

พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์  
ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จันทิมา อภิวิสูทธิรักษ์  
ปรียาพร ดิสสะมาน

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
พฤษภาคม 2552  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง“พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย”เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....  
(ดร. สันติธร ภูริภักดี)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(ดร. ศรีสุตา จงสิทธิผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2552

## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาครั้งนี้ด้วยตนเองฉบับนี้ล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.สันติธร ภูริภักดี ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นที่ปรึกษา พร้อมการให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาการทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และกรุณาแก้ไขข้อบกพร่องในการทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จล่วงไปได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุทินันท์ พรหมสุวรรณ คณะบดีวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดร. สุรพิชัย พรหมสิทธิ์ อาจารย์ผู้มีความรู้ความสามารถพิเศษ ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยนเรศวร ดร.ประภาศรี พรหมประกาย อาจารย์สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอแสดงความขอบคุณ คณาจารย์ในโครงการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชา การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ และขอแสดงความขอบคุณเจ้าหน้าที่ ประจำศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ทุกท่านที่ได้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนการเรียนการสอน และการบริการให้ข้อมูลในการศึกษา จนประสบผลสำเร็จในการศึกษาตามความมุ่งหมายทุกประการ

ในท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ครูอาจารย์ ตลอดถึงเพื่อน นักศึกษา ผู้เป็นกัลยาณมิตรทุกท่านที่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือและให้กำลังใจเสมอมา ขอขอบคุณงามความดี ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเล่มนี้และขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

จันทิมา อภิวสุทธิรักษ์  
ปรียาพร ดิสสะมาน

<b>ชื่อเรื่อง</b>	พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า</b>	จันทิมา อภิวสุทธิรักษ์, ปรียาพร ดิสสะมาน
<b>ที่ปรึกษา</b>	ดร. สันติธร ภูริภักดี
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552
<b>คำสำคัญ</b>	พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวาในระหว่างเดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2551 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1. วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และส่วนที่ 2. วิเคราะห์สมมติฐาน โดยหาค่าสถิติทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square test) และสถิติทดสอบหาค่าความแตกต่างค่า (T-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง 2 กลุ่ม และสถิติทดสอบหาค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) เพื่อเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-45 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป และการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวากลับครอบครัวเดินทางมาพักเป็นครั้งแรก สนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ต้องการท่องเที่ยวเองโดยไม่มีคนคอยติดตาม มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อน และได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ภาพรวมนั้น มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

ซึ่งด้านบุคลากรพอใจเรื่องความพร้อมและความเต็มใจให้บริการ ส่วนด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพึงพอใจเรื่องการสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ อันดับ 2 คือ ด้านสถานที่และด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท ซึ่งด้านสถานที่พึงพอใจเรื่องมีอากาศถ่ายเทสะดวก ส่วนด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบทนั้น พึงพอใจเรื่องการได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์ อันดับ 3 คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พึงพอใจเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จากสมมติฐานนั้น เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 26 - 45 ปี เดินทางท่องเที่ยวโฮมสเตย์เพื่อการพักผ่อน เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่นตามลำดับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเดินทางมาเพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน และยังพบว่ากลุ่มที่วางแผนเดินทางมาเพื่อสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนฝูง ในส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท มากที่สุดเดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง ร้อยละ 4.25 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยสนใจการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด ร้อยละ 14.00 และ 13.25 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านสถานที่และด้านการอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวเพศหญิงพึงพอใจมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาพึงพอใจด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะด้านสถานที่ การอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุด เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,501 - 15,000 บาทพึงพอใจด้านสถานที่และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มากที่สุด และยังพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 6,500 บาทมีระดับความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวกมากที่สุด ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวามากที่สุดคือควรเพิ่มถังขยะ รองลงมาคือการบริหารจัดการท่องเที่ยวยังไม่ดีพอ ควบคุมมาตรฐานของบริการไม่สมบูรณ์ และบ้านพักบางแห่งมีที่พักน้อยเกินไปคนเข้ามามากขึ้นทำให้ธรรมชาติเสื่อมโทรม

## สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ .....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย .....	5
	ผลของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
	ขอบเขตการวิจัย .....	5
	กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	6
	นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
	สมมุติฐานของการวิจัย .....	9
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	10
	แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ .....	12
	พื้นที่ ที่ทำการศึกษา จังหวัดสมุทรสงคราม .....	15
	แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	21
	แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านจัดการการท่องเที่ยว .....	25
	ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3	วิธีดำเนินการวิจัย .....	38
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	38
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	39
	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ .....	39
	ข้อมูลและแหล่งข้อมูล.....	40
	การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	41
	การวิเคราะห์ข้อมูล .....	42

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย .....	44
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	44
การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	46
5 บทสรุป .....	89
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	89
อภิปรายผลการวิจัย .....	95
ข้อเสนอแนะ .....	98
บรรณานุกรม .....	99
ภาคผนวก .....	102
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า .....	110

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ.....	46
2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ.....	47
3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ.....	47
4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ.....	48
5 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน.....	48
6 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามการศึกษา.....	49
7 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เรื่องส่วนใหญ่มัก เดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา กับใคร.....	50
8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เรื่องแหล่งท่องเที่ยวลักษณะ ใดที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	50
9 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เรื่องความถี่ใน การเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	51
10 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เรื่องการเยี่ยมชม สถานที่ต่างๆ ในลักษณะใดที่ต้องการ เมื่อเข้ามาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	52
11 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เรื่องจุดมุ่งหมาย ของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.....	53
12 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เรื่องการได้รับข้อมูล ข่าวสาร การท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามจากแหล่งใด.....	54
13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ จำแนกรายด้าน.....	55



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท จำแนกรายชื่อ.....	55
15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะ จำแนกรายชื่อ.....	56
16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านสถานที่ จำแนกรายชื่อ.....	57
17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกตามรายชื่อ.....	57
18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกรายชื่อ.....	58
19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกรายชื่อ.....	59
20 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการ ให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์.....	60
21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ เมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	62
22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ เมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	62
23 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อายุกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ เมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ.....	63
24 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อายุกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ เมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าโอท็อป).....	64

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	64
26 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อาชีพกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ .....	64
27 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อาชีพกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าโอท็อป) .....	66
28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	66
29 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง รายได้กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ.....	67
30 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง รายได้กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน.....	68
31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ กับความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	69
32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยว โปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	70
33 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง เพศ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยว โปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง.....	71
34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยว โปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	71

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
35 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือเพื่อการพักผ่อน.....	72
36 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยว โปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต.....	73
37 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น.....	73
38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	74
39 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อาชีพกับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน.....	75
40 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง อาชีพกับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน.....	75
41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	76
42 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง รายได้กับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน.....	77
43 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง รายได้กับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง.....	77

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละระหว่าง รายได้กับจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน.....	78
45 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	79
46 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ.....	80
47 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ.....	82
48 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ.....	83
49 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ.....	85
50 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้.....	86
51 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	88

## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
2 การเกิดความพึงพอใจของบุคคล.....	22
3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ.....	24
4 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ.....	25

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของปัญหา

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้น การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการพัฒนาส่งเสริมจากรัฐบาลมาโดยตลอด จึงได้มีการบรรจุการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 จนกระทั่งรัฐบาลได้วางนโยบายด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้วางนโยบายการท่องเที่ยวโดยกำหนดให้มีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากลทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว การตอบสนองด้านการบริการแก่นักท่องเที่ยว และการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมบูรณ์ให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไปในทางที่ช่วยอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการส่งเสริมค่านิยมให้คนไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายในเรื่องการท่องเที่ยวภายในประเทศให้ทั่วทุกภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549, หน้า 116)

จากการศึกษาแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2547-2550 พบว่า ทางรัฐบาลมีนโยบายที่จะให้หน่วยงานราชการ หน่วยงานประจำจังหวัดทุกจังหวัดให้ทำการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค จนถึงระดับประเทศ โดยยึดถืองานเทศกาลและงานประเพณีต่างๆเป็นหลัก และยังคงส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นต่างๆ เช่น สนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambol One Product - OTOP) ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศวิทยา และเชิงวิถีชีวิต เป็นต้น ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดทั้งปี โดยกำหนดให้เอกชนมีส่วนร่วมในการสนับสนุน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547, หน้า 187)

ปัจจุบันความนิยมของการเดินทางท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นกำลังได้รับความนิยมในสังคมไทย (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548, หน้า 38) นักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น ต้องการที่พักที่สะดวกสบาย เรียบง่ายและสะอาด สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวและพักผ่อนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542, หน้า 16)

การพัฒนาด้านภูมิปัญญาสำหรับการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไม่ทำลายธรรมชาติ รวมถึงสิ่งมีชีวิตภายในชุมชนของการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น โดยรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวดังกล่าวได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecological Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไปอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism – CBT) ไม่ใช่เพียงแค่ “ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว” ที่หมุนไปตามกลไกตลาดและอุตสาหกรรมแต่เป็นการพัฒนาชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งภายในองค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยของประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากขึ้น (โครงสร้างการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2546, หน้า 11)

(กาลเวลา สุวรรณพิมล, 2548, หน้า 39) กล่าวว่า

...ในปัจจุบันมีการท่องเที่ยวในรูปแบบ Ecological – Cultural Tourism โดยการแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ไม่ว่าจะ เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่ให้ประสบการณ์ที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อหาประสบการณ์จากการได้ไปเที่ยวในแหล่งธรรมชาติหรือการได้สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของสังคมที่แตกต่างจากที่ตนอยู่ พร้อมทั้งมีโอกาสที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ที่มีความแตกต่างกันแต่ละพื้นที่ ที่คนภายในชุมชนต้องช่วยกันส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์สภาพธรรมชาติและสมบัติทางวัฒนธรรมในพื้นที่ให้คงความเป็นชุมชนไว้

ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคัดเลือกชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยมีคนในชุมชนเป็นเจ้าของพื้นที่และมีส่วนร่วมในการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคของตน ให้มีการกระจายรายได้สู่ชุมชนของตน พร้อมกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้วิจัยได้ตระหนักว่าการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและกำลังได้รับความนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนี้จังหวัดสมุทรสงครามเป็นแหล่งที่รักษาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้ได้อย่างมีเอกลักษณ์

สมุทรสงครามเป็นจังหวัดเล็กๆ ที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ห่างจากกรุงเทพมหานคร 72 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง ที่ผ่านมาจังหวัดนี้เป็นเพียงจุดแวะพักมากกว่าที่จะเป็นจุดหมายหลักของการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 416.71 ตาราง

กิโลเมตร แบ่งการปกครองเป็น 3 อำเภอ คืออำเภอเมือง อำเภออัมพวา และอำเภอบางคนทีแต่ความน่าสนใจของตลาดน้ำอัมพวาทั้งในแง่ภูมิวิถีชีวิตชุมชนในอดีต ความร่วมมือของชุมชนในการร่วมอนุรักษ์ท้องถิ่นของตนทำให้ชุมชนตลาดน้ำอัมพวามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาแต่ละสัปดาห์เป็นจำนวนมากภายในระยะเวลาเพียงไม่กี่ปี

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวของอัมพวาที่เคยเงียบหายไปได้กลับคืนมาอีกครั้งจากการสนับสนุนของ ร้อยโทพิชโรดม อนุสุวรรณ นายกเทศมนตรีตำบลอัมพวา ที่จัดให้มีตลาดน้ำในช่วงเย็นเพื่อไม่ให้ตรงกับตลาดน้ำดำเนินสะดวก และบริเวณตลาดน้ำอัมพวา นั้นจะมีบ้านไม้สองชั้นของตระกูลเก่าแก่ในอัมพวา ถัดมาจะเป็นเรือนไม้ที่ปรับปรุงเพื่อการท่องเที่ยวที่สร้างเสร็จเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ.2548 ซึ่งการปรับปรุงภูมิทัศน์ใหม่นี้ได้รับความช่วยเหลือจาก รศ.ดร.ศิริวรรณ ศิลพัชรนันท์ และ รศ.ดร.วรรณศิลป์ พีรพันธุ์ อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เข้ามาทำโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม พ.ศ. 2545-2548 ในชุมชนอัมพวา เริ่มต้นจากการรับสมัครบ้านหลังที่พร้อมจะปรับปรุงโดยเจ้าของบ้านออกค่าใช้จ่ายเพียงครั้งเดียว ส่วนอีกครั้งรัฐบาลเดนมาร์กเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้โดยปรับปรุงเฉพาะด้านนอก ดูแบบให้เหมือนเดิมมากที่สุด ซึ่งเรือนแถวไม้ส่วนใหญ่สร้างแบบชั้นเดียว หลังคามีสี่ทั้งทรงปั้นหยา ทรงจั่วเดี่ยว ทรงจั่วคู่ และจั่วแปดทรงไทย มุงด้วยกระเบื้องว่าวหรือสังกะสีลูกฟูกเหนือประตูบานเพี้ยมมีช่องลมระบายอากาศ บ้านจึงมีลมผ่านตลอด และมีตึกแถวสามในย่านนั้น ในช่วงเย็นตลาดเปิดประมาณ 16.00 น.ชาวบ้านจะพายเรือมาขายอาหาร ขนมและผลิตผลทางการเกษตรสดๆ จากสวนในราคาไม่แพงจะรวมกันอยู่หนาแน่นบริเวณสะพานเทศบาล1ส่วนบนบก จะมีทั้งอาหาร ขนม ร้านขายของที่ระลึกขายเรียงรายตามห้องแถวริมน้ำ ความทันสมัยที่เข้ามาสู่อัมพวาสามารถสร้างความผสมผสานกับความคลาสสิกจากบรรดาร้านค้าเก่าแก่อีกด้วย

เมื่อกล่าวถึงโฮมสเตย์ที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ โฮมสเตย์ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่กำลังมีการขยายตัวของโฮมสเตย์อย่างรวดเร็วในปัจจุบันเพราะได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง โดยลุงจุ่น เล่าว่า ก่อนหน้านี้อัมพวาเคยมีชื่อเสียงที่ยิ่งใหญ่เป็นตำนานหลายสิบปีก่อนที่จะมีการเลิกขายของในตลาดน้ำอัมพวาไปเมื่อปี พ.ศ. 2501 หรือ 46 ปีที่ผ่านมา หลังจากสร้างถนนเดินรถทำให้ความสำคัญในตลาดน้ำเริ่มลดน้อยลงและหายไปในช่วงก่อนที่จะกลับมานิยมและมีชื่อเสียงอีกครั้งโดยทางเทศบาลตำบลอัมพวาได้ถือโอกาสวันที่ 12 สิงหาคม 2547 ซึ่งเป็นวันเฉลิมพระชนมพรรษาของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถครบ 72 ปี หรือ 6 รอบเป็นวันมงคลเปิดตลาดน้ำอัมพวาใหม่อีกรอบเพื่อเป็นการเกิดพระเกียรติพระองค์ โดยมีการเปิดตลาด 3 วันต่อสัปดาห์ คือ ศุกร์-เสาร์ และ



อาชีพ ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้มีตลาดน้ำอัมพวาอีกครั้ง จนเป็นอีกหนึ่งที่มาของโฮมสเตย์เพราะการท่องเที่ยวนั้นก็ต้องควบคู่มากับการพักอาศัยด้วยเช่นกัน โดยโฮมสเตย์เหล่านี้จะมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำอัมพวาที่น่าสนใจไว้คอยบริการและสามารถเลือกโปรแกรมที่น่าสนใจได้เอง โดยกิจกรรมหลักๆที่จัดแก่นักท่องเที่ยวคือ การตกบาตรตอนเช้าที่ทางเจ้าบ้านได้จัดและให้ความสำคัญกับกิจกรรมนี้เป็นพิเศษเพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมือง ไม่มีเวลาที่จะตกบาตรเพราะต้องชีวิตที่รีบเร่งตลอดเวลา นอกจากการตกบาตรแล้วก็ยังมีการขี่จักรยาน พายเรือ เดินป่าศึกษาธรรมชาติอีกด้วย ส่วนกิจกรรมยามค่ำคืนก็ยังได้มีการจัดเรือเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ล่องเรือชมหิ่งห้อยและแหล่งที่อยู่ของนกที่กินปลาเป็นอาหาร ที่อาศัยอยู่บนต้นไม้ในเวลากลางคืนด้วย

นอกจากนี้พื้นที่และสภาพแวดล้อมของอัมพวายังเหมาะสำหรับการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แล้ว สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์อีกอย่างของการพักโฮมสเตย์นั่นก็คือการสัมผัสวิถีชีวิตที่เรียบง่าย การใกล้ชิดและเรียนรู้วัฒนธรรมจากเจ้าของบ้านที่เป็นกันเอง เน้นการอยู่ร่วมกันระหว่างคนและธรรมชาติที่คนเมืองทั่วไปยากที่จะสัมผัส และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ที่ประทับใจกับมิตรไมตรีของจากชาวบ้าน ในความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายมีความสุขแบบไทยๆ ได้มิตรภาพจากชาวบ้านในชุมชนอย่างอบอุ่นและความเป็นกันเองแบบครอบครัวไทยๆ โดยเฉพาะบริเวณริมคลองอัมพวาที่มีโฮมสเตย์หลายหลังที่เจ้าของบ้านคอยต้อนรับอย่างดี อาทิ บ้านแม่อรุณ โฮมสเตย์ “สัมผัสชีวิตชุมชนริมคลอง พร้อมบริการนำเที่ยวจากไทรท้อถิ่น” ที่มีให้เลือกทั้งห้องพัดลมและห้องแอร์ บ้านเลียนบนที่ของป้าอนงค์ เป็นเรือนไม้โบราณหลังคาทรงปั้นหยา อายุกว่า80 ปี บ้านครูบุเป็นบ้านพักปรับอากาศชั้นเดียว และฐณีชาตมีรีสอร์ทอัมพวา มีบรรยากาศอบอุ่นแบบไทยๆ ในเรือนแถวริมน้ำอายุกว่า100 ปี มีบริการห้องพักและห้องประชุมที่มีความจุถึง 30 คน เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งนี้คือ พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ เป็นเป้าหมายหลักในการศึกษา โดยผู้วิจัยได้มีการศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อเป็นฐานข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัดนำไปปรับใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในชุมชนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวภายในจังหวัดต่อไป

### จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

### ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1. พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

### ขอบเขตของงานวิจัย

#### ด้านพื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและการเรียนรู้ทางธรรมชาติซึ่งกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

#### ด้านเนื้อหา

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยที่ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในช่วงวันหยุดเป็นเวลา 1 คืน 2 วัน ระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง ธันวาคม 2551ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ได้คำนึงถึงกรอบแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไว้ 4 ส่วนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ที่มีเนื้อหาครอบคลุมงานวิจัยครั้งนี้

#### ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

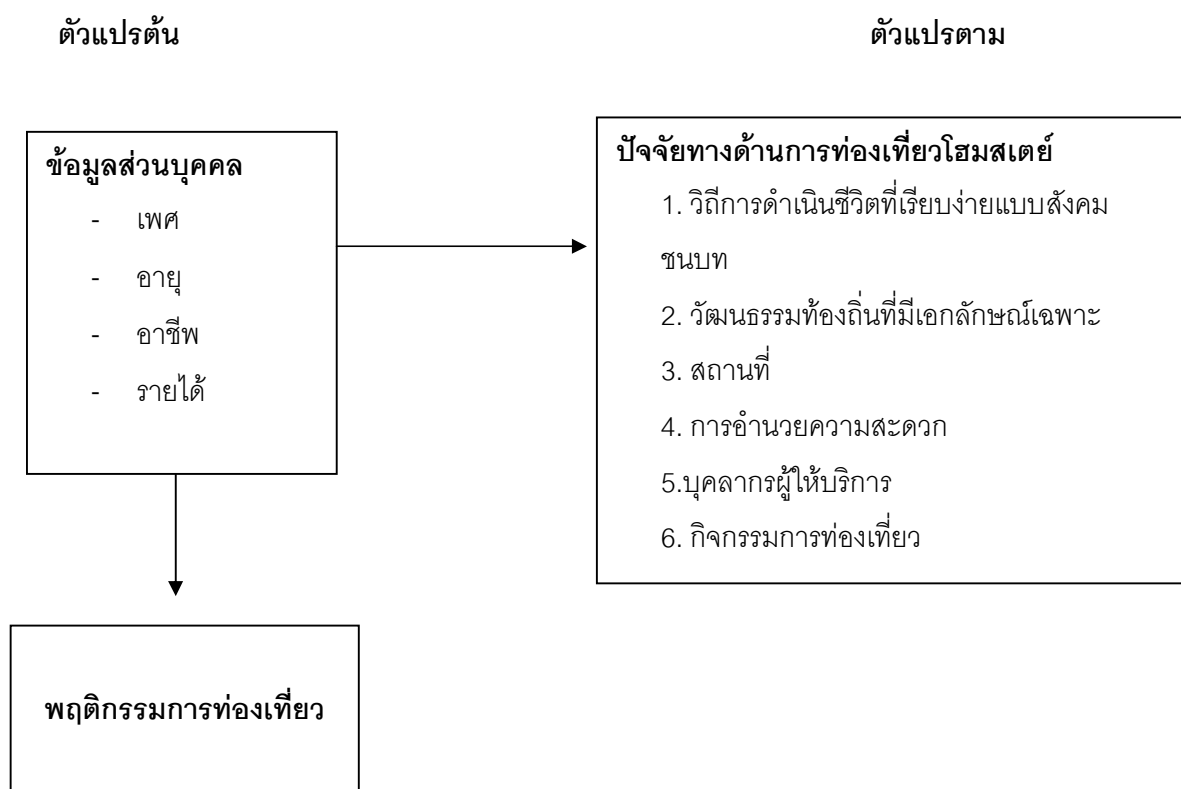
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาจากการสำรวจโดยการสุ่มแบบเจาะจงกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม โดยการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ (Taro Yamane, 1967, p. 886)

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิด

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **โฮมสเตย์** หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านและมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน
2. **การท่องเที่ยว** หมายถึง เป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่ ต้องมีการเดินทางจากถิ่นพำนักประจำของตนเองไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ
3. **การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ** หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อความสนุกสนาน ความชื่นชอบในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
4. **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ** หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นและสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน
5. **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีการให้ความรู้และความภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม และให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม
6. **การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน** หมายถึง การท่องเที่ยวทั้งกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมโดยให้การท่องเที่ยวมุ่งหารายได้ทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันก็ให้การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย
7. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว** หมายถึง การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นล่วงหน้าว่าจะดำเนินงานอย่างไร จะดำเนินไปทำไม จะดำเนินงานที่ไหน จะดำเนินงานอย่างไร จะดำเนินงานเมื่อไร และใครจะเป็นผู้ดำเนินงาน
8. **การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว** หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงและเร่งเร้าให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวขึ้น
9. **การอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว** หมายถึง การใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด โดยใช้อย่างประหยัดและเกิดคุณค่ามากที่สุด รวมทั้งการปรับปรุงทรัพยากรท่องเที่ยวที่ใช้แล้วให้นำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

10. **การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม** หมายถึง การใช้สิ่งแวดล้อมอย่างชาญฉลาด โดยไม่ให้เกิดพิษภัยต่อสังคมส่วนร่วม ดำรงไว้ซึ่งสภาพเดิมของสิ่งแวดล้อมทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมทั้งหาทางกำจัดและป้องกันสิ่งแวดล้อมเป็นพิษมิให้เกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นน้อยที่สุด
11. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยของตนไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยใช้เวลารว่างเพื่อความความเพลิดเพลิน การพักผ่อน หรือ เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้การหารายได้
12. **ตลาดน้ำ** หมายถึง ตลาดน้ำที่มีการขายในน้ำโดยอาศัยเรือแพ เป็นพาหนะบรรทุกสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จะเป็น เช่น เสื้อผ้า อาหาร และผลผลิตทางการเกษตรมาขายตามแม่น้ำลำคลอง ที่มีผู้อาศัยอยู่โดยงานวิจัยนี้ หมายถึง ตลาดน้ำอัมพวา
13. **กิจกรรมท่องเที่ยว** หมายถึง กิจกรรมที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการในการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม หรือเข้าร่วมกิจกรรมนั้นซึ่งทำให้เพิ่มระยะเวลาวันพักของนักท่องเที่ยว
14. **โบราณสถาน** หมายถึง สถานที่ที่มีอายุนับร้อยปี หรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของสถานที่นั้นเป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี
15. **ประเพณี** หมายถึง สิ่งที่น่าถือและประพฤติปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นแบบแผนขนบธรรมเนียมของชุมชนท้องถิ่นนั้น
16. **ปัจจัยดึงดูด** หมายถึง สภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้เกิดความต้องการเที่ยว อันได้แก่ การค้นพบสถานที่ท่องเที่ยวแบบยั่งยืนใหม่ ประสิทธิภาพสื่อมวลชน การขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการให้ข่าวสารทางการท่องเที่ยว นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล เป็นต้น
17. **ระยะเวลาพัก** หมายถึง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้พำนักอยู่ในประเทศที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยว มักคิดระยะเป็นวัน
18. **วัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว** หมายถึง ความประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ แต่มีความมุ่งหมายในการเดินทางอย่างอื่น เช่น เพื่อความสนุกสนาน เพื่อพักผ่อน เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น

**สมมติฐานของการวิจัย**

1. เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกัน

## เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากกาศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์
2. พื้นที่ที่ทำการศึกษา จังหวัดสมุทรสงคราม
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ (Home stay) เป็นคำภาษาอังกฤษที่คนไทยใช้ทับศัพท์ และส่วนใหญ่เข้าใจความหมายของคำดังกล่าวโดยไม่ต้องแปลหรือนิยาม ส่วนคำแปลที่เป็นภาษาไทยคือ “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” ซึ่งค่อนข้างยาว ดังนั้นเมื่อมีการพูดถึงการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ คนส่วนใหญ่ก็จะใช้คำว่า “โฮมสเตย์” ส่วนความหมายของโฮมสเตย์ คือ บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านและมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าโฮมสเตย์มีความหมายมากกว่าคำว่า “ที่พัก” หรือ “บ้านพัก” กล่าวคือ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่ยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มีกิจกรรมต่างๆตามความต้องการของนักท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย

ประเทศออสเตรเลียถือว่าเป็นประเทศแรกในภูมิภาคยุโรปที่มีการท่องเที่ยวและพักแรมกับบ้านพักในฟาร์ม (Farmhouse) หลังจากนั้นประเทศอื่นๆ ในทวีปยุโรปก็เริ่มดำเนินการบ้าง อาทิ อังกฤษ เยอรมัน ไอร์แลนด์ ซึ่งในแต่ละประเทศมีการเรียกชื่อแตกต่างกันไปตามประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศได้แก่ Bed & Breakfast, Farmhouse, Guesthouse แต่ไม่ว่าจะเรียกที่พักประเภทนี้ว่าอย่างไรเอกลักษณ์ที่สำคัญของที่พัก ที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดก็คือตั้งอยู่ในชนบทที่ห่างไกลจากตัวเมืองและแหล่งชุมชนที่มีประชากรหนาแน่น อย่างไรก็ตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่

นักท่องเที่ยวสามารถใกล้ชิด เรียนรู้วิถีชีวิตของครอบครัวเจ้าของบ้านและชุมชน นักท่องเที่ยวสามารถหาได้จากการท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์เท่านั้น (Macnulty, 2001)

โฮมสเตย์ (Home stay) ถือเป็นนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้รับแนวคิดมาจากประเทศตะวันตก จุดกำเนิดของโฮมสเตย์กล่าวได้ว่าเกิดขึ้นในทวีปยุโรป ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในยุคนั้นผู้คนเริ่มแสวงหาความสงบสุขและการพักผ่อนที่เงียบสงบในพื้นที่ชนบทที่ห่างไกล แต่เนื่องจาก ราคา ที่พัก โดยเฉพาะที่พักในพื้นที่ชนบท ที่มีทิวทัศน์งดงามมีราคาแพง ดังนั้น แนวความคิดในการพักผ่อนกับเจ้าของบ้านจึงเริ่มก่อตัวขึ้นและได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับ

### **ความหมายและความเป็นมาของโฮมสเตย์**

(นักรบ ระวังการณ และคณะ, 2547) ได้ให้คุณลักษณะของโฮมสเตย์ (Home stay) ไว้ว่าเป็นที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป แต่มีความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนและการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีกรอบบัญญัติศัพท์และให้ความหมายคำว่าโฮมสเตย์อย่างเป็นทางการ แต่เป็นที่ทราบในความหมายโดยทั่วไปว่าโฮมสเตย์ คือการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับวัฒนธรรมชนบทอย่างแท้จริงด้วยการเข้าไปพักอาศัยร่วมกับเจ้าของบ้าน อาจมีการให้บริการด้านอาหาร การนำเที่ยวกิจกรรมทางวัฒนธรรม การเกษตร การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ดังนั้นโฮมสเตย์จึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่อำนวยความสะดวกและเป็นอีกทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คน (วิทยา, 2544)

ประเทศไทยเริ่มมีการดำเนินการจัดการให้นักท่องเที่ยวพักค้างแรมในรูปแบบของโฮมสเตย์มาตั้งแต่ปี 2536 ก่อนหน้านี้ การท่องเที่ยวที่ชูจุดขายความเป็นโฮมสเตย์ไม่เคยมีปรากฏมาก่อน อาจกล่าวได้ว่าโฮมสเตย์ คือ การท่องเที่ยวที่ได้รับอิทธิพลและแนวความคิดมาจากตะวันตก ในปัจจุบันมีการดำเนินการรูปแบบดังกล่าวแล้ว 46 แห่งทั่วประเทศ แต่การดำเนินการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการศึกษาปัจจัยทางด้านภูมิหลังของนักท่องเที่ยว คือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิฐานะและแรงจูงใจหรือความต้องการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ เพื่อนำไปกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดยังไม่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ส่งผลให้การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อตอบสนองและเข้าถึงต่อกลุ่มเป้าหมาย จึงกลายเป็นจุดอ่อนและส่งผลเสียต่อการกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว (ภราเดช, 2544)



(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539) กล่าวว่าโดยทั่วไปแล้วคำว่าโฮมสเตย์สามารถเรียกกันให้เข้าใจง่ายๆว่า ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ซึ่งหมายถึงการจัดสรรพื้นที่บ้านพัก เพื่อบริการนักท่องเที่ยวโดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่นภายใต้ศักยภาพและการยอมรับของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้นโดยภาพรวมของคำว่าโฮมสเตย์ คือ การชูจุดขายวิถีชีวิต วัฒนธรรมไทย ในขณะที่

(ภราเดช, 2544) กล่าวว่า

...โฮมสเตย์ คือ บ้านของชาวบ้านที่มีห้องพักที่จะรับแขกผู้มาเยือนได้โดยเจ้าของบ้านพอใจและยินดีจะแบ่งพื้นที่รับนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษาศึกษา (Education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) ความประทับใจ (Appreciation) เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องกับนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ และในขณะที่ภรณา (2539) กล่าวว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ดำเนินการบนแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) โดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมและระบบนิเวศชุมชนได้มากกว่าและสามารถตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

โดยสรุปจากคำนิยามที่มีผู้ให้ความหมายไว้ข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า โฮมสเตย์ นั้นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวพักผ่อนในระยะสั้นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนได้อย่างใกล้ชิด ซึ่งอาจมีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้าน

### **แนวคิดของโฮมสเตย์**

แนวคิดของโฮมสเตย์นั้นเกิดขึ้นมาจากแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท (Rural tourism concept) ซึ่งการพัฒนาชนบทเพื่อการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านพื้นที่ 3 ประการ ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

1. ความต้องการพักผ่อนในพื้นที่ชนบท ครอบคลุมถึงที่พักแรมประเภทต่างๆ เช่น โฮมสเตย์ เกสเฮ้าส์ ชาเล่ย์ บ้านพักต่างอากาศ เป็นต้น
2. ความต้องการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปการ ครอบคลุมถึงธนาคาร โรงพยาบาล สถานีอนามัย การโทรคมนาคม เป็นต้น

การจัดการและกิจกรรมโฮมสเตย์นั้นมีหลักการ คือ รัฐบาลและชุมชนจะต้องเข้าใจในทิศทางเดียวกัน เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ไม่หลงทางและไม่ก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลัง ประการแรก ต้องไม่ถือเป็นนโยบายว่าจะต้องมีโฮมสเตย์ทุกหมู่บ้าน แต่ต้องคำนึงถึงความพร้อม ความรู้ความเข้าใจของชุมชนเป็นสำคัญ และชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยเน้นจุดขายอยู่ที่วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ และให้เข้าใจตั้งแต่เริ่มแรกว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเพียงรายได้เสริมมิใช่รายได้หลักของชุมชน กล่าวโดยสรุปคือ ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็ง มีความรู้เท่าทันสิ่งที่จะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงและเข้าใจวัตถุประสงค์ของสิ่งที่ตนกำลังดำเนินการ เนื่องจากโฮมสเตย์หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่บ้านพักในชุมชน ดังนั้นการจัดการเกี่ยวกับที่พักจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ชุมชนหรือเจ้าของบ้านต้องมีหลักและแนวทางในการปฏิบัติ ซึ่งอาจเรียกว่า บัญญัติ 10 ประการ ดังนี้

1. เตียนนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล
2. ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด
3. อาหารพื้นบ้านง่ายๆ แต่ปรุงมาอย่างดี
4. ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
5. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ปีนเขา ขี่จักรยาน ฯลฯ
7. ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายของที่ระลึก
8. ความบันเทิง อาทิ ดนตรี การเต้นรำ การแสดงพื้นบ้าน
9. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10. ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าของบ้าน

แนวทางของโฮมสเตย์หรือบัญญัติ 10 ประการ ดังกล่าวข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าเกี่ยวข้องกับการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวและเป็นกิจกรรมที่ชุมชนจัดให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ โดยกิจกรรมดังกล่าวจะสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริงมิใช่เป็นการจัดฉากแต่อย่างใด

**กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐาน ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay)**  
(สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2548, หน้า 38-40)

#### **ตัวชี้วัดด้านที่พัก**

1. โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคง หมายถึงลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ

1.1 ตัวบ้านต้องมั่นคง แข็งแรง ไม่อยู่ในสภาพชำรุดหรือเสี่ยงต่ออันตรายจากการใช้สอย

1.2 วัสดุที่ใช้ก่อสร้างบ้านแข็งแรง ซึ่งไม่ควรใช้ไม้ไผ่หรือฝาขัดแตะหรือใบไม้เป็นวัสดุ เว้นแต่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นซึ่งจะต้องอยู่ในสภาพที่แข็งแรง

2. บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้ดี แสงสว่างส่องถึงทำให้ไม่มีกลิ่นอับภายในบ้านและห้องพัก ส่วนหลังคาทำจากวัสดุธรรมชาติที่ดูดซับความร้อนได้ดี และตัวบ้านไม่ร้อนเมื่อพักอาศัยในช่วงเวลากลางวัน

3. มีที่นอนที่สบาย สะอาดและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน

4. มีห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด ห้องน้ำและห้องส้วมที่ถูกลักษณะมี 2 ลักษณะคือ

4.1 ห้องน้ำและห้องส้วมอยู่ในห้องเดียวกัน

4.2 ห้องน้ำและห้องส้วมอยู่แยกกันไม่ว่าจะเป็นลักษณะใดก็ตาม ควรจะมีลิ้นชักเปิด-ปิดประตูที่ดีและมีไฟฟ้าที่สว่างเพื่ออำนวยความสะดวก

5. มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและอุปกรณ์สำหรับการนอนทุกครั้งเมื่อนักท่องเที่ยวเข้าพัก รวมถึงการกำจัดแมลงต่างๆ ที่จะก่ออันตรายต่อนักท่องเที่ยวด้วย

#### **ตัวชี้วัดด้านอาหารและโภชนาการ**

มีการปรุงอาหารและการใช้อุปกรณ์ที่สะอาดและปลอดภัย โดยอาหารนั้นควรจะมีคุณภาพเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น

#### **ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย**

มีการดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาการเข้าพักโฮมสเตย์ รวมถึงมีการเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยว

#### **ตัวชี้วัดด้านการจัดการ**

มีการรวมกลุ่มหรือสหกรณ์ เพื่อการจัดการโฮมสเตย์ เพื่อการร่วมมือกันของคนในชุมชน โดยไม่มองในแง่ของธุรกิจ รวมถึงให้มีระบบการจองห้องพักล่วงหน้า เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว โดยในระบบการจองนั้นจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราของที่พัก รวมถึงข้อมูลการประชาสัมพันธ์ด้วย

#### **ตัวชี้วัดด้านกิจกรรมท่องเที่ยว**

มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านตามสภาพพื้นที่ โดยกิจกรรมต่างๆนั้นได้ถูกกำหนดไว้ชัดเจน มีผู้นำเที่ยว มีอุปกรณ์ที่พร้อม และมีความปลอดภัย

#### **ตัวชี้วัดด้านสภาพแวดล้อม**

มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจและใกล้ที่พักอย่างน้อย 1 ประเภท ที่มีอยู่เดิมแล้วที่เป็นแหล่งดึงดูดใจให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีการร่วมมือกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวทั้งจากทางภาครัฐ ชุมชน และนักท่องเที่ยว ช่วยกันรักษาสภาพเดิมของชุมชนโดยไม่ควรเปลี่ยนแปลงจนทำลายวิถีชีวิตความเป็นอยู่และขนบธรรมเนียม ประเพณีดั้งเดิมของชุมชน

### **ตัวชี้วัดด้านมูลค่าเพิ่ม**

มีร้านขายของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าของชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงได้มีโอกาสเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้ทางชุมชนยังมียุทธศาสตร์พัฒนาศักยภาพของตัวเองที่มีอยู่ โดยการแสดงความสามารถของตนเอง เช่น การต้อนรับ มัคคุเทศก์ การปรุงอาหาร และการทำน้ำตาล เป็นต้น

### **พื้นที่ที่ทำการศึกษา**

พื้นที่ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา คือ จังหวัดสมุทรสงครามซึ่งมีสัญลักษณ์ประจำจังหวัดเป็นรูปกลองลอยน้ำ โดยมีคำขวัญประจำจังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้ "เมืองหอยหลอด ยอดลิ้นจี่ มีอุทยาน ร.2 แม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน นมัสการหลวงพ่อบ้านแหลม"

จากงานวิจัย พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของจังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้

### **ประวัติความเป็นมาของจังหวัดสมุทรสงคราม**

จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายใต้นโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ต้องการขยายการท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น และเพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่คนภายในชุมชน ซึ่งสมุทรสงครามครอบคลุมพื้นที่ 3 อำเภอ คืออำเภอเมือง อำเภอบางคนทีและอำเภออัมพวา พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่านสู่ปากอ่าวแม่กลอง โดยจะมีป่าแสมหรือป่าโกงกางอยู่ทั้งสองข้างทาง โดยคนในจังหวัดส่วนใหญ่นั้นจะประกอบอาชีพเพาะปลูก ทำสวน ทำไร่ และการประมง

### **สภาพทั่วไป**

#### **ที่ตั้งและขนาด**

จังหวัดสมุทรสงครามนั้นมีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครเพียง 65 กิโลเมตร มีพื้นที่จังหวัดทั้งหมด 416.707 ตารางกิโลเมตร หรือ 260,441.87 ไร่ (พื้นที่ทั่วประเทศ 490,353.93 ตารางกิโลเมตร)

### **ลักษณะภูมิประเทศ**

พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม มีสภาพของดินเป็นลักษณะดินเหนียวปนทราย มีป่าโกงกาง และป่าแสมสองข้างทางตลอดไปจนถึงทางออกปากอ่าวแม่กลอง ด้วยสภาพพื้นที่ดังกล่าวจึงทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางทางน้ำและการประกอบอาชีพกสิกรรม

### **แหล่งน้ำ**

จังหวัดสมุทรสงครามมีแม่น้ำสายใหญ่ไหลผ่าน คือ แม่น้ำแม่กลองซึ่งไหลผ่านทั้ง 3 อำเภอของจังหวัดเพื่อลงสู่ปากอ่าวแม่กลองที่ประชากรทั้ง 3 อำเภอจะใช้ประโยชน์จากแม่น้ำนี้ในการเกษตร ประมง และการขนส่งสินค้าทางน้ำอยู่เป็นประจำ

### **ด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรม**

โบราณสถาน ที่เป็นศิลปวัฒนธรรมอันงดงามของจังหวัดสมุทรสงคราม คือ อุทยานพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย หรือเป็นที่รู้จักกันในนาม อุทยานร.2 โดยภายในมีอาคารทรงไทย 4 หลัง มีการจัดแสดงวัตถุโบราณ และแสดงถึงลักษณะความเป็นอยู่ของคนในสมัยนั้น

ศาสนสถานที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง คือ วัดจุฬามณี เป็นวัดโบราณริมฝั่งคลองอัมพวาต่อเนื่องกับคลองผีหลอกสร้างขึ้นตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย รัชกาลพระเจ้าปราสาททอง โดยมีสิ่งที่น่าสนใจภายในวัด คือ กุฏิทอง

### **ศาสนพิธี และพิธีกรรม**

พิธีทางศาสนาส่วนใหญ่จังหวัดสมุทรสงครามจะมีประเพณีทางศาสนาเหมือนกับจังหวัดอื่นๆ เช่น ประเพณีสงกรานต์ และงานบุญต่างๆ ทางด้านพิธีกรรมเนื่องจากจังหวัดสมุทรสงครามนั้นมีชาวจีนมอญได้อาศัยอยู่ด้วย ดังนั้นการประกอบพิธีกรรมจึงยึดถือปฏิบัติต่อมาแต่โบราณ

### **การคมนาคม**

ในอดีตการคมนาคมจังหวัดสมุทรสงคราม โดยทั่วไปอาศัยการคมนาคมทางน้ำ แต่ปัจจุบันมีทางหลวงแผ่นดินตัดผ่านในปี พ.ศ.2512 ทำให้สามารถติดต่อกับกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวกซึ่งแบ่งออกได้ดังนี้ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ และทางน้ำ

### **แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม**

#### **วัดจุฬามณี**

ตั้งอยู่ริมฝั่งคลองอัมพวาห่างจากตัวอำเภออัมพวาเพียง 2 กิโลเมตร เดิมเรียกว่า "วัดแม่ย่าทิพย์" สร้างมาแต่รัชสมัยพระเจ้าปราสาททองแห่งกรุงศรีอยุธยา ตามประวัติเล่าว่าท้าวแก้วผลึก (น้อย) ซึ่งเป็นนายตลาดบางช้างเป็นผู้สร้างวัดจุฬามณีขึ้นบริเวณด้านหลังวัดห่างไป 5 เส้น เป็นนิวาสถานเดิมของท่านทองและท่านสิ้น พระชนกและพระชนนีของสมเด็จพระอัมรินทร์ทรามาตย์ (นาก) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 ซึ่งภายหลังถูกไฟไหม้ ครอบครัวของท่านจึงย้ายไปตั้งบ้านเรือน

อยู่บริเวณวัดอัมพวันเจติยาราม อุโบสถวัดจุฬามณีเดิมสร้างจากไม้สักและไม้เนื้อแข็งจนถึง พ.ศ. 2511 พระครูโกวิทสมุทรคุณ (หลวงพ่อบึง กอวิท) ได้เริ่มสร้างอุโบสถหลังใหม่แทนหลังเก่าที่ทรุดโทรม หลังจากหลวงพ่อบึงมรณภาพในปี พ.ศ.2530 พระครูโสภิตวิริยาภรณ์ (อัฐฐภทฺจาโร) ศิษย์เอกของหลวงพ่อบึง ได้ดำเนินการสืบต่อจนแล้วเสร็จ

### **วัดบางกะพ้อม**

วัดบางกะพ้อมเป็นวัดโบราณ สร้างขึ้นในราวปี พ.ศ. 2312 สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่ไม่ปรากฏ นามผู้สร้าง มีตำนานเล่าขานกันมาว่ามีตระกูลคหบดีมีฐานะดีตระกูลหนึ่งได้ลงเรือพาครอบครัวพร้อมทั้งทรัพย์สินหนีข้าศึก เมื่อครั้งเสียกรุงศรีอยุธยา รอนแรมถึงแหลมบางกะพ้อมแห่งนี้เห็นเป็นที่เหมาะสมร่มรื่นจึงได้พักแรมสร้างที่อยู่อาศัยอยู่โดยอาศัยการสานกระบุงตะกร้า เสื่อลำแพน และกะพ้อมใส่ข้าว เป็นสินค้านำไปขายเพื่อเป็นค่ายังชีพ ต่อมามีคนมาบอกว่างดทัพข้าศึกยกมา กำลังทำการสู้รบกันอยู่ที่ค่ายบางกุ้งให้รีบหนีแต่คหบดีผู้นั้นเห็นว่าคงหลบหนีไม่ทันจึงได้เข้าไปแอบอยู่ในกะพ้อมที่สานเอาไว้เพื่อจะขาย พร้อมกับนั้นได้ตั้งสัตยาธิษฐานต่อพระรัตนตรัย และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายว่า "ขออย่าให้ทหารข้าศึกพบเลยหากรอดพ้นไปได้จะจัดการสร้างวัดและวิหารขึ้นตรงนี้" ซึ่งทหารข้าศึกก็ผ่านไปโดยมิได้พบเห็น ต่อมาจึงได้จัดสร้างวิหารวัดบางกะพ้อมขึ้นตามที่ตั้งสัตยาธิษฐานไว้โดยตั้งชื่อวัดว่า "วัดบังกับพ้อม" ต่อมาคงเพี้ยนไปบ้างหรือเพื่อความเหมาะสมจึงชื่อ "วัดบางกะพ้อม" มาจนถึงปัจจุบันนี้

### **วัดอัมพวันเจติยาราม**

เป็นพระอารามหลวงชั้นโท ตั้งอยู่ปากคลองอัมพวาด้านเหนือ เดิมเรียกกันว่า "วัดอัมพวา" ต่อมาพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานนามใหม่ว่า "วัดอัมพวันเจติยาราม" มีความหมายว่าวัดที่มีเจดีย์และมีสวนมะม่วงเป็นที่รื่นรมย์และเกษมสำราญนำเคารพบูชา วัดนี้เป็นวัดต้นวงศ์ราชินิกุลโดยสมเด็จพระรูปศิริโสภาคย์มหานาคนารี (สั้น) พระชนนีในสมเด็จพระอัมรินทรามาตย์ (นาก) ทรงบริจาคที่ดินและสมเด็จพระอัมรินทรามาตย์ได้ทรงรวบรวมพระพี่พระน้องร่วมกันสร้างเป็นวัดขึ้นมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดเกล้าฯ ให้มีการบูรณะใหญ่และทรงสร้างพระปราสาทเป็นที่บรรจุพระบรมสรีรังคารและพระบรมอัฐิบางส่วนของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยพระบรมราชาชนก นอกจากนี้ยังทรงสร้างพระวิหารและพระที่นั่งทรงธรรมขึ้นอีกด้วย

### **อุทยานพระบรมราชานุสรณ์ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย**

อุทยานนี้เป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ของมูลนิธิพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยในพระบรมราชูปถัมภ์เพื่อเป็นการสนองพระมหากรุณาธิคุณที่ได้พระราชทานศิลปะอันงดงามไว้ เป็นมรดกแก่ชาติและได้รับการ

ยกย่องจากองค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินมาเปิดป้ายอุทยานเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2522 และเปิดให้ประชาชนเข้าชมภายในอุทยานได้เมื่อ วันที่ 1 มิถุนายน 2530

### **ดอนหอยหลอด**

เป็นสันดอนที่เกิดขึ้นบริเวณปากแม่น้ำแม่กลองชายฝั่งทะเลของจังหวัดสมุทรสงคราม มีลักษณะเป็นสันดอนใหญ่ตลอดชายฝั่งทะเล เนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 22,000 ไร่ จำนวนดอนที่เกิดขึ้นในขณะนี้ทั้งหมด 7 ดอน แต่ละดอนแยกจากกันด้วยร่องน้ำเล็กๆ ลึกบ้างตื้นบ้างดอนที่มีหอยหลอดชุกชุมมากมีจำนวน 5 ดอนซึ่งเป็นดอนที่เกิดขึ้นนานแล้ว ลักษณะพื้นดินของดอนหอยหลอดเป็นลักษณะดินปนทราย ชาวบ้านเรียกว่า "ทรายขี้เป็ด" ซึ่งอาจนำไปใช้ถมที่ได้แต่ใช้ประโยชน์ในการก่อสร้างไม่ได้ หอยหลอดจะอยู่หนาแน่นบริเวณที่มีทรายประมาณ 60 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป ความหนาแน่นของหอยหลอดขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมในแต่ละปีเปลี่ยนแปลงไป หอยหลอดเป็นสัตว์น้ำทะเลชนิดหนึ่ง มีชื่อสามัญว่า Razor clam และมีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Solen strictus* จัดเป็นหอยสองฝาที่มีตัวอาศัยอยู่ในฝาที่เมื่อประกบทั้งสองข้าง มีลักษณะคล้ายหลอดกาแฟ กลมยาวประมาณ 7-8 เซนติเมตร สีน้ำตาลอ่อน ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 เซนติเมตร เป็นขนาดของหอยที่โตเต็มที่มีสภาพความเป็นอยู่โดยการฝังตัวตั้งเป็นแนวตั้งอยู่ใต้พื้นทราย ยามน้ำแห้งซึ่งเป็นช่วงโอกาสที่ชาวประมงจะทำการจับหอยหลอดได้ หอยจะเปิดฝาอยู่เรียพื้นและยึดตัวยื่นออกมาจับแพลงตอนเป็นอาหารหรือการเคลื่อนตัวออกไปหาพื้นที่อยู่ใหม่ (ดร. วรณศิลป์ ฟีรพันธุ์, 2549, หน้า 21-31)

### **ปฏิทินการท่องเที่ยว**

มกราคม จะมีการตักบาตรวันขึ้นปีใหม่ 1 มกราคมของทุกปี และจะมีมหรสพสมโภชตลอดคืน ซึ่งจะเหมือนกับทุกจังหวัดที่ทำการทุกปี

กุมภาพันธ์ จะมีการจัดงานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ร.2 ได้มีการจัดแสดงทางด้านศิลปวัฒนธรรมด้านต่างๆ รวมถึงการจัดประกวดพันธุ์ไม้ต่างๆด้วย

เมษายน ในช่วงสงกรานต์จะมีการจัดนมัสการ หลวงพ่อวัดบ้านแหลมและรูปหล่อของท่านเจ้าคุณมหาสิทธิกร (ทอง) และการสงฆ์น้ำพระโดยในช่วงเดือนนี้จะมีวันขึ้นปีใหม่และของดีจังหวัดสมุทรสงครามเป็นของที่ขึ้นชื่อมาจัดจำหน่าย

เมษายน-พฤษภาคม จะมีการสักการะพระบรมรูปกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ มีการให้ประชาชนอนุรักษ์ดอนหอยหลอด ตลอดจนมีการจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เช่น อาหารทะเล และพืชผลทางการเกษตร เป็นต้น

สิงหาคม เป็นช่วงของวันส้มโอบัว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งของดีของจังหวัดสมุทรสงครามโดยงานนี้ได้จัดขึ้นที่ศาลากลางจังหวัดรวมถึงการได้ชมนิทรรศการทางการเกษตร และจำหน่ายพืชผลทางการเกษตรอีกด้วย

พฤศจิกายน มีการจัดงานลอยกระทง ณ วัดลาดเป้ง ซึ่งจะมีการจัดประกวดกระทงขนาดต่างๆ รวมถึงการแข่งขันเรือชิงถ้วยพระราชทานของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และการแข่งขันเรือพายท้องถิ่นด้วย

ธันวาคม มีการจัดงานประจำปีวัดเขายี่สาร ซึ่งภายในวัดจะมีกิจกรรมมากมาย เช่น ชมจิตรกรรมฝาผนังลายไทยโบราณในโบสถ์ ชมถ้ำพระนอน วังมัจฉาน้ำเค็ม รวมถึงการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และมีการแสดงมหรสพอีกหลายคืน

นอกจากนี้ ทางจังหวัดสมุทรสงครามยังมีตลาดน้ำอีกหนึ่งที่ที่น่าสนใจไม่แพ้ตลาดน้ำอัมพวาโดยมีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ จะเปิดทุกวันขึ้น/แรม 2, 7 และ 2 ค่ำ ของทุกเดือน ตั้งแต่ช่วงเวลา 09.00 - 12.00น. นั่นคือ ตลาดน้ำท่าคา ซึ่งตลาดน้ำแห่งนี้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสชีวิตริมน้ำของชาวบ้านแบบไทยๆ โดยมีการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร เช่น ผัก ผลไม้ ของใช้ประจำวัน ตลอดจนสินค้าพื้นเมือง

### **กิจกรรมและบริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์**

ด้านของกิจกรรมนั้นโดยส่วนใหญ่แล้วทางโฮมสเตย์จะมีกิจกรรมที่จัดไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวพักผ่อนระหว่างที่พักโฮมสเตย์ ดังนี้

#### **ล่องเรือชมหิ่งห้อย**

การล่องเรือชมหิ่งห้อยนั้นนักท่องเที่ยวสามารถล่องเรือชมได้ทุกฤดูแต่อาจจะพบหิ่งห้อยได้ไม่มากเท่ากับช่วงฤดูฝน เนื่องจากหิ่งห้อยจะออกมาดูน้ำที่ดินบริเวณต้นลำพู โดยสามารถชมหิ่งห้อยได้ในช่วงเวลา 18.30 – 21.30 น. โดยเมื่อล่องเรือไปเรื่อย ๆ ถึงชุมชนบางนกแขวก จะได้ชมความสวยงามยามค่ำคืนของสองฝั่งของแม่น้ำแม่กลองรวมถึงสามารถมองเห็นนกกระยางที่อาศัยอยู่บนต้นไม้ของสองฝั่งได้อีกด้วย

### **ล่องเรือชมสถานที่ท่องเที่ยวตามลำน้ำแม่กลอง ล่องเรือไหว้พระ 9 วัด และล่องเรือตามรอยเสด็จประพาสต้น รัชกาลที่ 5**

เนื่องจากชุมชนอัมพวามีโบราณสถานที่สำคัญอยู่บริเวณริมน้ำหลายแห่ง อีกทั้งยังมีประวัติการเสด็จไปเยือนวัดต่างๆของรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นที่น่าสนใจยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการล่องเรือเพื่อสักการะวัดทั้ง 9 นี้ โดยแต่ละวัดจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งในด้าน สถาปัตยกรรม และประติมากรรมภายในที่งดงาม รวมถึงความศักดิ์สิทธิ์ที่เลื่องชื่อของแต่ละวัดอีกด้วย โดยการล่องเรือ



สักการะวัดทั้ง 9 นี้ ในช่วงของระยะเวลาการเดินทางโดยเรือนั้น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสทัศนียภาพที่สวยงามอีกทั้งยังสามารถแวะชมสวนผลไม้มีนานาชนิดของชาวบ้านได้อีกด้วย

### **เล่นน้ำ**

สายน้ำหลักที่อยู่จังหวัดสมุทรสงครามมาตั้งแต่อดีต คือ คลองอัมพวาที่ชาวอัมพวาใช้ประโยชน์จากคลองแห่งนี้มากมาย จนกลายเป็นวิถีชีวิตที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน ชาวบ้านได้เรียนรู้ และมีการสังเกตช่วงเวลาน้ำขึ้น - น้ำลง สังเกตว่าเป็นน้ำจืด น้ำกร่อย หรือน้ำเค็ม เพื่อการใช้น้ำในกิจกรรมต่างๆ เช่น การลงเล่นน้ำกันอย่างสนุกสนาน โดยเฉพาะเด็กๆ มักจะชอบการเล่นน้ำกันเป็นกลุ่มๆ ซึ่งกิจกรรมนี้เป็นการแสดงออกถึงวิถีชีวิตชุมชนอัมพวาได้เป็นอย่างดี

### **ขี่จักรยาน**

การขี่จักรยานนั้นนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับธรรมชาติ วิถีชีวิต และแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ที่เป็นการท่องเที่ยวอีกหนึ่งรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากการนั่งเรือ โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิต ธรรมชาติ และมรดกวัฒนธรรมของชุมชน โดยเริ่มจากการสักการะพระที่วัดอัมพวันเจติยาราม ต่อด้วยการชมการผลิตเครื่องเบญจรงค์ของศูนย์เบญจรงค์ จากนั้นไปที่อุทยานร.2 แวะชมโครงการพัฒนาที่ดินของมูลนิธิชัยพัฒนา และสักการะศาลเจ้าพ่อมังกร นอกจากนี้แวะไปชมการทำน้ำตาลมะพร้าว ออร์คิดฟาร์ม วัดจุฬามณี วัดบางกะพ้อม เป็นต้น

### **ตักบาตรพระพายเรือบิณฑบาตรยามเช้า**

ตอนย่ำรุ่งของทุกวัน พระภิกษุจากทั้งวัดอัมพวันเจติยาราม และวัดพระญาติจะออกเดินทางบิณฑบาตตามทางเดินริมคลองอัมพวา นอกจากนี้ยังมีพระสงฆ์บางรูปพายเรือบิณฑบาตเพื่อให้พุทธศาสนิกชนในชุมชนได้ตักบาตร ซึ่งนอกจากเป็นการทำบุญเพื่อความเป็นสิริมงคลแล้วยังเป็นการสืบทอดพระพุทธศาสนาอีกด้วย

### **การแสดงดนตรีไทย**

บริเวณหมู่บ้านอู่ฉิม เป็นที่ตั้งศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ มีการแสดงดนตรีไทยทุกวันอาทิตย์ที่ 1 และ 3 ของเดือน เวลา 17.00 - 18.30 น. ที่สนามหญ้าหน้าศาล

### **สถานที่นวดแผนโบราณ**

มีบริการนวดแผนโบราณที่ชุมชนอัมพวา และบริเวณตลาดน้ำอัมพวา หากแต่โฮมสเตย์บางแห่งจะมีบริการเพื่อความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว

### **ชมสาธิตการเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าว**

การที่นักท่องเที่ยวได้ชมการเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าวที่เคี้ยวบนเตาตาลนั้น นักท่องเที่ยวจะได้ทราบถึงการใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้านที่แท้จริง โดยที่ชาวบ้านได้นำสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว และมีอยู่

ภายในท้องถิ่น คือ มะพร้าวที่ได้จากวงมะพร้าวมาเคี้ยวเพื่อทำเป็นน้ำตาลมะพร้าว หรือน้ำตาลปึกที่ใช้ในการทำอาหาร และขนมไทย โดยอาชีพนี้ถือเป็นอาชีพหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสงครามที่สืบทอดมายาวนาน

### **ชมการเก็บหอยแครง หอยหลอด วิ่งเรือบนเลน**

นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมประเภทนี้ได้ที่ ดอนหอยหลอด ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเที่ยวชมดอนหอยหลอดคือ เดือนมีนาคม - พฤษภาคม เพราะน้ำจะลงนานกว่าช่วงเวลาอื่น

### **ชมบ้านแมวไทย**

ภายในบ้านแมวไทยมีเรือนเพาะเลี้ยงแมวไทยสายพันธุ์ต่างๆ เปิดให้ผู้สนใจเข้าชมได้ทุกวัน พร้อมให้ความรู้เกี่ยวกับแมวไทย

### **แนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ**

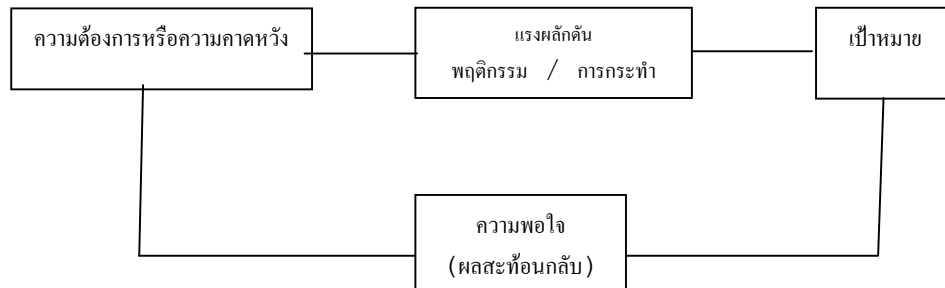
ความหมายของความพึงพอใจโดย “ความพึงพอใจ” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “satisfaction” มีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” (จิตตินันท์ เตชะนันท, 2543, หน้า 19) และมีนักวิชาการและนักจิตวิทยาให้ความหมาย ไว้ดังนี้

(จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์, 2542, หน้า 47 อ้างอิงใน Vroom, 1964, p. 328) กล่าวว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถชี้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

(วัฒนา เพ็ชรวงษ์, 2542, หน้า 17 อ้างอิงใน McCormick, 1965, p. 299) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

(วัฒนา เพ็ชรวงษ์, 2542, หน้า 17 อ้างอิงใน Mullins, 1985, p. 280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลากๆ ด้าน เป็นสภาพที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้นแล้วจะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียน

### ดั่งภาพประกอบ



ภาพ 2 การเกิดความพึงพอใจของบุคคล

ที่มา : (Mullins. Luane J, 1985)

วัฒนา เพ็ชรวงศ์(2542, หน้า 18) ได้สรุปว่า “ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ”

วิมล หรยางกูร (วัฒนา เพ็ชรวงศ์, 2542, หน้า 18 อ้างอิงใน วิมล หรยางกูร, 2536) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

#### หลักการและทฤษฎีความพึงพอใจ

ทฤษฎีความพึงพอใจของมาสโลว์ (Maslow's general theory human and motivation) ได้อธิบายถึง ความต้องการของมนุษย์ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้นตอนจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy and needs) และเป็นทฤษฎีที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย (Maslow, 1954, p. 69) ดังนี้

มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอและไม่มีสิ้นสุดแต่สิ่งที่มีมนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่น ๆ ก็เข้ามาแทนที่กระบวนการนี้ไม่มีสิ้นสุด และจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

ความต้องการได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่สิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไปความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นแรงจูงใจของพฤติกรรม

ความต้องการของมนุษย์มีลำดับชั้นความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

ซึ่งมาสโลว์ได้แบ่งลำดับชั้นความต้องการคือ ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of human needs) ไว้ 5 ระดับ คือ

ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)

ความต้องการทางด้านความปลอดภัย (Safety needs)

ความต้องการทางด้านความรักและการมีส่วนร่วมในสังคม (Social needs)

ความต้องการทางด้านเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem needs)

และความต้องการทางด้านความสำเร็จผสมหวังในชีวิต (Self - actualization)

### **ความพึงพอใจของผู้รับบริการ**

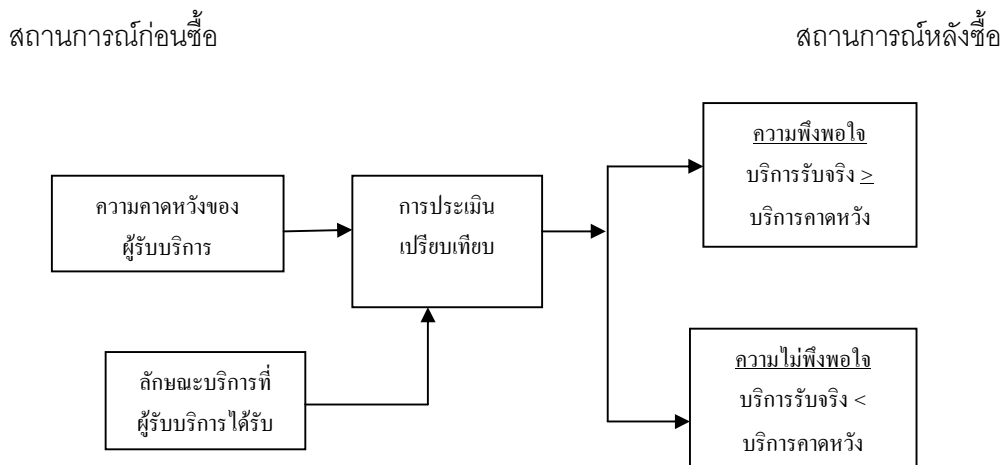
จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543, หน้า 19) ได้ให้ความหมาย “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาดที่พบนิยามแบ่งเป็น 2 นัย คือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

(จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2543, หน้า 19, อ้างอิงใน Oliver, 1980, p. 460) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ดั่งภาพประกอบ

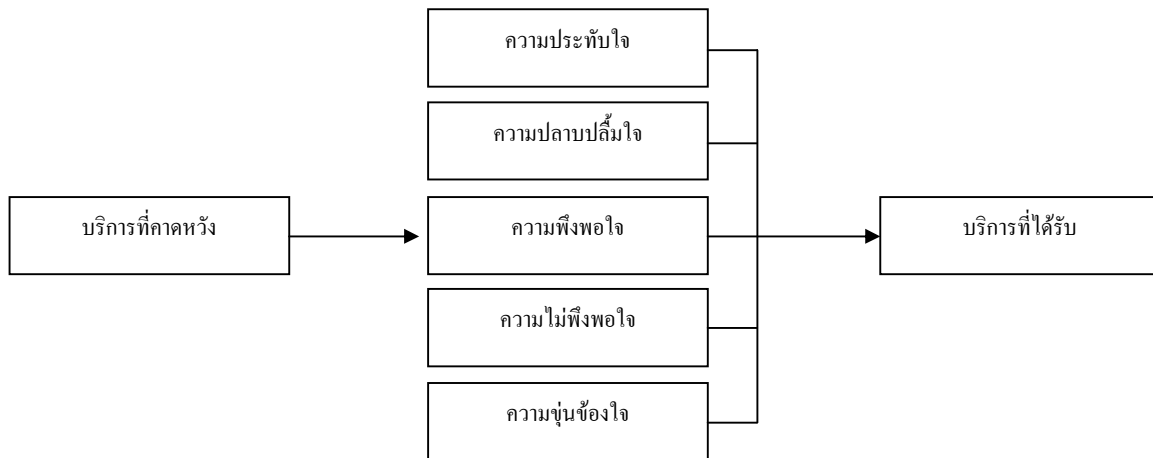


ภาพ 3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ

ที่มา: (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2543, หน้า 19)

จากการศึกษาความหมาย ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการบริการ สรุปได้ว่า เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆของบุคคลตามความรู้ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งที่ได้รับจริงน้อยกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวังเป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่
2. ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวังเป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานีบริการน้ำมันพร้อมกับได้รับการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรีสำหรับความไม่พึงพอใจ เป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับการที่ตรงกับความคาดหวัง



ภาพ 4 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ที่มา : (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2543, หน้า 39 อ้างอิงใน พิภพ อุดม, 2537) ความพึงพอใจ : ทำไมและอย่างไร

#### แนวคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยด้าน การจัดการท่องเที่ยว

##### ความหมายของการท่องเที่ยว

ชิตจันทร์ หังสสุต ( 2532, หน้า 1-2) ได้อธิบายความหมายของ 2 คำนี้ คือ นันทนาการ (Recreation) คือ “งานบันเทิงหรือการพักผ่อนหย่อนใจทั่วไป จะทำขึ้นโดยเฉพาะในยามว่างเป็นความสนุกสนานเฉพาะตัวที่สามารถเลือกได้ จึงเป็นกิจกรรมโดยเฉพาะอย่างที่เป็นความพอใจหรือเกิดความสุขใจแก่บางคน บางกลุ่ม บางเหล่าเท่านั้น”

การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางผ่าน หรือการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลๆ หรือสถานที่ต่างประเทศรวมทั้งการเครื่องไหวทุกชนิดโดยไม่สนใจในจุดมุ่งหมายแต่อย่างใด

จะเห็นว่า คนเดินทาง หลายแบบหลายวิธีและด้วยเหตุผลต่างๆ กัน เพื่อที่จะให้การเดินทางมีความหมายเป็น “การท่องเที่ยว” (Tourism) การเดินทางจะต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการครบถ้วนคือ

1. ต้องเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นไปตามความตั้งใจของผู้เดินทาง

3. ต้องมีใช้เพื่อรับสินจ้างในการนั้นและน่าจะเห็นได้ว่าผู้เดินทางจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือไม่ขึ้นอยู่กับจิตใจหรือท่าทีความรู้สึก (Attitude) ของผู้เดินทางนั้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542, หน้า 4) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง “การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจและเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ” คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

#### **ความหมายของนักท่องเที่ยว**

(วินิจ วีรียงกูร, 2532, หน้า 6-7) ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวไว้ 3 ประเภท ดังนี้

#### 1. นักท่องเที่ยว (Tourists)

1.1 ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งมักจะมาพักอาศัยอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และการมาเยือนมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.1.1 เพื่อพักผ่อน เช่น การบันเทิง พักผ่อนในวันหยุด เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อประกอบการศาสนกิจ และการกีฬา

1.1.2 เพื่อธุรกิจ

1.1.3 เพื่อเยี่ยมครอบครัว

1.1.4 เพื่อราชการ

1.1.5 เพื่อเข้าประชุม

2. นักทัศนอาจร (Excursionist) คือ ผู้ที่เดินทางเยือนเป็นการชั่วคราวและพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่เกิน 24 ชั่วโมง

3. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปไหนก็ตามโดยใช้เส้นทางที่มีได้ช้อยู่เป็นประจำทุกวัน และมีระยะทางไม่ต่ำกว่า 60 กิโลเมตร หรือออกไปนอกเขตจังหวัดที่เป็นภูมิลำเนาของตน

#### **วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว**

(ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542, หน้า 6-7) กล่าวว่าผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism Suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ (recreation) วันหยุด (holiday) เพื่อสุขภาพ (health) การศึกษา (study) ศาสนา (religion) และการกีฬา (sport)

2. การติดต่อธุรกิจ (Business) ได้แก่ การประชุม (meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย (mission)

รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมและเต็มใจที่จ่ายตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

(ชิตจันทร หังสสุต, 2532, หน้า 8-9) แบ่งความมุ่งหวังของการเดินทางท่องเที่ยวออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. มุ่งหวังในทางกาย คือ มุ่งเดินทางเพื่อการพักผ่อนทางร่างกาย การแสดงกีฬา การสนุกสนานชายหาต การพักผ่อนใจในไนท์คลับ และด้านรักษาสุขภาพโดยตรง อาจเป็นคำสั่งของแพทย์ หรือคำแนะนำ และประโยชน์ของการรักษาตัว เช่น การอาบน้ำแร่เพื่อรักษา เป็นต้น

2. มุ่งหวังในทางศิลปวัฒนธรรม ผู้เดินทางต้องการหาความรู้เกี่ยวกับประเทศนั้นๆ เกี่ยวกับ ดนตรีศิลปะ นิทานพื้นบ้าน การเต้นรำ การเขียนภาพ ศาสนา และกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ

3. มุ่งหวังในมิตรภาพ ผู้เดินทางประสงค์ที่จะเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ เพื่อหนีความจำเจหนีไปจากครอบครัว และเพื่อนบ้านที่ยุ่งเหยิง หรือเพื่อคบเพื่อนใหม่ๆ

4. มุ่งหวังทางฐานะและชื่อเสียงเกียรติยศ ต้องการพัฒนาบุคลิกส่วนตัว เช่น การไปประชุม ไปธุรกิจ ไปศึกษาต่อ ไปเพื่อทำอะไรในยามว่าง ไปเพื่อศึกษาที่ได้รับปริญญาบัตร และสนใจในด้านอาชีพหรือวิชาชีพอื่นๆ เป็นเรื่องที่ต้องการจะเรียนรู้

### **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึงปฏิกริยาของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว(Tourism Promotion)เป็นการอำนวยความสะดวกข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากบริษัทการบิน จากญาติมิตร



เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย ฯ ล ฯ ซึ่งการส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ที่ทั้งภาครัฐและเอกชนซึ่งได้กล่าวไปแล้ว

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่นเกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การบริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดัน (Push Factor) เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูด (Pull Factor) เป็นเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Psychical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่นการรับอากาศบริสุทธิ์ การร่วมกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

2. สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ ประวัติศาสตร์ เทศกาลต่างๆ ฯ ล ฯ

3. สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่นเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากการต้องการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อขึ้น เช่นการเข้าร่วมประชุม การเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากเมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิด

ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัดปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิมภิมมากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่นประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญต่อไปนี้

1. จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
2. จะไปท่องเที่ยวเมื่อไหร่
3. จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด
4. จะไปท่องเที่ยวกับใคร
5. จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร
6. จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
7. จะไปพักแรมในสถานที่ประเภทไหน
8. จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็ต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว จะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่นค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวนี้เราอาจขอความช่วยเหลือจากรูจิกนำเที่ยวมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังต้องมีการเตรียมวางแผนเรื่องผลงานและฝากคนดูแลบ้านด้วย

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้เดินทางท่องเที่ยวก็ต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยวและที่พัก การยืนยันการเดินทาง เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างเดินทาง ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและการกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ

ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่พาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว ครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการเดินทางครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์ท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวก(Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ
2. ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทักษะคิดของการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 142-145)

### ประเภทของการท่องเที่ยว

(ชิดจันทร์ หังสสูตร, 2532, หน้า 9-3) ได้จัดประเภทต่างๆ ของการท่องเที่ยวตามหนังสือ “หลักวิชาทางท่องเที่ยว” โดย ม.ล.ดุษฎี ชุมสาย มีดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุก นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นเพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันสวยงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครมและตึกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะใช้วันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไรเพื่อขจัดความเมื่อยล้าทั้งกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลั้งกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจของเขา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุเทคโนโลยีปัจจุบันและงานฉลอง

4. การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬาต่างของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น การแข่งเรือ แข่งเล่นวูวไทย เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีข้อเท็จจริงอยู่ว่า นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจมักจะจัดเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจไว้สำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวเมื่อสิ้นการปฏิบัติธุรกิจ

### **ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว**

การเดินทางของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในหลายๆ ประการตามที่ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2531, หน้า 88-99) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลาเป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินและมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก

ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

### **ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ**

มนัสสา จินต์จันทรวงศ์ (2549) กล่าวว่า “ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” คือ

1. ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ราคา ชื่อเสียงบริษัท การสื่อสารการตลาด คำแนะนำจากคนรู้จักมัคคุเทศก์ กระแสนิยม ฤดูกาล ความแปลกใหม่ โปรแกรมการท่องเที่ยว วิทยากร และวัย

2. ปัจจัยภายใน ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543, หน้า 84) กล่าวว่า “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันของผู้บริโภคแต่ละคน มีทั้งปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้บริโภคเอง และปัจจัยที่มาจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล” (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 38) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมี 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยภายใน หรือเรียกว่า ตัวกำหนดพื้นฐาน ประกอบด้วย

- แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤติที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจ แรงจูงใจจึงเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นรุนแรง บังคับให้บุคคลค้นหาวิธีตอบสนองของความพึงพอใจ

- บุคลิกภาพ (Personality) คือ ลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาในระยะยาว ซึ่งมีผลกระทบต่อกรกำหนดรูปแบบในการโต้ตอบหรือตอบสนอง (Reaction) ที่ไม่เหมือนกัน

- การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดจากประสบการณ์ ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้

- การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลเลือกจัดองค์กรและตีความข้อมูลเพื่อกำหนดภาพที่มีความหมาย การรับรู้เป็นสิ่งสำคัญมากในแง่การตลาดจนมีคำกล่าวที่ว่า “สงครามการตลาดความจริงไม่ใช่สงครามสินค้าแต่เป็นสงครามการสร้างการรับรู้” ซึ่งหมายถึงการแข่งขันทางการตลาดไม่ได้แข่งขันกันเพียงทำให้สินค้าดีเท่านั้น แต่จะแข่งขันกันในการสร้างภาพพจน์ด้วย

- ทัศนคติ (Attitude) คือ การประเมินความพอใจหรือไม่พอใจความรู้สึกละทำที่ความรู้สึกที่คนเรามีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งการปฏิบัติของผู้บริโภค

- ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ความจำเป็นที่ใช้สำหรับสิ่งที่จำเป็นต่อการครองชีพ ความต้องการใช้สำหรับความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงกว่าความจำเป็น ส่วนความปรารถนาเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาที่สูงที่สุด

2. ปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค มีดังนี้
  - สภาพเศรษฐกิจ (Economic) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค
  - ครอบครัว (Family) ทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการ การตอบสนองความต้องการของร่างกายจะได้รับอิทธิพลจากสมาชิกในครอบครัว
  - สังคม (Social Group) ลักษณะด้านสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยม (Social Values) และความเชื่อถือ (Belief)
  - วัฒนธรรม (Culture) เป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน การรับรู้ ความต้องการ และพฤติกรรม ซึ่งเรียนรู้จากการเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัว วัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบที่คนส่วนใหญ่ในสังคมให้การยอมรับ
  - การติดต่อธุรกิจ (Business Contacts) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้า นั้นๆ สินค้าใดที่ผู้บริโภคได้รู้จัก พบเห็นบ่อยๆ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจและมีความ ยินดีที่จะใช้สินค้านั้น

#### การท่องเที่ยวแบบต่างๆ

จากปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีแบบต่างๆ ของการท่องเที่ยว ซึ่งมีลักษณะของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองและครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถส่วนตัว หรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยจะกำหนดเอาว่าจะไปไหนบ้าง ไปเมื่อใดหยุดท่องเที่ยวที่ไหนบ้าง หรือจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ตามทำตามปรารถนา บริการต่างๆ ระหว่างทาง ปลายทางจัดหาเอง

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือนำเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคน หรือก็คนที่ตามซึ่งมิได้นัดกันไปเสียเงินจำนวนหนึ่งแก่ผู้จัดบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวจะจัดการเรื่องยานพาหนะที่พัก และบริการอื่นๆ โดยกำหนดรายการแน่นอน นักท่องเที่ยวไม่ต้องจัดอะไร การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ก็ขาดเสรีไปบ้าง ในเรื่องสถานที่อยากจะไปเที่ยวและต้องทำการต่างๆ ตามกำหนดเวลา

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 อย่าง คือ

- 3.1 การท่องเที่ยวตามคาบเวลายาว ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษา จะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่หนึ่งที่ใดเป็นคาบเวลายาวนานนับเป็นสัปดาห์หรือเป็นเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกคาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป

- 3.2 การท่องเที่ยวตามเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึง 10-12 วัน เป็นระยะเวลาท่องเที่ยวของผู้ที่ทำงานไม่มีโอกาสจะไปพักผ่อนได้นานๆ

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนาวจร ซึ่ง IUOTO ได้กำหนดว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีที่พักค้างคืน การทัศนาวจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ไกล ๆ พรมแดนจะมีทัศนาวจรข้ามพรมแดนเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว

4. การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเพลินทาง (Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะในประเทศยุโรป การเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศที่ใกล้ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยวก็กระทำกันไม่น้อย

5. การท่องเที่ยวแบบบวกกับแบบลบ (Receptive and Passion Tourism) ถ้านักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่งและนำเงินตราต่างประเทศมาใช้ในประเทศนั้น ถือว่าการท่องเที่ยวของเขาเป็นการท่องเที่ยวแบบลบสำหรับประเทศนั้น

#### ประเภทของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

(ม.ล. ต้อย ชุมสาย, 2527, หน้า 81-83) ได้ให้ความหมาย สินมรดก (Heritage) เชิงการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งแปลกๆ น่าดูน่าชม น่าสัมผัส ของประเทศใดประเทศหนึ่งหรือถิ่นใดถิ่นหนึ่งที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวอยากมาดูมาชมโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. สินมรดกตามธรรมชาติ เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิประเทศตามชนบท ที่มีโครงสร้างแปลกๆ ของสิ่งธรรมชาติ ภูเขาและเชิงเขา ลมฟ้าอากาศ พงไพร (ชนิดและโครงสร้างของป่า) น้ำ (น่านน้ำสงบ น้ำพุ ทะเลสาบ น้ำตก หาดทรายทะเล) พันธุ์ไม้และพันธุ์สัตว์ (สวนรุกขชาติ สวนสัตว์ ต้นไม้แปลกๆ) ซึ่งสินมรดกตามธรรมชาติเหล่านี้ เปรียบเสมือนมีปอทองเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะต้องพัฒนาขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และอนุรักษ์ไว้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลอดไป

2. สินมรดกที่คนสร้างขึ้นไว้ โดยมีได้ตั้งใจที่จะให้เป็นสินอุปทานเชิงการท่องเที่ยว หากที่ใดมีสินมรดกทั้งที่เป็นอยู่โดยธรรมชาติและที่คนสร้างไว้ที่นั่นก็เป็นแหล่งอุปทานเชิงการท่องเที่ยวอย่างดีเยี่ยม โดยแบ่งออกได้ดังนี้

- อนุสาวรีย์เชิงประวัติศาสตร์ ปราสาท ป้อมปราการ เจดีย์อนุสรณ์สงคราม วัด ฯลฯ
- โบราณสถานและสถานที่บ่งชี้วัฒนธรรม แหล่งขุดค้นโบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน หอสมุด อนุสรณ์ ของที่ระลึก
- ศิลปะพึงนิยม แบบบ้านในชนบท แหล่งประดิษฐ์สิ่งศิลปะพื้นเมือง (เช่น การทำน้ำตาล)
- สถานที่เชิงเทคนิค และเชิงอุตสาหกรรม เชื้อนใหญ่ๆ โรงงานผลิตสินค้าเฉพาะถิ่น ไร่ส้ม ฟาร์ม ฯลฯ

- สถานที่ที่สร้างหรือแต่งเสริมขึ้นสำหรับเล่นกีฬา

3. โครงสร้างของการท่องเที่ยว กระทำการต่างๆที่คนทำขึ้นเพื่อมาเสริมสินมรดกทางธรรมชาติและสินมรดก ที่คนสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว และชักจูงให้คนเกิดความต้องการมาเที่ยว ซึ่งการจัดโครงสร้างของการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของประชากร และวิสาหกิจการท่องเที่ยวทั้งของเอกชนและของรัฐบาล ที่จะทำกิจกรรมต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจและอัธยาศัยไมตรี
- ต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยจัดให้มีที่พัก อาหาร และบริการอื่นที่นักท่องเที่ยวปรารถนา
- ต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนุกเพลิดเพลินในกิจกรรมท่องเที่ยวของเขา โดยใช้

สินค้าเชิงการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ให้เกิดผลทางการผ่อนคลายอารมณ์ ทางวัฒนธรรม ทางการศึกษา ทางความสงบสุข ฯ ล ฯ

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 18) ได้ให้ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่น ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวตามลักษณะ และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท คือ

1. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์ และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของชาติ ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของวัฒนธรรมความเป็นอยู่ วิถีชีวิต เช่น หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำอัมพวา สภาพชีวิตในชนบท สอดคล้องกับ (ชลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2531, หน้า 63) ได้แบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. น้ำ หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นน้ำ และใกล้ำน้ำ เช่น ทะเล คลองแม่น้ำ น้ำตก แหล่ม อ่าว หิมะ เป็นต้น ทรัพยากรประเภทนี้มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างยิ่ง นอกจากประโยชน์โดยตรงแล้ว ยังก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลายอย่างเช่น

- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เชือกกันน้ำ ท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ แนวหินปะการัง ถ้ำหินงอกหินย้อย น้ำพุร้อน เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่น พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ นาเกลือ กังหันลม



- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ

2. พื้นดิน หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นดิน เช่น ป่าไม้ ไร่ นา สวนป่า สวนสาธารณะ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ พื้นที่สีเขียว และพื้นดินทุกประเภทที่ได้รับการเพาะปลูกปรับปรุง ตกแต่งเพื่อผลทางเศรษฐกิจ ตลอดจนทุ่งสัตว์ นก พืชพันธุ์ไม้ ดอกไม้ เป็นต้น กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นประเภทนี้ ให้ทั้งความเพลิดเพลิน และเพื่อการศึกษา

3. อารยธรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนจะเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนถิ่นต่างๆ ประเทศที่พัฒนาแล้ว อารยธรรม เทคโนโลยี และความสมัยใหม่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่พัฒนาแล้ว มักจะนิยมเดินทางไปดูอะไรเก่าๆ ในประเทศที่กำลังพัฒนา หรือพัฒนาเช่นกัน

สรุปได้ว่า ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว หรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว มีทั้งเกิดขึ้นเองทางธรรมชาติ และมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งการสร้างความพร้อมทางการบริการท่องเที่ยวเพื่อเสริมทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้เกิดสิ่งดึงดูดใจหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(สุวิมล วงษ์พิทักษ์, 2549) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ โดยชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษาชุมชนบ้านปางมะโอ ตำบลแม่ละอ อำเภอยางตลาด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ชุมชนหมู่บ้านปางมะโอมีศักยภาพในการจัดตั้งธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ โดยชุมชนมีส่วนร่วมเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนทั้งจากปัจจัยภายในและ ปัจจัยภายนอกของชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วมเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นชุมชนบ้านปางมะโอจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ให้กับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของชุมชน คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ เพื่อให้เกิด ความต้องการในการรับผลประโยชน์เข้าสู่ชุมชนอย่างแท้จริง และจะมีการจัดตั้งกลุ่มสมาชิกที่จะเข้ามาบริหารจัดการผลประโยชน์ของธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ จะต้องเป็นกิจกรรมที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนใน ท้องถิ่นอย่างแท้จริง มีการใช้สภาพแวดล้อมและ ทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ กิจกรรมที่ชุมชนลงความเห็นในการศึกษาว่า ความเป็นไปได้ที่จะจัดให้นักท่องเที่ยว คือ การทำบุญตักบาตรในตอนเช้า การเที่ยวชมวัด การชมวิธีการเก็บใบเมี่ยงและใบชา การชมกระบวนการผลิตเมี่ยง

(พนิตตา สิงห์ควา, 2548) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของชุมชนบ้านห้วยฮี้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์นี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาพักแรมเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน โดยชุมชนนี้ดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมาประมาณ 3-4 ปี และสร้างรายได้ให้กับสมาชิกภายในชุมชน 200-600 บาทต่อเดือน ภายในชุมชนมีการแบ่งโครงสร้างขององค์กรให้มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในหน้าที่ต่างๆ จึงทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จ อีกทั้งชุมชนอยู่บนที่สูงทำให้ได้เปรียบด้านธรรมชาติ รวมถึงมีความหลากหลายทางด้านพืชและสัตว์ จึงทำให้เป็นจุดขายของชุมชนห้วยฮี้ และแสดงให้เห็นว่าชุมชนห้วยฮี้ มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

(รัตนภรณ์ มหาศรานนท์, 2546) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดโฮมสเตย์ในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่จะพักผ่อนแบบโฮมสเตย์ในระยะเวลา 1 วัน 1 คืน ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ การต้อนรับที่เต็มใจ ความซื่อสัตย์ การไม่หลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย ความเป็นกันเอง ความเชื่อเพื่อ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต การนำชมสถานที่ท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสารที่เข้าใจ

(ยุทธนา สมลา, 2545) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงพบว่า โฮมสเตย์บ้านบุไทร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีการบริหารจัดการโฮมสเตย์โดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง ผลจากการใช้หลักพอประมาณทำให้โฮมสเตย์บ้านบุไทรมีการวางแผนการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การใช้หลักมีเหตุผลทำให้โฮมสเตย์มีการวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับชุมชนในด้านวิถีชีวิต และวัฒนธรรม การใช้หลักภูมิคุ้มกันทำให้สมาชิกโฮมสเตย์มีความเสี่ยงทางด้านการเงินลดลงโดยมีสหกรณ์ออมทรัพย์ดอกเบญจมาศช่วยป้องกันผลกระทบต่อวัฒนธรรม ส่วนเงื่อนไขด้านความรู้ส่งผลให้เกิดภูมิปัญญาท้องถิ่นออกมาในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ สุดท้ายคือเงื่อนไขด้านคุณธรรมส่งผลให้การดำเนินงานมีความโปร่งใส และการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมมุ่งไปที่ผลประโยชน์ส่วนรวมของชุมชน

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีระเบียบวิธีวิจัยของการศึกษาตามขั้นตอนและรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประชากรโดยการไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability) การสุ่มอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากข้อมูลทางสถิติในปี 2549 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 34,076 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรสงคราม) ผู้วิจัยจึงคำนวณค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อนำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยแทนค่าในสูตรของ (Taro Yamane, 1967, หน้า 886)

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

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย

$e$  = ความคลาดเคลื่อน

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{34076}{1+34076 (0.05)^2}$$

$$= 395.36$$

จากการคำนวณปรากฏว่าต้องเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 395.36 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นเองประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า(Rating Scale) 5 ระดับ คือ

ระดับที่ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง มาก

ระดับที่ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง น้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

### การสร้างเครื่องมือ และการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ โดยมีกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

2. นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาแบบสอบถามแล้วเสนอความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขและ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง
5. ก่อนเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวจำนวน 30 คน จากกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา แต่มีความคล้ายคลึงกัน เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ที่มีการวัดมาตราส่วนประมาณค่าความเชื่อมั่นและหาค่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” (Coefficient) เท่ากับ 0.8936 หรือ 89.06% เพื่อยืนยันความถูกต้องและเป็นเครื่องมือที่ดีในการเก็บแบบสอบถาม
6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าสัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.7 ไปเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามเพื่อใช้ในการสรุปผลการวิจัยต่อไป

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล 2 แหล่งคือ

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 400 คน ข้อมูลส่วนนี้ประกอบด้วย

1. **ข้อมูลส่วนบุคคล**
  - เพศ
  - อายุ
  - อาชีพ
  - รายได้
2. **พฤติกรรมการการท่องเที่ยว**
3. **ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์**
  - วิธีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท
  - วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ
  - สถานที่
  - การอำนวยความสะดวก
  - บุคลากรผู้ให้บริการ

### - กิจกรรมการท่องเที่ยว

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

**ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เบื้องต้นจากรายงานข้อมูลการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งของภาครัฐและเอกชน รวมทั้ง หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต แหล่งข้อมูล ได้แก่ ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดมหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้บุคคลในการรวบรวมข้อมูลและมีวิธีการดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยทำจดหมายจากมหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพ ถึงสำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อทำการเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกวิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยทำการสุ่มตัวอย่าง จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 400 คน
3. ผู้วิจัยแนะนำตัวต่อกลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความร่วมมือตอบแบบสอบถาม โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 3 เดือน สัปดาห์ละ 2 วัน (เสาร์-อาทิตย์) ระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง ธันวาคม 2551
4. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องแล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติตามที่กำหนดไว้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลที่ได้ จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบข้อมูลลงรหัสและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปหาค่าสถิติแล้ววิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปการบรรยาย และตารางความสัมพันธ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานการวิจัย และใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

2. แบบสอบถามที่ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ช่วง ในการนับจำนวนและให้นำหน้าระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยกำหนดตัวเลขแทนน้ำหนักซึ่งผู้วิจัยได้ใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ในการวัดระดับความสำคัญซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

และใช้การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation-SD)

3. แบบสอบถามข้อเสนอแนะ ใช้วิธีการบันทึกความคาดหวังและข้อเสนอแนะในแต่ละรายแล้วนำมานับความถี่ เทียบค่าร้อยละเพื่อดูว่ากลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะใดมากที่สุด เพื่อนำไปเป็นข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย 4 ตอน คือ

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์

1.3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์

1.4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์

วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สมมติฐาน ประกอบด้วย 2 สมมติฐาน คือ

2.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.2 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน วิเคราะห์โดยหาค่าสถิติทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square test) และสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง 2 กลุ่มและจะใช้สถิติทดสอบหาค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One way Anova) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe)



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายให้ตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	กลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\chi^2$	แทน	ค่าสถิติของการทดสอบไค – สแควร์ (Chi – Square test)
F	แทน	ค่าทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไป
t	แทน	ค่าทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม
Sig. (2-sided)	แทน	ค่าแห่งความน่าจะเป็น (Probability) 2 ข้าง
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
H <sub>0</sub>	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H <sub>1</sub>	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

#### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นส่วนตามลำดับดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาความถี่และร้อยละในแต่ละข้อ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและแปรผลด้วยการบรรยาย

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ โดยการหาความถี่และร้อยละในแต่ละข้อ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและแปรผลด้วยการบรรยาย

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในแต่ละข้อ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและแปรผลด้วยการบรรยาย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ โดยการหาความถี่และร้อยละในแต่ละข้อ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและแปรผลด้วยการบรรยาย

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1:** ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1. เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย วิเคราะห์โดยใช้  $\chi^2$ -test

2. เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย วิเคราะห์โดยใช้  $\chi^2$ -test

3. เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย วิเคราะห์โดยใช้  $\chi^2$ -test

**สมมติฐานที่ 2:** ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

1. เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน วิเคราะห์โดยใช้ t-test

2. อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกันได้ วิเคราะห์โดยใช้ F-test

3. อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกันได้ วิเคราะห์โดยใช้ F-test

4. รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกันได้ วิเคราะห์โดยใช้ F-test

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำนวณค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการศึกษา นำเสนอในรูปแบบของตารางและแปรผลด้วยการบรรยาย

#### ตาราง 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	251	62.75
ชาย	149	37.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 251 คน (ร้อยละ 62.75) และเป็นเพศชาย จำนวน 149 คน (ร้อยละ 37.25)

**ตาราง 2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ**

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 18 ปี	13	3.25
19 - 25 ปี	135	33.75
26 - 45 ปี	191	47.75
46 - 65 ปี	55	13.75
66 ปีขึ้นไป	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26 - 45 ปี จำนวน 191 คน (ร้อยละ 47.75) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 19 - 25 ปี จำนวน 135 คน (ร้อยละ 33.75) และช่วงอายุ 46 - 65 ปี จำนวน 55 คน (ร้อยละ 13.75)

**ตาราง 3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ**

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	277	69.25
สมรส	114	28.50
หม้าย/หย่าร้าง	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 277 คน (ร้อยละ 69.25) รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 114 คน (ร้อยละ 28.50) และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 9 คน (ร้อยละ 2.25)

**ตาราง 4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ**

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานเอกชน	245	61.25
นักเรียน/นักศึกษา	72	18.00
กิจการส่วนตัว	36	9.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	33	8.25
รับจ้าง	9	2.25
แม่บ้าน	3	0.75
ว่างงาน	1	0.25
เกษียณอายุ	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 245 คน (ร้อยละ 61.25) รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 72 คน (ร้อยละ 18.00) และกิจการส่วนตัว จำนวน 36 คน (ร้อยละ 9.00)

**ตาราง 5 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน**

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 6,500 บาท	34	8.50
6,501 - 11,500 บาท	63	15.75
11,501 - 15,000 บาท	86	21.50
15,001 - 20,000 บาท	74	18.50
20,001 บาทขึ้นไป	143	35.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 143 คน (ร้อยละ 35.75) รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,501 - 15,000 บาท จำนวน 86 คน (ร้อยละ 21.50) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 74 คน (ร้อยละ 18.50)

#### ตาราง 6 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	307	76.75
ต่ำกว่าปริญญาตรี	93	23.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 307 คน (ร้อยละ 76.75) และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 93 คน (ร้อยละ 23.25)

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์

คำนวณค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ได้แก่ ส่วนใหญ่มักเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา กับใคร แหล่งท่องเที่ยวลักษณะใดที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม การเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ในลักษณะใดที่ต้องการ เมื่อเข้ามาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และการได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากแหล่งใด นำเสนอในรูปแบบของตารางและแปรผลด้วยการบรรยาย

**ตาราง 7 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยว เรื่องส่วนใหญ่มักเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวากับใคร**

ส่วนใหญ่มักเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวากับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ครอบครัว	183	39.87
เพื่อนกลุ่มเล็ก 2 - 5 คน	178	38.78
เพื่อนกลุ่มใหญ่ 6 คนขึ้นไป	72	15.69
เป็นหมู่คณะร่วมสถาบัน/องค์กร	14	3.05
มีลักษณะตามทุกข้อที่กล่าว	12	2.61
<b>รวม</b>	<b>459</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวาครอบครัว จำนวน 183 คำตอบ (ร้อยละ 39.87) รองลงมาเดินทางมาพักกับเพื่อนกลุ่มเล็ก 2 - 5 คน จำนวน 178 คำตอบ (ร้อยละ 38.78) และเดินทางมาพักกับเพื่อนกลุ่มใหญ่ 6 คนขึ้นไป จำนวน 72 คำตอบ (ร้อยละ 15.69)

**ตาราง 8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเรื่องแหล่งท่องเที่ยวลักษณะใดที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**

แหล่งท่องเที่ยวลักษณะใดที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
การท่องเที่ยวที่เป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ	229	27.39
การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	194	23.21
การท่องเที่ยวเพื่อบริโภคอาหารพื้นเมือง	187	22.37
การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ	123	14.71
การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้า OTOP)	103	12.32
<b>รวม</b>	<b>836</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ จำนวน 229 คำตอบ (ร้อยละ 27.39) รองลงมาสนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต จำนวน 194 คำตอบ (ร้อยละ 23.21) และสนใจการท่องเที่ยวเพื่อบริโภคอาหารพื้นเมือง จำนวน 187 คำตอบ (ร้อยละ 22.37)

**ตาราง 9 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยว เรื่องความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**

ความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	160	40.00
1 ครั้ง/ปี	130	32.50
2 - 3 ครั้ง/ปี	82	20.50
มากกว่า 3 ครั้ง/ปี	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นครั้งแรก จำนวน 160 คน (ร้อยละ 40.00) รองลงมาที่มีความถี่คือ 1 ครั้ง/ปี จำนวน 130 คน (ร้อยละ 32.50) และมีความถี่คือ 2 - 3 ครั้ง/ปี จำนวน 82 คน (ร้อยละ 20.50)



ตาราง 10 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยว เรื่องการเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ในลักษณะใดที่ต้องการ เมื่อเข้ามาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

การเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ในลักษณะใดที่ต้องการ เมื่อเข้ามาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวเองโดยไม่มีคนคอยติดตาม	183	45.75
เจ้าของบ้านเป็นผู้นำท่านไปเยี่ยมชมตามสถานที่ต่างๆ	122	30.50
มีไกด์ท้องถิ่นคอยให้รายละเอียดระหว่างการเดินทาง	92	23.00
ให้คนที่เคยมาแล้วแนะนำ	2	0.50
ครอบครัวแนะนำ	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะที่ต้องการในการเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ เมื่อเข้ามาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามคือชอบเดินทางท่องเที่ยวเองโดยไม่มีคนคอยติดตาม จำนวน 183 คน (ร้อยละ 45.75) รองลงมา มีลักษณะคือ เจ้าของบ้านเป็นผู้นำท่านไปเยี่ยมชมตามสถานที่ต่างๆ จำนวน 122 คน (ร้อยละ 30.50) และมีลักษณะคือ มีไกด์ท้องถิ่นคอยให้รายละเอียดระหว่างการเดินทาง จำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.00)

ตาราง 11 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยว เรื่องจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

จุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เพื่อการพักผ่อน	367	53.03
เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	153	22.11
เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง	70	10.12
เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง	52	7.51
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	41	5.92
ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น	6	0.87
สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน	1	0.14
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	1	0.14
บรรยายภาค	1	0.14
รวม	692	100.00

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามคือ เพื่อการพักผ่อน จำนวน 367 คำตอบ (ร้อยละ 53.03) รองลงมาคือจุดมุ่งหมายคือ เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต จำนวน 153 คำตอบ (ร้อยละ 22.11) และมีจุดมุ่งหมายคือ เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง จำนวน 70 คำตอบ (ร้อยละ 10.12)

ตาราง 12 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

การได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากแหล่งใด (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ อาทิ นิตยสาร วารสาร บทความต่างๆ และหนังสือแนะนำเที่ยว	248	33.16
อินเทอร์เน็ต	188	25.13
สื่อวิทยุ/โทรทัศน์	175	23.40
แผ่นพับประชาสัมพันธ์	53	7.09
การจัดบูธตามงานต่างๆ	36	4.81
เพื่อน	35	4.68
บอกต่อกันปากต่อปาก	8	1.07
ญาติ	4	0.53
การท่องเที่ยวของชุมชน	1	0.13
รวม	748	100.00

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ อาทิ นิตยสาร วารสาร บทความต่างๆ และหนังสือแนะนำเที่ยว จำนวน 248 คำตอบ (ร้อยละ 33.16) รองลงมาได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 188 คำตอบ (ร้อยละ 25.13) และได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 175 คำตอบ (ร้อยละ 23.40)

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์

คำนวณค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ดังนี้ ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว นำเสนอในรูปแบบของตารางและแปรผลด้วยการบรรยาย

**ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ จำแนกรายด้าน**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.02	0.64	มาก
ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ	4.02	0.57	มาก
ด้านสถานที่	3.92	0.54	มาก
ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท	3.92	0.57	มาก
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.89	0.62	มาก
ด้านการอำนวยความสะดวก	3.73	0.60	มาก
รวม	3.91	0.45	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.91$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ( $\bar{X}=4.02$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านสถานที่และด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท ( $\bar{X}=3.92$ ) อยู่ในระดับมาก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ( $\bar{X}=3.89$ ) อยู่ในระดับมาก

**ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท จำแนกรายข้อ**

ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอากาศบริสุทธิ์	4.36	0.67	มากที่สุด
ได้รับการพักผ่อนอย่างเต็มที่ เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด	4.18	0.77	มาก
มีการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน	3.85	0.80	มาก
มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมของท้องถิ่น	3.61	0.83	มาก
ได้เรียนรู้สังคมที่มีการช่วยเหลือกัน	3.60	0.85	มาก
รวม	3.92	0.57	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.92$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอากาศบริสุทธิ์ ( $\bar{X}=4.36$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับการพักผ่อนอย่างเต็มที่ เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งคมเมือง ( $\bar{X}=4.18$ ) อยู่ในระดับมาก และมีการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ( $\bar{X}=3.85$ ) อยู่ในระดับมาก

**ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ จำแนกรายข้อ**

ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
การสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ	4.29	0.69	มากที่สุด
การพายเรือขายของยามเย็นที่ตลาดน้ำของชาวบ้าน	4.21	0.75	มากที่สุด
ลักษณะบ้านมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	4.01	0.76	มาก
พื้นที่ต่างๆ ยังคงไว้ซึ่งสภาพเดิมของชุมชน	3.95	0.80	มาก
การสาธิตการแปรรูปอาหารต่างๆ ที่มีในชุมชน	3.62	0.85	มาก
รวม	4.02	0.57	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.02$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ ( $\bar{X}=4.29$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การพายเรือขายของยามเย็นที่ตลาดน้ำของชาวบ้าน ( $\bar{X}=4.21$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด ข้อลักษณะบ้านมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ( $\bar{X}=4.01$ ) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านสถานที่ จำแนกรายข้อ

ด้านสถานที่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
มีอากาศถ่ายเทสะดวก	4.21	0.69	มากที่สุด
ความสะอาดของห้องพัก ห้องครัว ห้องน้ำ	4.06	0.76	มาก
สภาพที่พักมีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย	4.00	0.75	มาก
ราคาที่พักเหมาะสม	3.89	0.81	มาก
บริเวณใกล้เคียงมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพียงพอ	3.86	0.77	มาก
มีเครื่องอำนวยความสะดวกครบภายในบ้านพัก	3.75	0.73	มาก
การประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์	3.68	0.82	มาก
รวม	3.92	0.54	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านสถานที่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.92$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีอากาศถ่ายเทสะดวก ( $\bar{X}=4.21$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก ห้องครัว ห้องน้ำ ( $\bar{X}=4.06$ ) อยู่ในระดับมาก และสภาพที่พักมีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย ( $\bar{X}=4.00$ ) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ด้านการอำนวยความสะดวก จำแนกรายข้อ

ด้านการอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด	4.05	0.73	มาก
มีความสะดวกในการจองห้องพัก	3.88	0.78	มาก
มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ	3.83	0.83	มาก
มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆ ของการเดินทาง	3.72	0.90	มาก
มีโทรศัพท์บริการ	3.49	0.88	มาก
มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	3.45	0.83	มาก
รวม	3.73	0.60	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านการอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.73$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด ( $\bar{X}=4.05$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความสะดวกในการจองห้องพัก ( $\bar{X}=3.88$ ) อยู่ในระดับมาก และมีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์วิพยู ( $\bar{X}=3.83$ ) อยู่ในระดับมาก

**ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกรายข้อ**

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
มีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ	4.20	0.73	มาก
การสื่อสารที่เข้าใจง่าย	3.98	0.76	มาก
ให้ข้อมูลการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ อย่างชัดเจน	3.96	0.79	มาก
ให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ อย่างละเอียด	3.95	0.74	มาก
รวม	4.02	0.64	มาก

จากตาราง 18 พบว่า ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.02$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ ( $\bar{X}=4.20$ ) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การสื่อสารที่เข้าใจง่าย ( $\bar{X}=3.98$ ) อยู่ในระดับมาก และให้ข้อมูลการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ อย่างชัดเจน ( $\bar{X}=3.96$ ) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกรายข้อ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ล่องแม่น้ำ ลำคลอง ชมสวนผลไม้ ชมหิ่งห้อย และดูนกยามค่ำคืน	4.34	0.71	มากที่สุด
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การขี่จักรยานชมสวน การพายเรือดูหิ่งห้อย	4.05	0.87	มาก
กิจกรรมท่องเที่ยวทางโบราณสถาน เช่น นำชมวัดและโบราณสถาน	4.01	0.75	มาก
มีกิจกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน เช่น การทำน้ำตาล การเก็บผลไม้ และการชมกิจกรรมของชาวบ้านทั่วไป ฯลฯ	3.95	0.84	มาก
กิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น จักสาน ฯลฯ	3.59	0.84	มาก
กิจกรรมการต้อนรับตามประเพณีท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ	3.41	0.02	มาก
รวม	3.89	0.62	มาก

จากตาราง 19 พบว่า ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.89$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ล่องแม่น้ำ ลำคลอง ชมสวนผลไม้ ชมหิ่งห้อย และดูนกยามค่ำคืน ( $\bar{X}=4.34$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การขี่จักรยานชมสวน การพายเรือดูหิ่งห้อย ( $\bar{X}=4.05$ ) อยู่ในระดับมาก และกิจกรรมท่องเที่ยวทางโบราณสถาน เช่น นำชมวัดและโบราณสถาน ( $\bar{X}=4.01$ ) อยู่ในระดับมาก



ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์  
 คำนวณค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการ  
 ให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ นำเสนอในรูปแบบของตารางและแปลผลด้วยการบรรยาย

**ตาราง 20 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ของข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการ  
 ให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์**

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ควรเพิ่มถึงขยะ	14	16.67
2. การบริหารจัดการท่องเที่ยวยังไม่ดีพอควบคุมมาตรฐานของ บริการไม่สมบูรณ์	9	10.71
3. บ้านพักบางแห่งมีที่พักน้อยเกินไป	5	5.95
4. คนเข้ามามากขึ้นทำให้ธรรมชาติ	5	5.95
5. การรักษาความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	4	4.76
6. การประชาสัมพันธ์มีน้อย	4	4.76
7. ตลาดน้ำควรปรับปรุงพื้นที่ไม่ให้แออัดมากไปกว่านี้	4	4.76
8. ควรรักษาความสะอาดให้มากกว่านี้	4	4.76
9. โฮมสเตย์ควรบอกตำแหน่งให้ชัดเจนหาง่าย	4	4.76
10. พัฒนาอาหารให้เข้ากับคนเมืองและมีการสาธิตการ ทำอาหารที่บ้าน	3	3.57
11. การควบคุมเสียงจากเรือยังไม่ดีพอ	3	3.57
12. ควรแนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้ชาวต่างชาติมากกว่านี้	3	3.57
13. ขอให้ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมวิถีชาวบ้านที่ดีนี้ไว้ตลอดไป	2	2.38
14. การใช้เรือยนต์ไปคูหึ่งห้อยทำให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	2	2.38
15. ควรเพิ่มสถานที่จอดรถให้มากกว่านี้	2	2.38
16. ควรมีรถรับส่งจากทม	2	2.38
17. การสัญจรมีน้อยไม่ค่อยเป็นระเบียบ	1	1.19
18. การเดินทางค่อนข้างลำบากสำหรับคนไม่มีรถส่วนตัว	1	1.19
19. ชุมชนต้องร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	1	1.19

ตาราง 20 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20. ยากให้มีการนำเที่ยวเป็นกลุ่มโดยจักรยาน	1	1.19
21. สำหรับกลุ่มลูกค้า	1	1.19
22. ระยะเวลาที่พักโฮมสเตย์	1	1.19
23. พัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ	1	1.19
24. ประเภทเครื่องดื่ม	1	1.19
25. บริเวณวัดและโบราณสถาน	1	1.19
26. ตอนช่วงอากาศดี ๆ	1	1.19
27. ควรบรรจุคัทโง้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของสถานที่	1	1.19
28. ควรมีศูนย์บริการการท่องเที่ยวหรือพิพิธภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ตลาดน้ำอัมพวา	1	1.19
29. ควรมีข้อมูลด้านที่พักในอินเทอร์เน็ตให้มากกว่านี้	1	1.19
รวม	84	100.00

จากตาราง 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ มากที่สุด คือ ควรเพิ่มถังขยะ จำนวน 14 คน (ร้อยละ 16.67) รองลงมาคือ การบริหารจัดการท่องเที่ยวยังไม่ดีพอควบคุมมาตรฐานของบริการไม่สมบูรณ์ จำนวน 9 คน (ร้อยละ 10.71) และบ้านพักบางแห่งมีที่พักน้อยเกินไป/คนเข้ามามากขึ้นทำให้อรรถชาติเสีย จำนวน 5 คน (ร้อยละ 5.95)

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**ตาราง 21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

แหล่งท่องเที่ยวลักษณะใดที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	เพศ		
	$\chi^2$	df	Sig.(2-sided)
การท่องเที่ยวที่เป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ	0.021	1	0.884
การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	1.681	1	0.195
การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ	0.879	1	0.349
การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)	0.022	1	0.881
การท่องเที่ยวเพื่อบริโภคอาหารพื้นเมือง	1.226	1	0.268

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า เพศ ไม่มีความ สัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

แหล่งท่องเที่ยวลักษณะใดที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	อายุ		
	$\chi^2$	df	Sig.(2-sided)
การท่องเที่ยวที่เป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.585	4	0.465
การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	6.595	4	0.159
การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ	28.850*	4	0.000
การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)	26.889*	4	0.000
การท่องเที่ยวเพื่อบริโภคอาหารพื้นเมือง	3.041	4	0.551

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทยเมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผลดังตาราง 23 และ 24

**ตาราง 23 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง อายุกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ**

การท่องเที่ยวเชิง โบราณสถานและวัดต่างๆ	อายุ					รวม
	น้อยกว่า 18 ปี	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	46 - 65 ปี	66 ปีขึ้นไป	
ตอบ	2 (0.50%)	23 (5.75%)	68 (17.00%)	25 (6.25%)	5 (1.25%)	123 (30.75%)

จากตาราง 23 พบว่า ในตาราง 22 สรุปว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุดจำนวน 68 คน (ร้อยละ 17.00) รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี จำนวน 25 คน (ร้อยละ 6.25) และช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.75)

**ตาราง 24 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง อายุกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)**

การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)	อายุ					รวม
	น้อยกว่า 18 ปี	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	46 - 65 ปี	66 ปีขึ้นไป	
ตอบ	1	24	47	28	3	103
	(0.25%)	(6.00%)	(11.75%)	(7.00%)	(0.75%)	(25.75%)

จากตาราง 24 พบว่า ในตาราง 22 สรุปว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุด จำนวน 47 คน (ร้อยละ 11.75) รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี จำนวน 28 คน (ร้อยละ 7.00) และช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี จำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.00)

1.3 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

แหล่งท่องเที่ยวลักษณะใดที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	อาชีพ		
	$\chi^2$	df	Sig.(2-sided)
การท่องเที่ยวเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ	6.613	7	0.470
การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	3.210	7	0.865
การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ	18.221*	7	0.011
การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)	22.513*	7	0.002
การท่องเที่ยวเพื่อบริโภคอาหารพื้นเมือง	4.544	7	0.715

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผลดังตาราง 26 และ 27

**ตาราง 26 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง อาชีพกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ**

การท่องเที่ยว เชิงโบราณ สถานและวัด ต่างๆ	อาชีพ								
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	กิจการ ส่วนตัว	รับจ้าง	แม่บ้าน	เกษียณอายุ	ว่างงาน	รวม
ตอบ	10 (2.50%)	16 (4.00%)	82 (20.50%)	10 (2.50%)	3 (0.75%)	2 (3.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	123 (30.75%)

จากตาราง 26 พบว่า ในตาราง 25 สรุปว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 82 คน (ร้อยละ 20.50) รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 16 คน (ร้อยละ 4.00) และนักเรียน/นักศึกษา/กิจการส่วนตัว จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.50)

**ตาราง 27 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง อาชีพกับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)**

การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	กิจการส่วนตัว	รับจ้าง	แม่บ้าน	เกษียณอายุ	ว่างงาน	
ตอบ	10 (2.50%)	17 (4.25%)	59 (14.75%)	13 (3.25%)	4 (1.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	103 (25.75%)

จากตาราง 27 พบว่า ในตาราง 25 สรุปว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 59 คน (ร้อยละ 14.75) รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 17 คน (ร้อยละ 4.25) และกิจการส่วนตัว จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.25)

1.4 รายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

แหล่งท่องเที่ยวลักษณะใดที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)	รายได้		
	$\chi^2$	df	Sig.(2-sided)
การท่องเที่ยวเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ	2.117	4	0.714
การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต	7.946	4	0.094
การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ	13.847*	4	0.008
การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)	18.589*	4	0.001
การท่องเที่ยวเพื่อบริโภคอาหารพื้นเมือง	4.819	4	0.306

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผลดังตาราง 29 และ 30

**ตาราง 29 แสดงค่าความถี่ และร้อยละ ระหว่าง รายได้กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ**

การท่องเที่ยวเชิง โบราณสถานและ วัดต่างๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	ต่ำกว่า 6,500 บาท	6,501 - 11,500 บาท	11,501 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
ตอบ	7 (1.75%)	11 (2.75%)	22 (5.50%)	27 (6.75%)	56 (14.00%)	123 (30.75%)

จากตาราง 29 พบว่า ในตาราง 28 สรุปว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาท ขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 56 คน (ร้อยละ 14.00) รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 27 คน (ร้อยละ 6.75) และรายได้ระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.50)



ตาราง 30 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง รายได้กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP)

การท่องเที่ยวเพื่อ ชมศิลปหัตถกรรม ภายในชุมชน (สินค้าOTOP)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่า	6,501 -	11,501 -	15,001 -	20,001 -	รวม
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป	
ตอบ	3 (0.75%)	15 (3.75%)	20 (5.00%)	12 (3.00%)	53 (13.25%)	103 (25.75%)

จากตารางที่ 30 พบว่า ในตารางที่ 28 สรุปว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 53 คน (ร้อยละ 13.25) รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท จำนวน 20 คน (ร้อยละ 5.00) และรายได้ระหว่าง 6,501 - 11,500 บาท จำนวน 15 คน (ร้อยละ 3.75)

2. เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทางมาพักผ่อนที่ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ กับ ความถี่ในการเดินทางมาพักผ่อนที่ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการเดินทางมาพักผ่อนที่ ตลาดน้ำอัมพวา		
	จังหวัดสมุทรสงคราม		
	$\chi^2$	df	Sig. (2-sided)
เพศ	2.123	3	0.547
อายุ	8.598	12	0.737
อาชีพ	30.682	21	0.079
รายได้	15.339	12	0.223

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ กับ ความถี่ในการเดินทางมาพักผ่อนที่ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทางมาพักผ่อนที่ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตาราง 32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	เพศ		
	$\chi^2$	df	Sig.(2-sided)
เพื่อการพักผ่อน	0.743	1	0.389
เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	1.129	1	0.288
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	0.062	1	0.804
เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง	0.086	1	0.770
เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง	7.043*	1	0.008
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	1.689	1	0.194
สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน	0.595	1	0.440
ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น	3.616	1	0.057
บรรยายภาค	1.689	1	0.194

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผลดังตาราง 33

**ตาราง 33 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่างเพศกับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง**

เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง	เพศ		รวม
	หญิง	ชาย	
ตอบ	24 (6.00%)	28 (7.00%)	52 (13.00%)

จากตาราง 33 พบว่า ในตาราง 31 สรุปว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 28 คน (ร้อยละ 7.00) รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.00)

**ตาราง 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

จุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	อายุ		
	$\chi^2$	df	Sig.(2-sided)
เพื่อการพักผ่อน	12.273*	4	0.015
เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	9.738*	4	0.045
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	4.415	4	0.353
เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง	4.492	4	0.344
เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง	6.001	4	0.199
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	1.968	4	0.742
สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน	1.968	4	0.742
ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น	19.159*	4	0.001
บรรยากาศ	6.288	4	0.179

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ เพื่อการพักผ่อน เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต และไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผลดังตาราง 35, 36 และ 37

**ตาราง 35 แสดงค่าความถี่ และร้อยละ ระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อการพักผ่อน**

เพื่อการพักผ่อน	อายุ					รวม
	น้อยกว่า 18 ปี	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	46 - 65 ปี	66 ปีขึ้นไป	
ตอบ	9 (2.25%)	124 (31.00%)	180 (45.00%)	48 (12.00%)	6 (1.50%)	367 (91.75%)

จากตาราง 35 พบว่า ในตาราง 34 สรุปว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ เพื่อการพักผ่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุด จำนวน 180 คน (ร้อยละ 45.00) รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี จำนวน 124 คน (ร้อยละ 31.00) และช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี จำนวน 48 คน (ร้อยละ 12.00)

ตาราง 36 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิต

เพื่อการเรียนรู้ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	อายุ					รวม
	น้อยกว่า 18 ปี	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	46 - 65 ปี	66 ปีขึ้นไป	
ตอบ	5 (1.25%)	45 (11.25%)	69 (17.25%)	31 (7.75%)	3 (0.75%)	153 (38.25%)

จากตาราง 36 พบว่า ในตาราง 34 สรุปว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุด จำนวน 69 คน (ร้อยละ 17.25) รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี จำนวน 45 คน (ร้อยละ 11.25) และช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี จำนวน 31 คน (ร้อยละ 7.75)

ตาราง 37 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง อายุ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น

ไหว้พระและซื้อสินค้า ท้องถิ่น	อายุ					รวม
	น้อยกว่า 18 ปี	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	46 - 65 ปี	66 ปีขึ้นไป	
ตอบ	1 (0.25%)	0 (0.00%)	1 (0.25%)	4 (1.00%)	0 (0.00%)	6 (1.50%)

จากตาราง 37 พบว่า ในตาราง 34 สรุปว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยคือ ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี มากที่สุด จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.00)

**ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

จุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	อาชีพ		
	$\chi^2$	df	Sig.(2-sided)
เพื่อการพักผ่อน	6.742	7	0.456
เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	5.016	7	0.658
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	23.346*	7	0.001
เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง	4.305	7	0.744
เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง	5.944	7	0.546
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	4.567	7	0.713
สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน	400.000*	7	0.000
ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น	1.320	7	0.988
บรรยากาศ	11.149	7	0.132

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน และสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผลดังตาราง 39 และ 40

**ตาราง 39 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง อาชีพ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน**

เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	กิจการส่วนตัว	รับจ้าง	แม่บ้าน	เกษียณอายุ	ว่างงาน	
ตอบ	17 (4.25%)	5 (1.25%)	13 (3.25%)	4 (1.00%)	1 (0.25%)	1 (0.25%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	41 (10.25%)

จากตาราง 39 พบว่า ในตาราง 38 สรุปว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 17 คน (ร้อยละ 4.25) รองลงมาคือ พนักงานเอกชน จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.25) และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.25)

**ตาราง 40 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง อาชีพ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน**

สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	กิจการส่วนตัว	รับจ้าง	แม่บ้าน	เกษียณอายุ	ว่างงาน	
ตอบ	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (0.25%)	1 (0.25%)

จากตาราง 40 พบว่า ในตาราง 38 สรุปว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ว่างงาน จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.25)



ตาราง 41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รายได้		
	$\chi^2$	df	Sig.(2-sided)
เพื่อการพักผ่อน	5.669	4	0.225
เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต	3.708	4	0.447
เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน	14.968*	4	0.005
เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง	4.868	4	0.301
เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง	11.579*	4	0.021
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	5.363	4	0.252
สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน	10.792*	4	0.029
ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น	4.259	4	0.372
บรรยายภาค	1.802	4	0.772

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ( $\chi^2$ ) ในการทดสอบพบว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง และสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์ ผลดังตาราง 42, 43 และ 44

**ตาราง 42 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง รายได้ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน**

เพื่อทัศนศึกษา/ ดูงาน	ต่ำกว่า 6,500 บาท	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				รวม
		6,501 - 11,500 บาท	11,501 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
ตอบ	7 (1.75%)	13 (3.25%)	6 (1.50%)	5 (1.25%)	10 (2.50%)	41 (10.25%)

จากตาราง 42 พบว่า ในตาราง 41 สรุปว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 6,501 - 11,500 บาท มากที่สุด จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.25) รองลงมาคือ รายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.50) และรายได้น้อยกว่า 6,500 บาท จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.75)

**ตาราง 43 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง รายได้ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อเยี่ยมญาติ / พบปะเพื่อนฝูง**

เพื่อเยี่ยมญาติ/ พบปะเพื่อนฝูง	ต่ำกว่า 6,500 บาท	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				รวม
		6,501 - 11,500 บาท	11,501 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
ตอบ	3 (0.75%)	5 (1.25%)	17 (4.25%)	15 (3.75%)	12 (3.00%)	52 (13.00%)

จากตาราง 43 พบว่า ในตาราง 41 สรุปว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 17 คน (ร้อยละ 4.25) รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 15 คน (ร้อยละ 3.75) และรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.00)

**ตาราง 44 แสดงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ระหว่าง รายได้ กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน**

สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	ต่ำกว่า 6,500 บาท	6,501 - 11,500 บาท	11,501 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
ตอบ	1 (0.25%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (0.25%)

จากตาราง 44 พบว่า ในตาราง 41 สรุปว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ สังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มากที่สุด จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.25)

สมมุติฐานที่ 2: ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

1. เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)																																														
ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท	หญิง	3.96	0.57	1.889	398	0.060																																														
	ชาย	3.85	0.57				ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ	หญิง	4.05	0.59	1.415	398	0.158	ชาย	3.97	0.52	ด้านสถานที่	หญิง	3.99	0.54	3.415*	398	0.001	ชาย	3.80	0.51	ด้านการอำนวยความสะดวก	หญิง	3.78	0.61	2.134*	398	0.033	ชาย	3.65	0.59	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	หญิง	4.04	0.66	0.643	398	0.521	ชาย	3.99	0.61	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	หญิง	3.93	0.61	1.531	398
ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ	หญิง	4.05	0.59	1.415	398	0.158																																														
	ชาย	3.97	0.52				ด้านสถานที่	หญิง	3.99	0.54	3.415*	398	0.001	ชาย	3.80	0.51	ด้านการอำนวยความสะดวก	หญิง	3.78	0.61	2.134*	398	0.033	ชาย	3.65	0.59	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	หญิง	4.04	0.66	0.643	398	0.521	ชาย	3.99	0.61	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	หญิง	3.93	0.61	1.531	398	0.127	ชาย	3.83	0.65						
ด้านสถานที่	หญิง	3.99	0.54	3.415*	398	0.001																																														
	ชาย	3.80	0.51				ด้านการอำนวยความสะดวก	หญิง	3.78	0.61	2.134*	398	0.033	ชาย	3.65	0.59	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	หญิง	4.04	0.66	0.643	398	0.521	ชาย	3.99	0.61	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	หญิง	3.93	0.61	1.531	398	0.127	ชาย	3.83	0.65																
ด้านการอำนวยความสะดวก	หญิง	3.78	0.61	2.134*	398	0.033																																														
	ชาย	3.65	0.59				ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	หญิง	4.04	0.66	0.643	398	0.521	ชาย	3.99	0.61	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	หญิง	3.93	0.61	1.531	398	0.127	ชาย	3.83	0.65																										
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	หญิง	4.04	0.66	0.643	398	0.521																																														
	ชาย	3.99	0.61				ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	หญิง	3.93	0.61	1.531	398	0.127	ชาย	3.83	0.65																																				
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	หญิง	3.93	0.61	1.531	398	0.127																																														
	ชาย	3.83	0.65																																																	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบทางสถิติ t-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน จึงสรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ และด้านการอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกันโดยด้านสถานที่ และด้านการอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

2. อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ บริการบ้านพักโฮมสเตย์	อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F	df	Sig.(2- sided)
ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคม ชนบท	น้อยกว่า 18 ปี	3.95	0.57	0.938	399	0.442
	19 - 25 ปี	3.97	0.54			
	26 - 45 ปี	3.88	0.60			
	46 - 65 ปี	3.88	0.50			
	66 ปีขึ้นไป	4.17	0.89			
ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มี เอกลักษณ์เฉพาะ	น้อยกว่า 18 ปี	4.28	0.27	4.953*	399	0.001
	19 - 25 ปี	4.15	0.58			
	26 - 45 ปี	3.92	0.55			
	46 - 65 ปี	3.99	0.54			
	66 ปีขึ้นไป	3.60	0.49			
ด้านสถานที่	น้อยกว่า 18 ปี	4.16	0.47	7.697*	399	0.000
	19 - 25 ปี	4.08	0.47			
	26 - 45 ปี	3.78	0.53			
	46 - 65 ปี	3.97	0.56			
	66 ปีขึ้นไป	3.90	0.96			

ตาราง 46 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ บริการบ้านพักโฮมสเตย์	อายุ	$\bar{x}$	S.D.	F	df	Sig.(2- sided)
ด้านการอำนวยความสะดวก	น้อยกว่า 18 ปี	4.12	0.55	4.853*	399	0.001
	19 - 25 ปี	3.87	0.54			
	26 - 45 ปี	3.62	0.60			
	46 - 65 ปี	3.71	0.65			
	66 ปีขึ้นไป	3.69	0.81			
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	น้อยกว่า 18 ปี	4.15	0.56	11.365*	399	0.000
	19 - 25 ปี	4.29	0.52			
	26 - 45 ปี	3.89	0.68			
	46 - 65 ปี	3.84	0.61			
	66 ปีขึ้นไป	3.46	0.56			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	น้อยกว่า 18 ปี	4.23	0.63	5.314*	399	0.000
	19 - 25 ปี	4.05	0.58			
	26 - 45 ปี	3.77	0.63			
	46 - 65 ปี	3.82	0.66			
	66 ปีขึ้นไป	3.86	0.27			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน จึงสรุปได้ว่าอายุที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำ

อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์มาทดสอบต่อไปว่า ระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน จำแนกตามช่วงอายุใด ที่มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ผลดังตาราง 47

**ตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ บริการบ้านพักโฮมสเตย์	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Diff (I-J)	Sig.(2-sided)
ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะ	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	0.23*	0.010
	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	0.30*	0.000
ด้านการอำนวยความสะดวก	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	0.25*	0.009
		26 - 45 ปี	0.40*	0.000
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	19 - 25 ปี	46 - 65 ปี	0.46*	0.000
		66 ปีขึ้นไป	0.83*	0.033
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	19 - 25 ปี	26 - 45 ปี	0.28*	0.003

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบทางสถิติแบบ Scheffe จึงสรุปได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี และยิ่งมากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

**ตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F	df	Sig.(2-sided)
ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท	นักเรียน/นักศึกษา	4.02	0.54	1.900	397	0.093
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.98	0.53			
	พนักงานเอกชน	3.89	0.58			
	กิจการส่วนตัว	3.73	0.55			
	รับจ้าง	4.00	0.53			
	แม่บ้าน	4.40	0.60			
ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ	นักเรียน/นักศึกษา	4.19	0.53	2.544*	397	0.028
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.17	0.59			
	พนักงานเอกชน	3.96	0.58			
	กิจการส่วนตัว	3.97	0.46			
	รับจ้าง	3.91	0.52			
	แม่บ้าน	4.20	0.35			
ด้านสถานที่	นักเรียน/นักศึกษา	4.08	0.51	3.797*	397	0.002
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.06	0.66			
	พนักงานเอกชน	3.87	0.50			
	กิจการส่วนตัว	3.83	0.64			
	รับจ้าง	3.54	0.46			
	แม่บ้าน	4.38	0.54			



ตาราง 48 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	อาชีพ	$\bar{x}$	S.D.	F	df	Sig.(2-sided)
ด้านการอำนวยความสะดวก	นักเรียน/นักศึกษา	3.89	0.54	2.719*	397	0.020
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.89	0.64			
	พนักงานเอกชน	3.66	0.61			
	กิจการส่วนตัว	3.72	0.58			
	รับจ้าง	3.52	0.57			
	แม่บ้าน	4.17	0.29			
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	นักเรียน/นักศึกษา	4.24	0.59	3.087*	397	0.010
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.08	0.61			
	พนักงานเอกชน	3.99	0.65			
	กิจการส่วนตัว	3.89	0.67			
	รับจ้าง	3.56	0.67			
	แม่บ้าน	3.92	0.63			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	4.14	0.56	3.124*	397	0.009
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.89	0.62			
	พนักงานเอกชน	3.84	0.64			
	กิจการส่วนตัว	3.74	0.58			
	รับจ้าง	3.78	0.57			
	แม่บ้าน	3.94	0.25			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน จึงสรุปได้ว่าอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์มาทดสอบต่อไปว่า ระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน จำแนกตามอาชีพใด ที่มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ผลดังตาราง 49

**ตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ บ้านพักโฮมสเตย์	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean	Sig.(2-sided)
			Diff (I-J)	
ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานเอกชน	0.23*	0.049
		รับจ้าง	0.54*	0.014
ด้านสถานที่	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานเอกชน	0.21*	0.013
		รับจ้าง	0.54*	0.014
ด้านการอำนวยความสะดวก	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานเอกชน	0.23*	0.014
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานเอกชน	0.30*	0.027

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ โดยใช้การทดสอบทางสถิติแบบ Scheffe จึงสรุปได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานเอกชน และยิ่งมากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพรับจ้าง เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

ตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F	df	Sig.(2-sided)
ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท	ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.99	0.57	1.500	399	0.201
	6,501 - 11,500 บาท	4.06	0.57			
	11,501 - 15,000 บาท	3.90	0.48			
	15,001 - 20,000 บาท	3.86	0.59			
	20,001 บาทขึ้นไป	3.88	0.61			
ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ	ต่ำกว่า 6,500 บาท	4.06	0.56	1.726	399	0.143
	6,501 - 11,500 บาท	4.10	0.62			
	11,501 - 15,000 บาท	4.10	0.57			
	15,001 - 20,000 บาท	3.98	0.55			
	20,001 บาทขึ้นไป	3.94	0.54			
ด้านสถานที่	ต่ำกว่า 6,500 บาท	4.03	0.61	2.556*	399	0.038
	6,501 - 11,500 บาท	3.95	0.59			
	11,501 - 15,000 บาท	4.04	0.50			
	15,001 - 20,000 บาท	3.85	0.46			
	20,001 บาทขึ้นไป	3.84	0.54			
ด้านการอำนวยความสะดวก	ต่ำกว่า 6,500 บาท	3.96	0.59	3.747*	399	0.005
	6,501 - 11,500 บาท	3.84	0.57			
	11,501 - 15,000 บาท	3.83	0.55			
	15,001 - 20,000 บาท	3.63	0.57			
	20,001 บาทขึ้นไป	3.64	0.64			

ตาราง 50 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ บริการบ้านพักโฮมสเตย์	รายได้	$\bar{x}$	S.D.	F	df	Sig.(2- sided)
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ต่ำกว่า 6,500 บาท	4.07	0.62	4.025*	399	0.003
	6,501 - 11,500 บาท	4.02	0.57			
	11,501 - 15,000 บาท	4.25	0.65			
	15,001 - 20,000 บาท	3.93	0.58			
	20,001 บาทขึ้นไป	3.92	0.68			
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 6,500 บาท	4.14	0.60	2.338	399	0.055
	6,501 - 11,500 บาท	3.93	0.58			
	11,501 - 15,000 บาท	3.92	0.64			
	15,001 - 20,000 บาท	3.91	0.58			
	20,001 บาทขึ้นไป	3.79	0.65			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน จึงสรุปได้ว่า รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์มาทดสอบต่อไปว่า ระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน จำแนกตามช่วงรายได้ใด ที่มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยใช้วิธีแบบ Scheffe ผลดังตาราง

ตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Diff (I-J)	Sig.(2-sided)
ด้านสถานที่	11,501 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	0.19*	0.028
ด้านการอำนวยความสะดวก	ต่ำกว่า 6,500 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	0.32*	0.047
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	11,501 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	0.31*	0.046
		20,001 บาทขึ้นไป	0.33*	0.008

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธี Scheffe ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การทดสอบทางสถิติแบบ Scheffe จึงสรุปได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป และยังพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านการอำนวยความสะดวก มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 11,501 - 15,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 4.25 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 3.75 และรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.00 และสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 0.25

## บทที่ 5

### บทสรุป

การวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ บ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” เป็นการศึกษาเชิงสำรวจซึ่งในที่นี้ จะดำเนินการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### จุดมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายในการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามประชากรศาสตร์

##### สมมติฐานของการวิจัย

โดยมีสมมติฐานของการวิจัย คือ 1) เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 2) เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน

##### วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษานี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 คน สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 4 ตอน คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ 3) ข้อมูลความพึงพอใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ และ 4) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ผู้วิจัยได้จัดเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย 4 ตอน คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ 3) ข้อมูลความพึงพอใจในปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ และ 4) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และส่วนที่ 2) การวิเคราะห์สมมติฐาน ประกอบด้วย 2 สมมติฐาน คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 2) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน วิเคราะห์โดยหาค่าสถิติทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square test) และสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One way Anova) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe)

### ผลการวิจัย

#### ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.75 มากกว่าเพศชาย ร้อยละ 37.25 มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี ร้อยละ 47.75 ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ร้อยละ 69.25 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 61.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 35.75 และการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 76.75

#### ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวบ้านพักโฮมสเตย์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่มักเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวากับครอบครัว ร้อยละ 39.87 สนใจแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ร้อยละ 27.39 โดยเดินทางมาพักโฮมสเตย์เป็นครั้งแรก ร้อยละ 40.00 ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเองโดยไม่มีคนคอยติดตาม ร้อยละ 45.75 มีจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทร

สงคราม เพื่อการพักผ่อน ร้อยละ 53.03 และได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ อาทิ นิตยสาร วารสาร บทความต่างๆ และหนังสือแนะนำเที่ยว ร้อยละ 33.16

### **ข้อมูลความพึงพอใจต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์**

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านสถานที่และด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท อยู่ในระดับมาก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้าย คือ ด้านการอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก

**ด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอากาศบริสุทธิ์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับการพักผ่อนอย่างเต็มที่ เพื่อหลีกเลี่ยงสังคมเมือง อยู่ในระดับมาก และมีการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้าย คือ ได้เรียนรู้สังคมที่มีการช่วยเหลือกัน อยู่ในระดับมาก

**ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การพายเรือขายของยามเย็นที่ตลาดน้ำของชาวบ้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ข้อลักษณะบ้านมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้าย คือ การสาธิตการแปรรูปอาหารต่างๆ ที่มีในชุมชน อยู่ในระดับมาก

**ด้านสถานที่** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีอากาศถ่ายเทสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก ห้องครัว ห้องน้ำ อยู่ในระดับมาก และสภาพที่พักมีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้าย คือ การประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ อยู่ในระดับมาก

**ด้านการอำนวยความสะดวก** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความสะดวกในการจองห้องพัก อยู่ในระดับมาก และมีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้าย คือ มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น อยู่ในระดับมาก

**ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การสื่อสารที่เข้าใจง่าย



อยู่ในระดับมาก และให้ข้อมูลการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้าย คือ ให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ อย่างละเอียด อยู่ในระดับมาก

**ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว** ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ล่องแม่น้ำ ลำคลอง ชมสวนผลไม้ ชมหิ่งห้อย และดูนกยามค่ำคืน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การขี่จักรยานชมสวน การพายเรือคิงห้อย อยู่ในระดับมาก และกิจกรรมท่องเที่ยวทางโบราณสถาน เช่น นำชมวัดและโบราณสถาน อยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้าย คือ กิจกรรมการต้อนรับตามประเพณีท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ อยู่ในระดับมาก

#### **การวิเคราะห์สมมติฐาน**

**ข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**

**เพศ** ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ และความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่เพศ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด ร้อยละ 7.00 รองลงมาคือ เพศหญิง ร้อยละ 6.00

**อายุ** ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่อายุ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปีมากที่สุด ร้อยละ 17.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี ร้อยละ 6.25 และช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ร้อยละ 5.75 และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุด ร้อยละ 11.75 รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี ร้อยละ 7.00 และช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ร้อยละ 6.00 และอายุมีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ เพื่อการพักผ่อน เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต และไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพื่อการ

พักผ่อน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุด ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ร้อยละ 31.00 และช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี ร้อยละ 12.00 เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุด ร้อยละ 17.25 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ร้อยละ 11.25 และช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี ร้อยละ 7.75 และไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 46 - 65 ปี มากที่สุด ร้อยละ 1.00

**อาชีพ** ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่อาชีพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 20.50 รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4.00 และนักเรียน/นักศึกษา/กิจการส่วนตัว ร้อยละ 2.50 และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 14.75 รองลงมาคือ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 4.25 และกิจการส่วนตัว ร้อยละ 3.25 และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน และสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 4.25 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน ร้อยละ 3.25 และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 1.25 และสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ว่างงาน ร้อยละ 0.25

**รายได้** ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่รายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้าOTOP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปมากที่สุดร้อยละ 14.00 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 6.75

และรายได้ระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท ร้อยละ 5.50 และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม ภายในชุมชน (สินค้าOTOP) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด ร้อยละ 13.25 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท ร้อยละ 5.00 และรายได้ระหว่าง 6,501 - 11,500 บาท ร้อยละ 3.75 และรายได้ มีความสัมพันธ์กับ จุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง และสังสรรค์กับ กลุ่มเพื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 6,501 - 11,500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 3.25 รองลงมาคือ รายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2.50 และรายได้ต่ำกว่า 6,500 บาท ร้อยละ 1.75 เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 4.25 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 3.75 และรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.00 และสังสรรค์กับกลุ่ม เพื่อน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 0.25

#### **ข้อมูลส่วนบุคคลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา**

**เพศ** ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ และด้าน การอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านสถานที่ และ ด้านการอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

**อายุ** ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มี เอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี และยังมี มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

**อาชีพ** ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่

มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานเอกชน และยิ่งมากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพรับจ้าง เกี่ยวกับ ด้านสถานที่

**รายได้** ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป และยังพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านการอำนวยความสะดวกมากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการศึกษา คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย ช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป และการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวากับครอบครัว สนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยเดินทางมาพักโฮมสเตย์เป็นครั้งแรก ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเองโดยไม่มีคนคอยติดตาม มีจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำ

อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อการพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (รัตนภรณ์ มหาศรานนท์, 2546) และได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ อาทิ นิตยสาร วารสาร บทความต่างๆ และหนังสือนำเที่ยว ภาพรวม มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ในระดับมาก อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ในระดับมาก ซึ่งด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พึงพอใจเรื่องมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ ในระดับมาก รองลงมาคือ การสื่อสารที่เข้าใจง่าย ในระดับมาก ส่วนด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ พึงพอใจเรื่องการสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การพายเรือขายของยามเย็นที่ตลาดน้ำของชาวบ้าน ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (รัตนภรณ์ มหาศรานนท์, 2546) อันดับ 2 ด้านสถานที่และด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท ในระดับมาก ซึ่งด้านสถานที่ พึงพอใจเรื่องมีอากาศถ่ายเทสะดวก ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะอาดของห้องพัก ห้องครัว ห้องน้ำ ในระดับมาก ส่วนด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท พึงพอใจเรื่องใกล้ชิดกับธรรมชาติ และอากาศบริสุทธิ์ ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับการพักผ่อนอย่างเต็มที่ เพื่อหลีกเลี่ยงสังคมเมือง ในระดับมาก อันดับ 3 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมาก ซึ่งด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พึงพอใจเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ล่องแม่น้ำ ลำคลอง ชมสวนผลไม้ ชมหิ่งห้อย และดูนกยามค่ำคืน ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การขี่จักรยานชมสวน การพายเรือดูหิ่งห้อย ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (รัตนภรณ์ มหาศรานนท์, 2546) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการอำนวยความสะดวก ในระดับมาก ด้านการอำนวยความสะดวก พึงพอใจเรื่องมีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความสะดวกในการจองห้องพัก ในระดับมาก เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด ร้อยละ 7.00 รองลงมาคือ เพศหญิง ร้อยละ 6.00 และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุด เดินทางมาท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อการพักผ่อน เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต และไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่น ร้อยละ 45.00, 17.25 และ 1.00 ตามลำดับ และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุดเดินทางมาท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน ร้อยละ 4.25 ยังพบกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ว่างงานมาท่องเที่ยวสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 0.25 และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 6,500 บาท เดินทางมาท่องเที่ยวสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 0.25 ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 6,501 - 11,500 บาท มากที่สุด เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน ร้อยละ 3.25 และที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท มากที่สุด เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง ร้อยละ 4.25 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพ อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักผ่อนที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยสนใจการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้า OTOP) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากที่สุด ร้อยละ 17.00 และ 11.75 ตามลำดับ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 20.50 และ 14.75 และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด ร้อยละ 14.00 และ 13.25 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านสถานที่ และด้านการอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี และยิ่งมากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป เกี่ยวกับ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานเอกชน และยิ่งมากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพรับจ้าง เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป และยิ่งพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท มีระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านการอำนวยความสะดวก มากกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ มากที่สุดควรเพิ่มถังขยะ ร้อยละ 16.67 การบริหารจัดการท่องเที่ยวยังไม่ดีพอควบคุมมาตรฐานของบริการไม่สมบูรณ์ ร้อยละ 10.71 และบ้านพักบางแห่งมีที่พักน้อยเกินไป/ คนเข้ามา มากขึ้นทำให้ธรรมชาติเสีย ร้อยละ 5.95

### ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้าพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์มากที่สุด ควรเพิ่มถึงขยะ ร้อยละ 16.67 รองลงมาคือ การบริหารจัดการท่องเที่ยวยังไม่ดีพอควบคุมมาตรฐานของบริการไม่สมบูรณ์ ร้อยละ 10.71 และบ้านพักบางแห่งมีที่พักน้อยเกินไป / คนเข้ามามากขึ้นทำให้ธรรมชาติเสีย ร้อยละ 5.95 เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
2. ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างประเทศ
3. ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
5. ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างประเทศ

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **เอกสารประกอบการประชุมแผนการท่องเที่ยวเรื่อง “สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวปี2543”**. กรุงเทพฯ: สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2539). **เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ . (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาติชาย เทพแบ่ง. (2538). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาการให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว สำนักงานใหญ่**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชิตจันทร์ หังสสุต. (2532). **หลักการและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: คณะบริหาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- พนิตตา สิงห์ครา. (2548). **ศักยภาพของชุมชนบ้านห้วยฮี้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่ สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2551, จาก [http://library.cmu.ac.th/digital\\_collection/etheses](http://library.cmu.ac.th/digital_collection/etheses)
- พัชรา ลากลิ้อชัย. (2546). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ภราเดช สุขสมจิต. (2544). **เที่ยวชุมชนอัมพวาและพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ม.ล. ต้อย ชุมสาย. (ม.ป.ป.). **หลักวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: แพรวพิทยา.
- ยุทธนา สมลา . (2545). **การบริหารจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษา หมู่บ้านบุไทร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- รัตนภรณ์ มหาศรานนท์. (2546). **การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัด**

**โฮมสเตย์ในประเทศไทย.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
ธนบุรี, กรุงเทพฯ.

วินิจ วีรยางกูล. (2532). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์และ  
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิทยา เพ็ชรวงษ์. (2544). **วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ พริ้นติ้ง  
แอนด์พับลิชชิ่ง.

ศุภลักษณ์ อูงครางกูร. (2549). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3).** ขอนแก่น: คลังนานา  
วิทยา.

สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). **หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9).** กรุงเทพฯ: พงพลเทรตติ้ง.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด.** กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและโซ  
เท็กซ์.

สุวิมล วงษ์พิทักษ์. (2549). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจที่พักแบบโฮสเตย์  
โดยชุมชนมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาชุมชนบ้านปางมะโอ ตำบลแม่ทะ อำเภอเชียง  
ดาวจังหวัดเชียงใหม่.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
เชียงใหม่, เชียงใหม่ สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2551, จาก  
[http://library.cmu.ac.th/digital\\_collection/etheses](http://library.cmu.ac.th/digital_collection/etheses)

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2551). **แนวทางการพัฒนา.** สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2551, จาก  
[http://homestaythai.tourism.go.th/page\\_development.php](http://homestaythai.tourism.go.th/page_development.php)

Abraham Harold and Maslow. (1954). **Motivation and personality.** New York: Harper &  
Row.

Bernard Mullin, Stephen Hardy, and William Sutton. (1993). **Sport Marketing (3<sup>rd</sup> ed.).**  
Boston: Houghton Mifflin.

Yamane, T. (1970). **Statistics: An introductory analysis (2<sup>nd</sup> ed.).** New York: Harper & Low.

ภาคผนวก



## แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

**“พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์  
ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย”**

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ใช้เก็บรวบรวม  
ข้อมูลเพื่อทำการวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้  
บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ข้อมูล  
และความคิดเห็นของท่านต่อแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะนำผลไปวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ  
เลือกใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการให้บริการอย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการอนุเคราะห์ในการกรอก  
แบบสอบถาม

จันทิมา อภิวิสุทธิรักษ์

ปรียาพร ดิสสะมาน

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพฯ

**แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้**

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** พฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์

**ตอนที่ 3** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์

**ตอนที่ 4** ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

“พฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์  
ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย”

\*\*\*\*\*

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ในการตอบแบบสอบถามแต่ละข้อ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือเติมคำลงใน  
ช่องว่างตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

- ( ) 1. หญิง ( ) 2. ชาย

2. อายุ

- ( ) 1. น้อยกว่า 18 ปี ( ) 2. 19 – 25 ปี  
( ) 3. 26 – 45 ปี ( ) 4. 46 – 65 ปี  
( ) 5. 66 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส ( ) 3. หย่า ( ) 4. อื่นๆ(ระบุ).....

4. อาชีพ

- ( ) 1. นักเรียน / นักศึกษา ( ) 2. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ  
( ) 3. พนักงานเอกชน ( ) 4. กิจการส่วนตัว  
( ) 4. อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 6,500 บาท ( ) 2. 6,501 บาท – 11,500 บาท  
( ) 3. 11,501 บาท – 15,000 บาท ( ) 4. 15,001 บาท – 20,000 บาท  
( ) 5. 20,001 ขึ้นไป

6. การศึกษา

- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาตรี  
( ) 3. ปริญญาโท ( ) 4. สูงกว่าปริญญาโท

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์**

1. ส่วนใหญ่ท่านมักเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา กับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. ครอบครัว ( ) 2. เพื่อนกลุ่มเล็ก 2-5 คน  
( ) 3. เพื่อนกลุ่มใหญ่ 6 คนขึ้นไป ( ) 4. เป็นหมู่คณะร่วมสถานบัน / องค์กร  
( ) 5. มีลักษณะตามทุกข้อที่กล่าว

2. แหล่งท่องเที่ยวลักษณะใดที่ท่านสนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. การท่องเที่ยวที่เป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติ  
( ) 2. การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต  
( ) 3. การท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัด ต่างๆ  
( ) 4. การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรมภายในชุมชน (สินค้า OTOP)  
( ) 5. การท่องเที่ยวเพื่อบริโภคอาหารพื้นเมือง

3. ความถี่ในการเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

- ( ) 1. ครั้งแรก ( ) 2. 1 ครั้ง/ปี  
( ) 3. 2-3 ครั้ง/ปี ( ) 4. มากกว่า 3 ครั้ง/ปี

4. การเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ในลักษณะใดที่ท่านต้องการ เมื่อเข้ามาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

- ( ) 1. มีไกด์ท้องถิ่นคอยให้รายละเอียดระหว่างการเดินทาง  
( ) 2. เจ้าของบ้านเป็นผู้นำท่านไปเยี่ยมชมตามสถานที่ต่างๆ  
( ) 3. ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยวเองโดยไม่มีคนคอยติดตาม  
( ) 4. อื่นๆ (ระบุ).....

5. จุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมไฮมสเตรย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. เพื่อการพักผ่อน
- ( ) 2. เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิต
- ( ) 3. เพื่อทัศนศึกษา / ดูงาน
- ( ) 4. เพื่อแวะพักระหว่างการเดินทาง
- ( ) 5. เพื่อเยี่ยมญาติ / พบปะเพื่อนฝูง
- ( ) 6. อื่นๆ (ระบุ).....

6. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวโปรแกรมไฮมสเตรย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม  
จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ อาทิ นิตยสาร วารสาร บทความต่างๆ และหนังสือแนะนำเที่ยว
- ( ) 2. แผ่นพับประชาสัมพันธ์
- ( ) 3. การจัดบูทตามงานต่างๆ
- ( ) 4. สื่อวิทยุ / โทรทัศน์
- ( ) 5. อินเทอร์เน็ต
- ( ) 6. อื่นๆ (ระบุ).....

**ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์**

ท่านมีความคิดเห็นว่าจะปัจจัยต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ของท่านหรือไม่ (โปรดทำทุกข้อ)

5. มากที่สุด 4. มาก 3. ปานกลาง 2. น้อย 1. น้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>วิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท</b>					
1. ได้รับการพักผ่อนอย่างเต็มที่ เพื่อหลีกเลี่ยงความเครียด					
2. ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอากาศบริสุทธิ์					
3. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมของท้องถิ่น					
4. ได้เรียนรู้สังคมที่มีการช่วยเหลือกัน					
5. มีการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน					
<b>วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ</b>					
6. พื้นที่ต่างๆยังคงไว้ซึ่งสภาพเดิมของชุมชน					
7. ลักษณะบ้านมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น					
8. การสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ					
9. การพายเรือขายของ ยามเย็นที่ตลาดน้ำของชาวบ้าน					
10. การสาธิตการแปรรูปอาหารต่างๆที่มีในชุมชน					
<b>ด้านสถานที่</b>					
11. การประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์					
12. สภาพที่พักมีความมั่นคงแข็งแรง ปลอดภัย					
13. มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก					
14. ความสะอาดของห้องพัก ห้องครัว ห้องน้ำ					



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
15. มีเครื่องอำนวยความสะดวกครบภายในบ้านพัก					
16. บริเวณใกล้เคียง มีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพียงพอ					
17. ราคาที่พักเหมาะสม					
<b>ด้านการอำนวยความสะดวก</b>					
18. มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด					
19. มีโทรศัพท์บริการ					
20. มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ					
21. มีการเตรียมความพร้อม เกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น					
22. มีป้ายบอกทางเป็นระยะๆของการเดินทาง					
23. มีความสะดวกในการจองห้องพัก					
<b>ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ</b>					
24. มีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ					
25. ให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ อย่างละเอียด					
26. ให้ข้อมูลการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ อย่างชัดเจน					
27. การสื่อสารที่เข้าใจง่าย					
<b>ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
28. กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ล่องแม่น้ำ ล้ำคลอง ชมสวนผลไม้ ชมหิ่งห้อย และดูนกยามค่ำคืน					
29. กิจกรรมท่องเที่ยวทางโบราณสถาน เช่น นำชมวัดและโบราณสถาน					
30. มีกิจกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน เช่น การทำน้ำตาล การเก็บผลไม้และการชมกิจกรรมของชาวบ้านทั่วไป ฯลฯ					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
32. กิจกรรมการต้อนรับตามประเพณีท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ					
33. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การขี่จักรยานชมสวน การกายเรือคูหึ่งห้อย					

**ตอนที่ 4** ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

**ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า**

ชื่อ – ชื่อสกุล	จันทิมา อภิวิสุทธิรักษ์
วัน เดือน ปีเกิด	12 สิงหาคม 2526
ที่อยู่ปัจจุบัน	364/17 ซอยอมร ถนนนางลิ้นจี่ เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
ที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทสยามเมตตรา อินเตอร์เนชั่นแนลจำกัด
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	พนักงานปฏิบัติการ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549	ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

## ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	ปรียาพร ดิสสะมาน
วัน เดือน ปีเกิด	21 สิงหาคม 2525
ที่อยู่ปัจจุบัน	1 (33เดิม) ซอยเพชรเกษม3 แขวงท่าพระ บางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ 10600
ที่ทำงานปัจจุบัน	-
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	-
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549	ศศ.บ. (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ