – 70,000 บาท	36	9.40	9.40	95.10
70,001 – 90,000 บาท	11	2.90	2.90	97.90
90,001 บาทขึ้นไป	8	2.10	2.10	100.0
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
แต่งงานแล้ว	120	31.30	31.30	31.30
แยกกันอยู่	34	8.90	20.30	40.10
โสด	230	59.90	59.90	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## ส่วนที่ 2 คุณภาพในการให้บริการโฮมสเตย์

### 1. บริเวณโฮมสเตย์มีความปลอดภัย

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	43	11.20	11.20	11.20
ปานกลาง	191	49.70	49.70	60.90
มาก	79	20.60	20.60	81.50
มากที่สุด	71	18.50	18.50	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

### 2. บริเวณโฮมสเตย์มีการตกแต่งที่ดี

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	10	2.60	2.60	2.60
ปานกลาง	77	20.10	20.10	22.70
มาก	161	41.90	41.90	64.60
มากที่สุด	136	35.40	35.40	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3.พนักงานแต่งกายสุภาพ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	9	2.30	2.30	2.60
ปานกลาง	101	26.30	26.30	28.90
มาก	185	48.20	48.20	77.10
มากที่สุด	88	22.90	22.90	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 4.โฮมสเตย์มีห้องละหมาดหรือห้องอาหารสำหรับผู้มาใช้บริการที่นับถือศาสนาอิสลาม

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	4	1.00	1.00	1.00
น้อย	26	6.80	6.80	7.80
ปานกลาง	103	26.80	26.80	34.60
มาก	153	39.80	39.80	74.50
มากที่สุด	98	25.50	25.50	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 5.การติดต่อใช้บริการมีหลายช่องทาง ทำให้มีความสะดวก

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	3.00
น้อย	15	3.90	3.90	4.20
ปานกลาง	115	29.90	29.90	34.10
มาก	157	40.90	40.90	75.00
มากที่สุด	96	25.00	25.00	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. พนักงานปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	27	7.00	7.00	7.00
ปานกลาง	124	32.30	32.30	39.30
มาก	144	37.50	37.50	76.80
มากที่สุด	89	23.20	23.20	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 7. พนักงานทำให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อถือได้ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ครอบคลุม ตรงประเด็น

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	4	1.00	1.00	1.00
ปานกลาง	94	24.50	24.50	25.50
มาก	192	50.00	50.00	75.50
มากที่สุด	94	24.50	24.50	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 8. พนักงานมีทักษะในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	10	2.60	2.60	2.60
ปานกลาง	132	34.40	34.40	37.00
มาก	160	41.70	41.70	78.60
มากที่สุด	82	21.40	21.40	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 9.พนักงานตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	26	6.80	6.80	6.80
ปานกลาง	113	29.40	29.40	36.20
มาก	132	34.40	34.40	70.60
มากที่สุด	113	29.40	29.40	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 10.พนักงานกระตือรือร้นและใส่ใจแก้ปัญหา

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	5	1.30	1.30	1.30
ปานกลาง	99	25.80	25.80	27.10
มาก	184	47.90	47.90	75.00
มากที่สุด	96	25.00	25.00	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 11.มีพนักงานจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	15	3.90	3.90	3.90
ปานกลาง	104	27.10	27.10	31.00
มาก	173	45.10	45.10	76.00
มากที่สุด	92	24.00	24.00	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 12. การจ้องหึ่งพักมีหลากหลายช่องทาง และหลายภาษา

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	16	4.20	4.20	4.20
ปานกลาง	97	25.30	25.30	29.40
มาก	183	47.70	47.70	77.10
มากที่สุด	88	22.90	22.90	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 13. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นที่สำคัญได้ดี

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	10	2.60	2.60	2.90
ปานกลาง	116	30.20	30.20	33.10
มาก	177	46.10	46.10	79.20
มากที่สุด	80	20.80	20.80	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 14. การให้บริการพร้อมรอยยิ้ม และสุภาพอ่อนโยน

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	26	6.80	6.80	6.80
ปานกลาง	137	35.70	35.70	42.40
มาก	135	35.20	35.20	77.60
มากที่สุด	86	22.40	22.40	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 15.สามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	5	1.30	1.30	1.30
ปานกลาง	92	24.00	24.00	25.30
มาก	189	49.20	49.20	74.50
มากที่สุด	98	25.50	25.50	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 16.ลูกค้ามีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าพัก

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	11	2.90	2.90	2.90
ปานกลาง	122	31.80	31.80	34.60
มาก	153	39.80	39.80	74.50
มากที่สุด	98	25.50	25.50	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 17.การแจ้งค่าใช้จ่ายบริการมีความถูกต้องตรงกับที่แจ้งไว้ เชื่อถือได้

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	14	3.60	3.60	3.60
ปานกลาง	111	28.90	28.90	32.60
มาก	164	42.70	42.70	75.30
มากที่สุด	95	24.70	24.70	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 18.พนักงานใส่ใจผู้ใช้บริการ เช่น กล่าวทักทายลูกค้าพร้อมชื่อ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	3.00	3.00	3.00
น้อย	21	5.50	5.50	5.70
ปานกลาง	138	35.90	35.90	41.70
มาก	137	35.70	35.70	77.30
มากที่สุด	87	22.70	22.70	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 19.พนักงานให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	4	1.00	1.00	1.30
ปานกลาง	92	24.00	24.00	25.30
มาก	196	51.00	51.00	76.30
มากที่สุด	91	23.70	23.70	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 20.การบริการพนักงานสม่ำเสมอ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	7	1.80	1.80	1.80
ปานกลาง	113	29.40	29.40	31.30
มาก	185	48.20	48.20	79.40
มากที่สุด	79	20.60	20.60	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ส่วนที่ 3 ความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ ในจังหวัดชุมพร

#### 21.มีความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	24	6.30	6.30	6.50
ปานกลาง	147	38.30	38.30	44.80
มาก	118	30.70	30.70	75.50
มากที่สุด	94	24.50	24.50	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

#### 22.มีระบบการดูแลความปลอดภัยและป้ายเตือนต่าง ๆ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	8	2.10	2.10	2.30
ปานกลาง	83	21.60	21.60	24.00
มาก	187	48.70	48.70	72.70
มากที่สุด	105	27.30	27.30	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

#### 23.ห้องน้ำสะอาด

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	11	2.90	2.90	3.10
ปานกลาง	104	27.10	27.10	30.20
มาก	174	45.30	45.30	75.50
มากที่สุด	94	24.50	24.50	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 24.ความสะอาดของน้ำดื่ม

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	8	2.10	2.10	2.30
ปานกลาง	97	25.30	25.30	27.60
มาก	188	49.00	49.00	76.60
มากที่สุด	90	23.40	23.40	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 25.ความสะอาดของอุปกรณ์ของใช้ต่าง ๆ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	9	2.30	2.30	2.60
ปานกลาง	101	26.30	26.30	28.90
มาก	188	49.00	49.00	77.90
มากที่สุด	85	22.10	22.10	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 26.บ้านพักมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	23	6.00	6.00	6.30
ปานกลาง	132	34.40	34.40	40.60
มาก	133	34.60	34.60	75.30
มากที่สุด	95	24.70	24.70	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 27. มีพื้นที่พักผ่อนนอกเหนือจากห้องนอน

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	5	1.30	1.30	1.30
ปานกลาง	88	22.90	22.90	24.20
มาก	191	49.70	49.70	74.00
มากที่สุด	100	26.00	26.00	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 28. มีมุมสันทนาการที่สะอาดและปลอดภัย

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	7	1.80	1.80	1.80
ปานกลาง	102	26.60	22.60	28.40
มาก	171	44.50	44.50	72.90
มากที่สุด	104	27.10	27.10	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 29. พื้นที่บ้านพักโปร่ง ถูกสุขลักษณะ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	12	3.10	3.10	3.40
ปานกลาง	96	25.00	25.00	28.40
มาก	178	46.40	46.40	74.70
มากที่สุด	97	25.30	25.30	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 30. พื้นที่เข้าถึงได้ง่าย

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อยที่สุด	1	0.30	0.30	0.30
น้อย	7	1.80	1.80	2.10
ปานกลาง	113	29.40	29.40	31.50
มาก	174	45.30	45.30	76.80
มากที่สุด	89	23.20	23.20	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 31. มีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟู และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	9	2.30	2.30	2.30
ปานกลาง	128	33.30	33.30	35.70
มาก	129	33.60	33.60	69.30
มากที่สุด	118	30.70	30.70	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 32. ให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	3	0.80	0.80	0.80
ปานกลาง	69	18.00	18.00	18.80
มาก	197	51.30	51.30	70.10
มากที่สุด	115	29.90	29.90	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 33. มีข้อควรปฏิบัติ และข้อห้ามเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	5	1.30	1.30	1.30
ปานกลาง	130	33.90	33.90	35.20
มาก	155	40.40	40.40	75.50
มากที่สุด	94	24.50	24.50	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 34. สาธารณูปโภคเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	5	1.30	1.30	1.30
ปานกลาง	101	26.30	26.30	27.60
มาก	183	47.70	47.70	75.30
มากที่สุด	95	24.70	24.70	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 35. มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างจากที่อื่น

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	10	2.30	2.30	2.60
ปานกลาง	99	25.80	25.80	28.40
มาก	178	46.40	46.40	74.70
มากที่สุด	97	25.30	25.30	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 36. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	35	9.10	9.10	9.10
ปานกลาง	153	39.80	39.80	49.00
มาก	114	29.70	29.70	78.60
มากที่สุด	82	21.40	21.40	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 37. จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	8	2.10	2.10	2.10
ปานกลาง	99	25.80	25.80	27.90
มาก	176	45.80	45.80	73.70
มากที่สุด	101	26.30	26.30	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 38. มีของที่ระลึกหรือของฝากจากชุมชนท้องถิ่น มอบให้หรือจำหน่าย

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	8	2.10	2.10	2.10
ปานกลาง	112	29.20	29.20	31.30
มาก	168	43.80	43.80	75.00
มากที่สุด	96	25.00	25.00	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 39. ทัศนคติของคนในชุมชน

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	11	2.90	2.90	2.90
ปานกลาง	103	26.80	26.80	29.70
มาก	178	46.40	46.40	76.00
มากที่สุด	92	24.00	24.00	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 40. มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เช่น การลงทะเบียนและการมัดจำล่วงหน้า

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	27	7.00	7.00	7.00
ปานกลาง	114	29.70	29.70	36.70
มาก	130	33.90	33.90	70.60
มากที่สุด	113	29.40	29.40	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

## 41. มีการระบุรายละเอียดของค่า ธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	5	1.30	1.30	1.30
ปานกลาง	91	23.70	23.70	25.00
มาก	189	49.20	49.20	74.20
มากที่สุด	99	25.80	25.80	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

42. มีระบบการติดต่อสื่อสาร และประสานงานที่ทันสมัย เช่น การจองที่พักผ่านสื่อออนไลน์

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	13	3.40	3.40	3.40
ปานกลาง	101	26.30	26.30	29.70
มาก	183	47.70	47.70	77.30
มากที่สุด	87	22.70	22.70	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

43. มีการแจ้งข้อควรปฏิบัติในการเข้าพักเพื่อมิให้ขัดต่อวัฒนธรรมประเพณีของที่พัก และชุมชน

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	14	3.60	3.70	3.70
ปานกลาง	106	27.60	27.70	31.30
มาก	171	44.50	44.60	76.00
มากที่สุด	92	24.00	24.00	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

44. มีเครือข่ายการจัดการที่หลากหลาย เช่น การจองที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์เฉลี่ย
น้อย	10	2.60	2.60	2.60
ปานกลาง	92	24.00	24.00	26.60
มาก	193	50.30	50.40	77.00
มากที่สุด	89	22.39	23.00	100.00
<b>รวม</b>	<b>384</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ส่วนที่ 4 การหาความสัมพันธ์ Correlations

Correlations		ความเป็น รูปธรรม	ความต้องการ ลูกค้า
ความเป็นรูปธรรม	Pearson Correlation	1	.657**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	383
ความต้องการ ลูกค้า	Pearson Correlation	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	383	383
เชื่อถือไว้วางใจ	Pearson Correlation	1	.443**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	383
ความต้องการ ลูกค้า	Pearson Correlation	.443**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	383	383

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การหาความสัมพันธ์ Correlations(ต่อ)

Correlations		ตอบสนอง ลูกค้า	ความต้องการ ลูกค้า
ตอบสนองลูกค้า	Pearson	1	.609**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	383
ความต้องการ ลูกค้า	Pearson	.609**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	383	383
Correlations		ความมั่นใจแก่ ลูกค้า	ความต้องการ ลูกค้า
ความมั่นใจแก่ ลูกค้า	Pearson	1	.514**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	383
ความต้องการ ลูกค้า	Pearson	.514**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	383	383

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การหาความสัมพันธ์ Correlations(ต่อ)

Correlations		ความใส่ใจ ลูกค้า	ความ ต้องการ ลูกค้า
ความใส่ใจลูกค้า	Pearson	1	.390**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	384	383
ความต้องการ ลูกค้า	Pearson	.390**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	383	383

## ส่วนที่ 5 t-test เพศ กับความต้องการ

ความต้องการ	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ด้านความปลอดภัยและความสะอาด	ชาย	223	3.90	0.549	0.036
	หญิง	161	3.88	0.431	0.034
ด้านพื้นที่	ชาย	223	3.92	0.494	0.033
	หญิง	161	3.89	0.492	0.038
ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่า สิ่งแวดล้อม	ชาย	223	3.98	0.484	0.032
	หญิง	161	3.93	0.495	0.039
ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น	ชาย	223	3.87	0.524	0.035
	หญิง	161	3.83	0.534	0.042
ด้านการบริหารและจัดการโฮมสเตย์	ชาย	223	3.94	0.500	0.033
	หญิง	161	3.87	0.50	0.039

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## F-test อายุ กับคุณภาพบริการ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านความปลอดภัย และความสะอาด	Between Groups	0.194	4	0.048	0.190	0.944
	Within Groups	96.81	379	0.255		
	Total	96.875	383			
ด้านพื้นที่	Between Groups	0.753	4	0.188	0.771	0.545
	Within Groups	92.520	379	0.244		
	Total	93.272	383			
ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่า สิ่งแวดล้อม	Between Groups	1.793	4	0.448	1.891	0.111
	Within Groups	89.827	379	0.237		
	Total	91.620	383			
ด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชนในท้องถิ่น	Between Groups	0.591	4	0.148	0.526	0.717
	Within Groups	106.406	379	0.281		
	Total	106.997	383			
ด้านการบริหาร	Between Groups	0.976	4	0.244	0.964	0.427
	Within Groups	95.624	378	0.253		
	Total	96.600	382			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## F-test รายได้กับความต้องการ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านความปลอดภัย และความสะอาด ด้านพื้นที่	Between Groups	.680	5	.136	.534	.750
	Within Groups	96.195	378	.254		
	Total	96.875	383			
ด้านการอนุรักษ์ การรักษาคุณค่า สิ่งแวดล้อม	Between Groups	1.105	5	.221	.906	.477
	Within Groups	92.167	378	.244		
	Total	93.272	383			
ด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชนใน ท้องถิ่น	Between Groups	.696	5	.139	.579	.716
	Within Groups	90.924	378	.241		
	Total	91.620	383			
ด้านการบริหาร ด้านความปลอดภัย และความสะอาด	Between Groups	2.306	5	.461	1.66	.142
	Within Groups	104.691	378	.277		
	Total	106.997	383			
ด้านพื้นที่	Between Groups	.460	5	.092	.361	.875
	Within Groups	96.139	377	.255		
	Total	96.600	382			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## F-test สถานภาพกับความต้องการ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านความปลอดภัย และความสะอาด ด้านพื้นที่	Between Groups	.037	2	.019	.074	.929
	Within Groups	96.837	381	.254		
	Total	96.875	383			
ด้านการอนุรักษ์ การ รักษาคุณค่า สิ่งแวดล้อม	Between Groups	.017	2	.009	.035	.966
	Within Groups	93.255	381	.245		
	Total	93.272	383			
ด้านการมีส่วนร่วม ของชุมชนในท้องถิ่น	Between Groups	2.211	2	1.105	4.71	.010
	Within Groups	89.409	381	.235		
	Total	91.620	383			
ด้านการบริหาร ด้านความปลอดภัย และความสะอาด	Between Groups	.182	2	.091	.325	.723
	Within Groups	106.815	381	.280		
	Total	106.997	383			
ด้านพื้นที่	Between Groups	.129	2	.064	.254	.776
	Within Groups	96.471	380	.254		
	Total	96.600	382			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ - ชื่อสกุล	นายณัฐวัฒน์ ถาวรวัตร
วัน เดือน ปีเกิด	1 กุมภาพันธ์ 2542
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	14 หมู่บ้านสายันท์ 1 ซอยสามัคคี 20 ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง นนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
สถานที่ศึกษาปัจจุบัน	กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ประวัติการศึกษา	<p>พ.ศ. 2554 โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย นนทบุรี</p> <p>พ.ศ. 2560 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้