

แนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบ
ระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2553

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการจัดการ และกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี" เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



(รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ศรีสุดา จงสิทธิ์พล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2553



ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รวงศาตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้ คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จน การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร.ภณทิรา เลิศเดชเดชา ดร.สรินนา อารีธรรมศิริกุล ดร.ประภาศรี พรหมประกาย และดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเครื่องมือ ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณประธานกลุ่มโฮมสเตย์ ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยวที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ อำเภอบางปลา ม้า จังหวัดสุพรรณบุรี และพนักงานบริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล เทคดิง (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง ในการเก็บ ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่สาว น้องชาย และเพื่อนๆ ที่ได้ให้กำลังใจ และให้การ สนับสนุนทุกด้านเป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ผู้มี พระคุณทุกๆ ท่าน

ปรมาพร มุจจลินท์วิมุตติ

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
ผู้ศึกษาค้นคว้า	ปรมาพร มุจจินทวิมูติ
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศบ. สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
คำสำคัญ	การพัฒนา การจัดการ กิจกรรม ธุรกิจโฮมสเตย์

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จากการศึกษาพบว่าลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีปัจจัยส่วนบุคคลที่คล้ายกัน คือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและเป็นคนภาคกลาง นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 51.5 ที่มาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะมาเพราะต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่นร้อยละ 41.1 และในภาพรวมกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพัก กว่าครึ่งเป็นกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน

จากการศึกษายังพบว่าเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และที่อยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ และมีเพียงที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์เท่านั้นที่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ทั้งทางด้านความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาด ซึ่งต่างจากที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านต่างๆแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงทำให้สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
กรอบแนวความคิด.....	7
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ประวัติ ความเป็นมา มาตรฐานที่พำสำหรับโฮมสเตย์ และแนวคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์	11
แนวคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล.....	23
แนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	41
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล.....	41
ผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	47
5 บทสรุป.....	87
สรุปผลการวิจัย.....	88
อภิปรายผลการวิจัย.....	93
ข้อเสนอแนะ.....	96
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	103
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	114

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	42
2	แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	42
3	แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้ง โฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	43
4	แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	43
5	แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้ง โฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	44
6	แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้ง โฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	45
7	แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้าน โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทย บ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	45
8	แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ของ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่ หม้ายโฮมสเตย์.....	46
9	แสดงพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮม สเตย์ ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทย บ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	47
10	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮม สเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์.....	48
11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮม สเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์.....	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่ในปัจจุบันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์.....	63
26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่ในปัจจุบันมีกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์.....	64
27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่ในปัจจุบันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์.....	65
28	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจด้านการจัดการด้านที่พัก ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	67
29	แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์การเดินทางที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	68
30	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์กับ ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	69
31	แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์การเดินทางที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.	70
32	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์...	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
33	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับ ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้า พักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	71
34	แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์การ เดินทางที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการ ตลาดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย โฮมสเตย์.....	72
35	แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือก โฮมสเตย์ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อการจัดการที่พัก ของ กลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮม สเตย์.....	73
36	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กับความ พึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพัก บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	74
37	แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือก โฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	75
38	แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือก โฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	75
39	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กับความพึง พอใจต่อการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพัก ที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
40	แสดงการเปรียบเทียบรายค่าพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในบางน้ำผึ้งและเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	77
41	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาด ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	78
42	แสดงการเปรียบเทียบรายค่าพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในบางน้ำผึ้งและเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	79
43	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	80
44	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	81
45	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
46	แสดงการเปรียบเทียบรายค่าพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	82
47	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	83
48	แสดงการเปรียบเทียบรายค่าพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	84
49	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	85
50	แสดงการเปรียบเทียบรายค่าพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	85

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 การจัดการด้านที่พักของบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์.....	104
3 การจัดการด้านที่พักของเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	104
4 การจัดการด้านอาหารของบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์.....	105
5 การจัดการด้านอาหารของเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	105
6 การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนของบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์.....	106
7 การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนของเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	106
8 การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์.....	107
9 การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์.....	107



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวไทยในปัจจุบันนับได้ว่าเป็นโอกาสสำคัญมากในการพัฒนาประเทศลงไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ ให้พลิกฟื้นจากปัญหาความยากจนสู่ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยจึงปรับเปลี่ยนแนวทางและกลยุทธ์ เพื่อฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจ ดังนั้นชุมชนจึงถูกคาดหวังให้เข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในด้านการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาและจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ การให้ความรู้และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่หน่วยงานภาครัฐทั้งกระทรวงหน่วยงานท้องถิ่น และชุมชนทั่วไปยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง ทำให้เกิดการคิดแบบแยกส่วน แยกกันคิด แยกกันวางแผน แยกกันงบประมาณ และแยกกันจัดการ จะเห็นได้จากแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกทำลายลงไปอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยผ่านการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ ทำให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างไม่ทิศทาง ซึ่งกลายเป็นปัญหาเดิมที่มีอยู่ของไทย (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2550)

ประวัติความเป็นมาของโฮมสเตย์ (Home Stay) ในทวีปยุโรป ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยว และที่พักที่ห่างไกลชุมชนเมือง และร่อนรอยความกดดันของสงคราม ไปสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบร่มเย็น ธรรมชาติที่สวยงาม ก่อให้เกิดการพักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ ขึ้น ได้แก่ ที่พักขนาดเล็กที่มีบริการเฉพาะห้องพักและอาหารเช้า (Bed & Breakfast) บ้านพักในฟาร์ม (Farm House) เกสต์เฮาส์ (Guest House) และโฮมสเตย์ที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่เรียกชื่อแตกต่างกันไป ตามพื้นที่ประเทศ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป

ความเป็นมาของโฮมสเตย์ในประเทศไทยนั้น เริ่มต้นจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจมากที่สุดจากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ จากการติดตามความเป็นมาพบว่าโฮมสเตย์ ภายในประเทศไทยเกิดขึ้นมานาน แต่รูปแบบและกิจกรรมอาจแตกต่างหลากหลาย หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ทั้งหมด 3 ยุคสมัย ดังนี้

ยุคเริ่มต้น 2503 – 2525 มีการกระจายตัวของกลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสา พัฒนาชนบท ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต รับทราบปัญหาในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ และการกระจายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางการเดินทาง

ยุคกลาง 2526 – 2536 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่าเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น การพักค้างแรมในรูปแบบของโฮมสเตย์ ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขา ที่กว้างขวางมากขึ้น ในระยะนี้มีการท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่า โฮมสเตย์เริ่มสร้างปัญหาสังคม เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้นขโมย ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์

ยุคตั้งแต่ปี 2537 จนถึงปัจจุบัน เป็นยุคที่เน้นกระแสการพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้น จะพบว่า การท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และประมาณปี 2537 – 2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์ โดยกลุ่มนำร่องเป็นกลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคม ทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ ส่วนพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย เข้าไปดำเนินกิจการ เช่น เกาะยาว จังหวัดพังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง/อวนลาก อวนรุน) หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จังหวัดเชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก) และบ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เขยเฉลิม (เกษตรยั่งยืน) ในปี 2539 ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงการผจญภัย (Adventure Ecotourism) และโฮมสเตย์ (Home Stay)

ในปี 2541-2542 จากการที่รัฐบาลประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวอเมซิ่งไทยแลนด์ (Amazing Thailand) ทุกหน่วยงานของภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรมโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อำเภอภูฉินรายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และบ้านทรงไทยปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชาวเขาก็กมีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ด้วยเช่นเดียวกัน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฉบับที่ 8 โดยวัตถุประสงค์หลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 คือการปรับโครงสร้างประเทศให้เข้าสู่ดุลยภาพโดยเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นการพัฒนาเชิงปริมาณ มาสู่การพัฒนาเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม และความสามารถก้าวทันโลก ที่จะอำนวยความสะดวกต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ได้กำหนดเป้าหมาย

นโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2550-2554 ต้องการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐและเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวมที่จะนำไปสู่การกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

สำหรับนโยบายของรัฐบาลปัจจุบัน ได้พยายามที่จะฟื้นฟูภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยให้กลับมาโดยเร็ว โดยได้เร่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยฟื้นฟู พัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ ที่มีศักยภาพ สามารถเชื่อมโยงธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านควบคู่กับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มดูแลรักษาสุขภาพ กลุ่มประชุมและแสดงสินค้า และกลุ่มสนใจด้านระบบนิเวศ วัฒนธรรมท้องถิ่น แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถาน เป็นต้น

หลักการของโฮมสเตย์ เป็นเรื่องที่สำคัญที่ทุกฝ่ายตั้งแต่รัฐบาลจนถึงชุมชนจะต้องเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อมิให้การส่งเสริมและการพัฒนาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ก่อให้เกิดปัญหาตามมา ในภายหลัง ประการแรก จะต้องไม่ถือเป็นนโยบายว่าจะต้องมีโฮมสเตย์เกิดขึ้นในทุกหมู่บ้าน แต่ต้องคำนึงถึงความพร้อม ความรู้ ความเข้าใจของชุมชนเป็นสำคัญ และชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยเน้นจุดขายที่วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ และให้เข้าใจตั้งแต่เริ่มแรกว่า การท่องเที่ยวจะเป็นเพียงรายได้เสริม ไม่ใช่รายได้หลักของชุมชน โดยสรุปชุมชนต้องมีความเข้มแข็ง มีความรู้เท่าทันสิ่งทีนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลง และเข้าใจวัตถุประสงค์ของสิ่งที่ตนกำลังดำเนินการ

ผู้วิจัยได้พิจารณาประเด็นปัญหาที่ต้องมีการแก้ไขโดยมุ่งเน้นประเด็นการศึกษาดังนี้

1. ปัญหาด้านคุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน

2. ปัญหาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ซึ่งประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

3. ปัญหาด้านวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ซึ่งประกอบด้วย การจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ และวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ของอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
2. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโฮมสเตย์สามารถนำข้อมูลที่ศึกษามาเพิ่มประสิทธิภาพและเป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ให้ประสบความสำเร็จต่อไป

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ได้กำหนดพื้นที่ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่กำหนดศึกษามุ่งเน้นในประเด็นต่างๆดังนี้

2.1 ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

2.2 ศึกษาวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

2.3 ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม

3.1 นักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนประมาณ 120,000 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้วิจัยจะกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแห่งละ 200 คน จากจำนวนโฮมสเตย์ที่มีการให้บริการทั้งหมด 2 แห่ง และจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ในเดือนตุลาคม-เดือนพฤศจิกายน 2552 โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (Non-probability sampling) เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

4. ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะดังนี้

4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน

4.2 ตัวแปรตามแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.2.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

4.2.2 วิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ได้แก่ การจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

5. การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 1 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวแปรคุณสมบัติส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน และกลุ่มตัวแปรตามจำนวน 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกคือตัวแปรด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ และกลุ่มสองคือกลุ่มตัวแปรด้านวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ได้แก่ การจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Unvaried Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยสามารถอธิบายรายละเอียดดังนี้ คุณสมบัตส่วนบุคคลมีผลต่อตัวแปรตามด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ และด้านวิธีการจัดการและกิจกรรม

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์มีความรู้และความเข้าใจในการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์
2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติส่วนบุคคลของการเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

โฮมสเตย์ (Home Stay) หมายถึง บ้านพักที่อยู่ในชุมชนที่มีประชาชนเป็นเจ้าของบ้านสมาชิกในครัวเรือนอาศัยอยู่ประจำ และบ้านนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรมที่ร่วมกันจัดตั้งเป็นโฮมสเตย์ในชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้านได้ ซึ่งสมาชิกในบ้านมีความยินดีที่จะรับนักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบ (Compare) หมายถึง การเปรียบเทียบ ความแตกต่าง รูปแบบลักษณะการดำเนินงานและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

การจัดการ (Management) หมายถึง การกำหนดภารกิจ ด้านระบบงาน ระบบเงินและระบบบุคลากรให้สามารถปฏิบัติให้ลุล่วง เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามเป้าหมาย

กิจกรรมท่องเที่ยว (Tourism Activities) หมายถึง กิจกรรมที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการในการเดินทางมาเยี่ยมชม หรือเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ซึ่งทำให้เพิ่มระยะเวลาวันพักของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง บุคคลที่เป็นชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวและเลือกพักโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การตัดสินใจที่นำไปสู่แนวปฏิบัติของกลุ่มเป้าหมายในประเด็นต่างๆ รวมทั้งลักษณะการแสดงออกและคาดว่าจะแสดงออกหลังจากการตัดสินใจนั้นๆ

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย หมายถึง โฮมสเตย์ที่จัดบริการอยู่ในระดับมาตรฐาน 8 ด้าน ประกอบด้วย ที่พัก อาหารและโภชนาการ ความปลอดภัย การจัดการ กิจกรรมท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม มูลค่าเพิ่ม และการส่งเสริมการตลาด ตามประกาศสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เรื่อง มาตรฐานบริการท่องเที่ยว มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ. 2548

สมมติฐานของการวิจัย

1. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิฐานะ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

2. ความแตกต่างด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานทั้งสองข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 2 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-Square)

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เซฟเฟ (Scheffe)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับสำหรับงานวิจัยนี้อธิบายได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการจัดการ และกิจกรรมของโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
2. ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปแก้ไขและปรับปรุงธุรกิจโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับความต้องการด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการและกิจกรรมของการให้บริการของธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
3. ผลการวิจัยคาดว่าจะเป็นตัวอย่างและแนวทางในการพัฒนาแง่มุมอื่นๆ จากการศึกษาด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการและกิจกรรมของการให้บริการของธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอธิบายตามรายการได้ดังนี้

1. ประวัติ ความเป็นมา มาตรฐานที่พักสำหรับโฮมสเตย์ และแนวคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน
3. แนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กรณีในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์
4. แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ได้แก่ การจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดการกิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติ ความเป็นมา มาตรฐานที่พักสำหรับโฮมสเตย์ และแนวคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์

ประวัติและความเป็นมา การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยเลือกจากโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยประจำปี พ.ศ.2549 และปี พ.ศ.2551 ซึ่งรับรองโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้แก่

1. บานน้ำผึ้งโฮมสเตย์ ตั้งอยู่ที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
 - 1.1 ประเภทของโฮมสเตย์: โฮมสเตย์สัมผัสวัฒนธรรม วิถีชีวิต
 - 1.2 มาตรฐานที่ได้รับ: ปี พ.ศ.2549 และปี พ.ศ.2551
 - 1.3 จุดเด่น: ล่องเรือชมธรรมชาติอันร่มรื่นริมแม่น้ำเจ้าพระยา ชมบ้านทรงไทยซึ่งมีอายุกว่า 100 ปี พร้อมเยี่ยมชมบรรยากาศของตลาด และสวนผลไม้
 - 1.4 ข้อมูลทั่วไปของหมู่บ้าน และประวัติความเป็นมาของโฮมสเตย์:

ประวัติความเป็นมา ตำบลบางน้ำผึ้งเป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา จึงทำให้ดินบริเวณนี้มีความอุดมสมบูรณ์เต็มไปด้วยสารอาหารของพืชนานาชนิด อาชีพดั้งเดิมของตำบลบางน้ำผึ้ง คืออาชีพทำสวนผลไม้ ซึ่งมีมะม่วงน้ำดอกไม้ และกล้วยหอม เป็นผลไม้ที่สร้างชื่อเสียงเป็นอย่างมาก ความที่พื้นที่แถบนี้มีสวนผลไม้มากมาย น้ำหวานจากดอกไม้บานานาชนิด ได้ดึงดูดให้ผึ้งมาอาศัยทำรังอยู่โดยทั่วไป ในพื้นที่นี้ชาวบ้านได้นำน้ำผึ้งมาต่กบาตร จึงได้ขนานนามแผ่นดินแห่งนี้ว่า บางน้ำผึ้ง

สภาพทั่วไปของตำบล: พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีเนื้อที่ประมาณ 1,938 ไร่ มีทัศนียภาพที่สวยงาม ร่มรื่น

อาณาเขตตำบล:

ทิศเหนือ ติดกับ ต.บางกอบัว อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ

ทิศใต้ ติดกับ ต.บางกระสอบ อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ

ทิศตะวันออก ติดกับ แม่น้ำเจ้าพระยา (เขตบางนา)

ทิศตะวันตก ติดกับ ต.บางยอ, ต.บางกอบัว อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ

จำนวนประชากรของตำบล: จำนวนประชากร 4,848 คน และจำนวนหลังคาเรือน 1,286

หลังคาเรือน

ข้อมูลอาชีพของตำบล: อาชีพหลัก ทำสวนและรับจ้าง อาชีพรองและอาชีพเสริม เลี้ยงปลา ปลูกไม้ประดับ รับราชการ บริษัทเอกชน

ข้อมูลสถานที่สำคัญของตำบล: วัดบางน้ำผึ้งใน วัดบางน้ำผึ้งนอก สถานีอนามัยตำบลบางน้ำผึ้ง ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง สวนเกษตรทฤษฎีใหม่

ตำบลบางน้ำผึ้ง เป็นหนึ่งใน 6 ตำบลของอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งเป็น 11 หมู่บ้าน ปัจจุบันพื้นที่ใน 6 ตำบล ได้รับการอนุรักษ์ให้เป็นพื้นที่สีเขียวตามมติคณะรัฐมนตรี และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลสร้างเขื่อนรอบตำบลป้องกันน้ำเค็มทะเลลักเข้ามาในพื้นที่ ดังนั้น พื้นที่ของตำบลบางน้ำผึ้ง จึงยังคงมีความอุดมสมบูรณ์ ด้วยสภาพแวดล้อมและลักษณะภูมิประเทศที่อยู่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ในตำบลประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ และไม้ดอกไม้ประดับ พื้นฐานทางด้านจิตใจเป็นคนโอบอ้อมอารี รักรวมชาติและมีจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมดูแล รักษาสภาพแวดล้อมของชุมชน สภาพแวดล้อมของชุมชน สภาพบ้านเรือนเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม ส่วนใหญ่จะปลูกสร้างอยู่บริเวณริมถนน ทางเดินเข้าหมู่บ้าน และบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา การคมนาคมสะดวกมีถนนลาดยาว ถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก และทางเดินคอนกรีตเสริมเหล็กเชื่อมต่อระหว่างชุมชน

จุดเริ่มต้นและความเป็นมาของโฮมสเตย์บางน้ำผึ้ง เนื่องจากสภาพภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบลุ่มติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา สภาพดินยังอุดมสมบูรณ์มีอินทรีวิตุเหมาะแก่การทำเกษตร ชาวบ้านส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพทำสวนไม้ผลนานาชนิด ไม้ดอกไม้ประดับ และพืชผักสวนครัว เป็นจำนวนมาก องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง จึงเกิดแนวคิดในการเปิดตลาดน้ำให้เป็นสถานที่จำหน่ายผลผลิตในพื้นที่ โดยเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิตในพื้นที่ และเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่เกิดจากภูมิปัญญาที่นำทรัพยากรของชุมชนมาพัฒนาเพิ่มมูลค่า ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเปิดดำเนินการในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ นอกจากนี้ภายในบริเวณตลาดน้ำบางน้ำผึ้งยังมีคลองบางน้ำผึ้งไหลผ่าน มีสวนธรรมชาติซึ่งเป็นสวนดั้งเดิมของท้องถิ่นสำหรับทำกิจกรรมร่วมกันของสมาชิกในครอบครัว ซึ่งถือเป็นเสน่ห์ที่หาได้ยากในยุคปัจจุบัน ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และดำรงจัดอันดับรางวัลสุดยอดเอเชียของนิตยสารไทม์ เมื่อเดือนเมษายน 2549 พื้นที่สีเขียว 6 ตำบลของอำเภอพระประแดงจัดเป็นพื้นที่สีเขียวที่ดีที่สุดของเอเชีย

ขณะที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและจับจ่ายซื้อของ ได้มีเสียงเรียกร้องจากนักท่องเที่ยวที่รักธรรมชาติ ชื่นชอบบรรยากาศแบบบ้านสวน ประสงค์อยากพักผ่อนในพื้นที่ ทางองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง (นายสำเนา รัศมีทัต นายกองค์การบริหารส่วนตำบล) จึงจัดประชุมประชาคม โดยมีกำนันตำบลบางน้ำผึ้ง (นายมนัส รัศมีทัต) ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 3 ตำบลบางน้ำผึ้ง (นางอารณีย์ พานทอง) ผู้นำชุมชนกลุ่มองค์กรชุมชน ชาวบ้านในหมู่บ้าน และส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุม เพื่อระดมความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะ ผลจากการประชุมที่ประชุมมีมติเห็นชอบและช่วยกันจัดตั้ง “โฮมสเตย์บางน้ำผึ้ง” ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 3 บ้านบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยในระยะแรกมีบ้านเข้าร่วมโครงการประมาณ 7 หลังคาเรือน (ปัจจุบันเพิ่มขึ้นเป็น 9 หลังคาเรือน) ส่วนใหญ่เป็นบ้านที่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา และบางส่วนติดกับคลองบางน้ำผึ้ง โฮมสเตย์แห่งนี้ได้มีนักศึกษาเข้ามาลงพื้นที่ศึกษาวิจัย ทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งร่วมกับผู้ใหญ่บ้านต้องเริ่มจัดหาที่พักสำหรับนักศึกษา ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา ก็มีนักศึกษาเข้ามาศึกษาดูงานเป็นประจำอย่างต่อเนื่องทำให้บางน้ำผึ้งเกิดโฮมสเตย์ขึ้นมาโดยผู้นำคือ คุณมะลิ พูลสวัสดิ์ นอกจากนี้ในชุมชนยังมีตลาดบางน้ำผึ้ง การจัดกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดูนก พายเรือ ขี่จักรยานรอบชุมชน

สภาพทั่วไป บ้านบางน้ำผึ้ง หมู่ที่ 3 ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง มีครัวเรือน 69 ครัวเรือน ประชากร 303 คน แยกเป็นชาย 139 คน และหญิง 164 คน นับถือศาสนาพุทธ มีพื้นที่ทั้งสิ้น 70 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา มีลำคลองไหลผ่าน 1 สาย ได้แก่คลองบางน้ำผึ้ง

ด้านการคมนาคมและการสื่อสาร ถนนสายหลักที่ใช้ในการคมนาคมในชุมชนเป็นเส้นทางเดินคอนกรีตเสริมเหล็ก ยาวประมาณ 600 เมตร สะพานคอนกรีต 1 แห่ง และมีบริการโทรศัพท์สาธารณะ 1 แห่ง

ด้านการบริการสาธารณสุขในชุมชน มีศูนย์บริการสาธารณสุขมูลฐาน 1 แห่ง ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน 1 แห่ง ศาลาประชาคม 1 แห่ง หอกระจายข่าว 1 แห่ง ร้านค้าขายของชำ 2 ร้าน

ด้านสุขอนามัย ประชาชนในชุมชนได้รับการดูแลด้านสุขภาพอนามัยจากสถานีนอนามัยตำบลบางน้ำผึ้ง ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากชุมชน

ด้านการศึกษา ประชาชนในชุมชนได้รับการศึกษาตามเกณฑ์ที่กำหนดทุกคน

วิธีการดำเนินกิจกรรม โสมสเดย์บางน้ำผึ้งมีแนวทางการดำเนินกิจกรรมและบริหารจัดการที่ปัก เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมและสัมผัสกับวัฒนธรรม ประเพณี ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และการดำเนินวิถีชีวิตแบบชนบท ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และแนวทางปฏิบัติของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้มาตรฐานโสมสเดย์ไทย มีการจัดตั้งกลุ่มโสมสเดย์บางน้ำผึ้ง การจัดการยึดหลักการมีส่วนร่วม และเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน การจัดผลประโยชน์ยึดหลัก 4 ป. ได้แก่ โปร่งใส ประหยัด เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการจัดเป็นสวัสดิการให้กับสมาชิกและชุมชนอย่างทั่วถึง และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมชุมชน การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรให้คุ้มค่า สมประโยชน์ และสร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มและฟื้นฟูพื้นที่สีเขียวไว้อย่างยั่งยืน

เทคนิควิธีการในการดำเนินกิจกรรม เนื่องจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของประเทศไทยที่มีแต่ความสงบเรียบง่าย อยู่กันเป็นครอบครัวใหญ่ โอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ พึ่งพิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ ทำให้ผู้คนจำนวนไม่น้อยที่มีความสนใจและต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมในสังคมไทยยุคก่อน จึงแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติและที่ปักที่ห่างไกลจากตัวเมือง เพื่อเข้าสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบ ร่มรื่น ธรรมชาติที่สวยงาม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจได้อย่างเต็มที่ ได้สัมผัสวัฒนธรรมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตของครอบครัวในชนบท โสมสเดย์บางน้ำผึ้งจึงจัดที่ปัก การบริหารจัดการ การดูแลด้านความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ มุ่งเน้นที่จะสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ มีความรู้สึกผูกพันเหมือนเป็นคนในครอบครัว รู้สึกรักและหวงแหนธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีเทคนิคและวิธีบริหารจัดการ ดังนี้

บ้านที่อยู่ในโครงการ จะมีโครงสร้างที่แข็งแรง มั่นคง และมีเอกลักษณ์ของบ้านสมัยก่อน คือเป็นบ้านทรงไทย เป็นบ้านที่มีลักษณะใต้ถุนสูง มีอากาศถ่ายเทสะดวก แสงสว่างส่องถึง หลังคาไม่รั่วซึม และมีความปลอดภัย

การจัดห้องพัก ห้องนอน จัดให้พักมีทั้งแบบห้องแยก ห้องรวม และกางเต็นท์ โดยจะมีลักษณะเป็นส่วนตัว เรียบง่าย มีเครื่องนอนสะอาด(ที่นอน หมอน มุ้ง ผ้าห่ม) เครื่องนอนจะมีการซัก รีดทำความสะอาดทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวออกจากที่พัก และทำการปู/วางต้อนรับ/จัดใหม่ เมื่อมีนักท่องเที่ยวรายใหม่เข้ามาพัก มีไฟฟ้าและแสงสว่างพอเหมาะสม

ห้องอาบน้ำ ห้องสุขา ดูแลอย่างถูกสุขลักษณะ มีเครื่องใช้ครบครัน

การกำจัดแมลง ทางโฮมสเตย์บางน้ำผึ้งมีวิธีการจัดการโดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน และของที่มีอยู่ในท้องถิ่น คือธูปสมุนไพรไพลไฉยง สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ของหมู่ที่ 3 ตำบลบางน้ำผึ้ง (กลุ่มบ้านชุมชนสมุนไพร) และวิธีดั้งเดิม คือ การกางมุ้ง รวมทั้งการกำจัดลูกน้ำ ยุงลายโดยปฏิบัติการตามหลักการของสาธารณสุข

สภาพแวดล้อมบริเวณบ้าน มีการดูแลอย่างสะอาดเรียบร้อย สวยงาม เป็นธรรมชาติ มีรั้วไม้ รอบบริเวณบ้าน มีสวนหย่อมเล็กๆบริเวณนอกบ้าน และมีชานนอกบ้านไว้นั่งพักผ่อน

ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยพื้นเพชาวบ้านบางน้ำผึ้งเป็นคนรักสงบ แต่เพื่อเป็นการป้องกันและสร้างความมั่นใจ ได้จัดทำป้ายเตือนการระวังทรัพย์สิน มีการจัดเวรยามดูแลรักษาความปลอดภัย มีเครื่องมือสื่อสาร เครื่องปฐมพยาบาลเบื้องต้นอย่างพร้อมเพียง และมีพาหนะสำรองไว้กรณีจำเป็นเร่งด่วน

1.5 กิจกรรมโฮมสเตย์: กิจกรรมระบายสี ผ้าบาติก บริการนวดเท้าและนวดตัว ล่องเรือชมตลาดน้ำ ช้างกระยานและพายเรือชมทัศนียภาพ การทำขนมไทย

กิจกรรมการท่องเที่ยว จะมีผู้นำทางเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆโดยเป็นคนพื้นที่ และผู้มีความรู้ ความชำนาญ ทราบถึงประวัติสถานที่สำคัญๆเป็นอย่างดี

แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น สวนผลไม้ แม่น้ำลำคลอง ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ที่มีบรรยากาศธรรมชาติร่มรื่น มีอาหารในท้องถิ่นที่หลากหลายราคาถูก อร่อย และสะอาด ร้านค้าของที่ระลึก รวมทั้งร้านสินค้า OTOP ต่างๆ เช่น สบู่สมุนไพร ดอกไม้เกลือปลา ผลิตภัณฑ์จากลูกตีนเป็ด เป็นต้น การพักผ่อนนวดแผนโบราณ การพายเรือแคนูในสวนศรีนครเขื่อนขันธ์ การชมโบราณสถานและวัฒนธรรม ที่โบสถ์เก่าแก่อายุกว่า 200 ปี ณ วัดบางน้ำผึ้งนอก

1.6 สินค้าเด่น: สินค้าที่ใช้วัสดุในท้องถิ่นและเป็นสินค้า OTOP เช่น ของที่ระลึก จากลูกตีนเป็ด ลูกประคบสมุนไพร ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จาก เกล็ดปลา สมุนไพรไผ่ตง กระจกกัดลาย เป็นต้น

2. เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ตั้งอยู่ที่อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

2.1 ประเภทของโฮมสเตย์: โฮมสเตย์สัมผัสวัฒนธรรม วิถีชีวิต

2.2 มาตรฐานที่ได้รับ: ปี พ.ศ.2549 และปี พ.ศ.2551

2.3 จุดเด่น: ชมวัฒนธรรมเก่าแก่ และเรือนไทยทรงโบราณ

2.4 ข้อมูลทั่วไปของหมู่บ้าน และประวัติความเป็นมาของโฮมสเตย์:

ข้อมูลทั่วไปของตำบลบางใหญ่: ตำบลบางใหญ่อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอบางปลาม้า ประมาณ 14 กิโลเมตร

ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำลำคลองหลายสายไหลผ่าน ทำให้เหมาะแก่ การทำการเกษตรกรรม

อาณาเขตติดต่อ:

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลวัดดาว ตำบลบ้านแหลม

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลบ้านกุ่ม ตำบลบางพลับ อำเภอสองพี่น้อง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ แม่น้ำท่าจีน ตำบลกฤษณา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลวัดโบสถ์ ตำบลวัดดาว

ประกอบด้วย 8 หมู่บ้าน คือ หมู่ที่ 1 บ้านบางใหญ่/หมู่ที่ 2 บ้านบางแม่หม้าย/หมู่ที่ 3 บ้านบางแม่หม้าย/หมู่ที่ 4 บ้านบางแม่หม้าย/หมู่ที่ 5 บ้านดอนกระเบื้อง/หมู่ที่ 6 บ้านหนองหมู่เี้ย/หมู่ ที่ 7 บ้านดอนแพบ/หมู่ที่ 8 บ้านบางใหญ่

ประชากรทั้งหมด 4,673 คน ประกอบด้วยชาย 2,331 คน และหญิง 2,342 คน จำนวน ครัวเรือน 1,130 ครัวเรือน

มีวัดในตำบล 6 วัด คือ วัดอาน วัดบางใหญ่ วัดบางแม่หม้าย วัดท่าเจริญ วัดอินทราวาส (รางทอง) วัดดอนกระเบื้อง

ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 4 ศูนย์ คือ บางแม่หม้าย บางใหญ่ บ้านรางทอง บ้านดอนกระเบื้อง โรงเรียนประถมศึกษาอยู่ในเขต สพฐสพ.เขต 1 จำนวน 4 โรงเรียน คือ โรงเรียนบางแม่ หม้าย โรงเรียนวัดบางใหญ่ โรงเรียนรางทอง โรงเรียนวัดดอนกระเบื้อง

โรงเรียนมัธยมประจำตำบล 1 โรงเรียน คือ โรงเรียนบางแม่หม้ายรัฐราษฎร์รังสฤษดิ์อยู่ที่หมู่ที่ 4 สถานีอนามัยประจำตำบล 1 สถานี อยู่ที่หมู่ที่ 2

สายตรวจประจำตำบล 1 แห่ง ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 2 ติดกับสถานีอนามัย
 ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ติดกับวัดอาน
 วิสัยทัศน์ บางใหญ่น่าเที่ยว น่าอยู่ การเกษตรก้าวหน้าแบบยั่งยืน และเป็นสังคมฐาน
 แห่งความรู้

คำขวัญ วัดอานศักดิ์สิทธิ์ ศูนย์ผลิตไม้กวาดร้อยปี นามสตรีขึ้นชื่อ ยึดถือวัฒนธรรม เลิศ
 ล้าการเกษตร

หมู่บ้านอยู่ในโครงการเพื่อนพึ่ง(ภา)ยามยาก ได้ส่งคณะวิทยากรมาสอนชาวบ้านให้ทำ
 น้ำยาล้างจาน สารไล่แมลง น้ำพอน้ำแม่ น้ำปุ๋ยหมัก ปกป้องสวนครัว การเลี้ยงปลาในบ่อ
 พลาสติกขนาดเล็กในพื้นที่อันจำกัด

โฮมสเตย์เรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย จำนวน 9 หลังคาเรือน ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 ตำบลบาง
 ใหญ่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้ริเริ่มดำเนินการก่อตั้ง คือ นายทรงพล ทับทิมทอง(ประธาน)/พ.ท.ชัยยุทธ รักพันธ์(รอง
 ประธาน)/นายธัญญา อารีรัตน์(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่)

คำขวัญ โฮมสเตย์ไทยคือหัวใจมิตรไมตรี เรายินดีที่มาเยือนถึงเรือนชาน
 อุดมการณ์ 4 ชาย คือ ชายชีวิต ชายของเก่า ชายสินค้าโอท็อป ชายน้ำใจมิตรไมตรี
 เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เป็นชุมชน บ้านทรงไทยเก่าที่อยู่กันมาหลายชั่วคน
 มีลักษณะเป็นเรือน เครื่องลับมีได้สูง ซึ่งเป็นความภูมิใจของคนในชุมชน ที่ยินดีนำเสนอแก่นักท่องเที่ยว จึงได้รวมกลุ่มจัดตั้งเป็น หมู่บ้านโฮมสเตย์ขึ้น เพื่อนำเสนอวิถีชีวิตชาวบ้านที่ผูกพันกับ
 แม่น้ำลำคลอง ที่มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอันงดงาม นักท่องเที่ยวที่เข้ามา
 จะได้พักผ่อนพร้อมกับสัมผัสชีวิตชนบทที่ชาวบ้านได้สะสมภูมิปัญญาสืบทอดต่อ ๆ กันมา โดยม
 ีการทำไม้กวาดโยมะพร้าว ซึ่งกลายเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สร้างชื่อเสียงและแสดง
 ถึงเอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของชุมชน

คนบางแม่หม้ายเรียกว่าคน 3 บาง คือ บางแม่หม้ายเป็นแดนเกิด บางใหญ่เป็นตำบล
 บ้าน บางปลาม้าเป็นอำเภอที่อยู่ บางแม่หม้ายเป็นชุมชนใหญ่ มีอายุมาหลายร้อยปีจาก
 พระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์ประจำหมู่บ้านคือ หลวงพ่อวัดอาน และวัดร้างอีกหลายวัด ท่านสุนทรภู่
 เคยเดินทางผ่านบ้านบางแม่หม้ายและได้เขียนโคลงไว้ในนิราศสุพรรณไว้

สำหรับหมู่บ้านบางแม่หม้ายมีคุณงามความดีและมีคุณภาพ ดังนี้

1. หมู่บ้านต้นแบบในโครงการหมู่บ้านคนดีศรีสุพรรณ ของ ฯพณฯ บรรหาร ศิลปะ
 อาชา นายกรัฐมนตรีคนที่ 21 ของประเทศไทย

2. หมู่บ้านสมาร์ตวิลเลจ ของจังหวัดสุพรรณบุรี
3. หมู่บ้าน OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากสินค้าไม้กวาดใยมะพร้าวระดับ 5 ดาว
4. หมู่บ้านโฮมสเตย์เรือนไทย
5. หมู่บ้านเทิดพระเกียรติในวโรกาสที่ในหลวงทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ของกระทรวงมหาดไทย

2.5 กิจกรรมไหว้หลวงพ่อดอนอันศักดิ์สิทธิ์ประจำหมู่บ้าน ฟังบรรยายสรุปประวัติตำนานบางแม่หม้าย เรียนรู้ชมแปลงสาธิตเศรษฐกิจพอเพียง นั่งรถอีแต่นชมทุ่ง ชมต้นตาล 100 แถว นั่งเรือมาดชมธรรมชาติชายคลอง นั่งทานการบ้านเที่ยงยามค่ำ ชมการแสดง (รำถวายพระพรต้อนรับและรำไม้กวาด)

2.6 สินค้าเด่น: ไม้กวาด ใยมะพร้าวร้อยปี เปลเด็กเล็ก

มาตรฐานที่พักสำหรับโฮมสเตย์

การท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Homestay) เป็นบริการการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเข้าพักกับเจ้าของบ้าน ที่ยินดีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัย น้ำใจไมตรี เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของชาวบ้าน นักท่องเที่ยวจะพักอาศัยอยู่กับ และทำกิจกรรมที่เป็นกิจวัตรประจำวันร่วมกับเจ้าของบ้าน เช่น การทำนา การทำสวน หาดัก หาปลา ไร่สวน ทำบุญ นอกจากนี้แล้วยังเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น เล่นน้ำตก ชีจรรย์าน นั่งเรือ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ฯลฯ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551, หน้า ก-ข)

ชุมชนที่สนใจจะจัดบ้านพักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Homestay) จะต้องมีกรรวมกลุ่มกันอย่างน้อย 3 หลังคาเรือน มีการบริหารจัดการ แบ่งสรรผลประโยชน์เพื่อส่วนรวมร่วมกัน โดยขอขึ้นประเมินมาตรฐานได้ที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ยื่นเรื่องผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัดที่ชุมชนสังกัดอยู่) สำหรับผู้ที่มีบ้าน หรือห้องพักให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าของคนเดียวไม่มีการรวมกลุ่มกันในชุมชนจะไม่จัดว่าเป็นที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ตามที่มีประกาศในราชกิจจานุเบกษา

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้พัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 จนถึงปัจจุบัน ปี พ.ศ.2551 มีโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินและได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ซึ่งรับรองโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแล้ว จำนวน 87 แห่ง ครอบคลุมทุกภาคของประเทศ

เกณฑ์มาตรฐานของโฮมสเตย์ไทย ในปี 2551 ประกอบด้วย มาตรฐาน 10 ด้าน 31 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. ด้านที่พัก
 - 1.1 ลักษณะบ้านพักที่เป็นสัดส่วน
 - 1.2 ที่พักและที่นอนสะอาดสบาย
 - 1.3 ห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด
 - 1.4 มุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน
2. ด้านอาหารและโภชนาการ
 - 2.1 ชนิดของอาหาร และวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร
 - 2.2 น้ำดื่มที่สะอาด
 - 2.3 ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด
 - 2.4 ห้องครัว และอุปกรณ์ที่ใช้ในครัว มีความสะอาด
3. ด้านความปลอดภัย
 - 3.1 การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
 - 3.2 การจัดระบบดูแลความปลอดภัย
4. ทัศนคติไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน
 - 4.1 การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย
 - 4.2 การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตของชุมชน
5. รายการนำเที่ยว
 - 5.1 รายการนำเที่ยวที่ชัดเจน สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน
 - 5.2 ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - 5.3 เจ้าของบ้านเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว
6. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
 - 6.1 ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง
 - 6.2 การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว
 - 6.3 แผนงานหรือมาตรการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว และลดสภาวะโลกร้อน
 - 6.4 กิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและลดสภาวะโลกร้อน

7. ด้านวัฒนธรรม
 - 7.1 การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น
 - 7.2 การรักษาวิถีชีวิตชุมชน คงไว้เป็นกิจวัตรปกติ
8. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์
 - 8.1 ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว
 - 8.2 ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
9. การบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์
 - 9.1 การรวมกลุ่มของชาวบ้าน
 - 9.2 คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์
 - 9.3 กฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการ
 - 9.4 การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม
 - 9.5 ระบบการจองการลงทะเบียนและการมัดจำล่วงหน้า
 - 9.6 รายละเอียดของค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน
10. ด้านประชาสัมพันธ์
 - 10.1 เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน
 - 10.2 แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
11. ความหมายของเครื่องหมายรับรอง

หลังคาทรงไทยลายกลอน: สีสน้ำตาล ใช้เป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงโฮมสเตย์ที่อยู่ในชนบทไทย และเป็นสัญลักษณ์ประจำชาติ

Home Stay: สีเขียว หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านในชายคาเดียวกัน เพื่อศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติ ระบบนิเวศของชุมชน

Standard Thailand: สีแดง หมายถึง คำที่ใช้ยืนยันว่าเป็นโฮมสเตย์ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานของประเทศไทย

เกณฑ์การตัดสิน

1. ผลคะแนนการตรวจของคณะกรรมการระดับจังหวัดเฉลี่ย 3.5 ขึ้นไป หรือร้อยละ 70 ขึ้นไป จึงจะผ่าน
2. นำเสนอผลการตรวจต่อคณะกรรมการมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยส่วนกลาง เพื่อให้การรับรองมาตรฐาน

ระยะเวลาการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2551 สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้กำหนดระยะเวลาการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จาก 2 ปี เป็น 3 ปี

การเตรียมตัวของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ควรต้องมีความรู้ความเข้าใจ ในความหมายและรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างแท้จริงว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของบ้านที่เข้าพัก โดยการพักกับเจ้าของบ้าน ศึกษาและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมทั้งควรศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้ง หมายเลขโทรศัพท์ การติดต่อกิจกรรมภายในชุมชน ค่าใช้จ่าย การเดินทาง ซึ่งสามารถดูได้จากหนังสือทำเนียบโฮมสเตย์ หรือบนเว็บไซต์ www.homestaythai.org หรือ www.tourism.go.th หรือบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวต่างๆ และควรมีการเตรียมตัวเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. สัมภาระของใช้ส่วนตัว เช่น ผ้าเช็ดตัว อุปกรณ์ในการอาบน้ำ หมวก รองเท้าแตะ ฯลฯ และควรเตรียมเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับชุมชน
2. ตรวจสอบกิจกรรมของชุมชนให้ตรงกับความสนใจ เช่นสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การนับถือศาสนาของชนในชุมชน ฯลฯ
3. ติดต่อประสานงานกับชุมชนก่อนการเดินทางไป เพื่อการเตรียมตัวของเจ้าของบ้าน สำหรับผู้ที่เดินทางไปเป็นหมู่คณะ จะต้องมีการวางเงินมัดจำไว้ล่วงหน้า

การปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์

1. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน ไม่ทิ้งขยะในชุมชน และในแหล่งท่องเที่ยว ไม่เก็บพันธุ์ไม้ พันธุ์พืช ไม่ทำร้ายหรือทำลาย สัตว์ป่า ปะการัง หรือดอกไม้ป่า ฯลฯ
2. เคารพวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อของชุมชน
 - 2.1 สวมเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับสถานที่ เช่น ไม่นุ่งกางเกงขาสั้น ไม่สวมเสื้อสายเดี่ยว เกะกะ
 - 2.2 เคารพกฎ กติกาที่ชุมชนกำหนด เช่น ไม่เล่นการพนัน ไม่ดื่มสุรา ไม่ส่งเสียงดังเกินเวลาที่กำหนด หรือออกนอกเขตชุมชนยามวิกาล และปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม
 - 2.3 ให้ความร่วมมือกับชุมชน โดยไม่ขัดต่อวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา และความเชื่อของคนในชุมชน
 - 2.4 เคารพให้เกียรติเจ้าของบ้าน ให้ความเป็นกันเองกับคนในชุมชน
3. สนับสนุนเศรษฐกิจของชุมชน อุดหนุนสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน ไม่ควรกดราคา เพื่อการมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์

มธุรส ปราบไฟรี (2544, หน้า 38) ได้นิยามว่า “โฮมสเตย์เป็นการจัดการที่พักของชาวบ้านในชุมชนให้แก่ผู้มาเยือน ด้วยความยินยอมและเต็มใจของเจ้าบ้าน ซึ่งบ้านพักนั้นมีห้องพักหรือพื้นที่ที่สามารถรองรับและสามารถให้บริการแก่ผู้มาเยือนได้ตามขีดความสามารถ การพักร่วมกับชาวบ้านในชุมชนจะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว”

เกรียง จิตใจาเจริญพร (2545, หน้า 5) กล่าวว่า “โฮมสเตย์ที่จัดขึ้นอยู่ในชุมชนหรืออาจจะตั้งอยู่เดี่ยว นอกชุมชนก็ได้ แต่มักจะตั้งอยู่แหล่งท่องเที่ยวหรือใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติก็ได้ โฮมสเตย์เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน และเป็นคนในชุมชนที่สำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) กล่าวว่า โฮมสเตย์ (Homestay) หรือในคำแปลที่เป็นภาษาไทยว่า ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หมายถึง “บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้าน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และภุสวัตต์ สุขเลี้ยง (2549, หน้า 31) นิยามว่า “เป็นที่พักแรมที่เจ้าของบ้านในหมู่บ้านจัดสร้างขึ้นหรือดัดแปลงเป็นห้องพักแรม โดยเก็บค่าเช่าตามปกติมักให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของพื้นบ้าน ทำให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเจ้าของบ้าน อัตราค่าเช่าอยู่ในระดับต่ำมาก อาจมีบริการด้านอาหารและการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย”

ราชกิจจานุเบกษา (2551, หน้า 17) ได้นิยามว่า “โฮมสเตย์ไทย หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน และศึกษาธรรมชาติ วิถีชีวิตไทยหรือวัฒนธรรมไทย โดยมีการจัดบริหารและสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร และได้ขึ้นทะเบียนต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว”

สาธิตา ไสรัสสะ (2551, หน้า 194) ได้นิยามว่า “การพักแบบโฮมสเตย์นั้น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมท้องถิ่น สังคม ประเพณี ศาสนา บนเงื่อนไขที่ว่าจะต้องเคารพกฎเกณฑ์และจารีตประเพณีของชุมชน”

จากคำนิยามดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า โฮมสเตย์เป็นการจัดการที่พักของชาวบ้านเกิดขึ้นจากความร่วมมือของคนในชุมชน โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล

คุณสมบัติส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยจะถาวรหรือไม่ก็ตามไปยังบริเวณอื่นๆ เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้ (วรรณ วรชวานิช, 2539, หน้า 5)

1. ความสุขารมณ์ เพื่อเหตุผลเกี่ยวกับความสะดวกสบายของตนเอง เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเรื่องอื่นๆ อันเป็นเรื่องเฉพาะตัว

2. การประชุมประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือปฏิบัติภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ว่าจะ เป็นในเชิงวิทยาศาสตร์ เศรษฐกิจ การบริหาร ฯลฯ

3. การทำธุรกิจของตนเอง หรือของหมู่คณะ เช่น สวรรค์ตลาด ติดต่อด่วนต่างๆ ฯลฯ (นิตย สัมมาพันธ์ และเอมอร ณรงค์, 2550, หน้า 12) ได้อ้างอิงแนวคิดของระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ ว่าประเภทของนักท่องเที่ยวประเภทของนักท่องเที่ยว (Types of tourists) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมและแบบแผนการท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นธุรกิจที่ขายฝัน กล่าวคือ นอกจากค่าใช้จ่ายเล็กๆ น้อยๆ เป็นค่าสินค้าของที่ระลึกแล้ว นอกจากนั้นจะเป็นค่าซื้อประสบการณ์ ดังนั้นจึงต้องพิจารณาประเภทของนักท่องเที่ยวทั้งจากแง่มุมของประชากรศาสตร์ (Demographics) ได้แก่ รายได้ อาชีพ เพศ ถิ่นที่อยู่และแง่มุมทางด้านจิตวิทยา (Psychographics) ได้จำแนกประชากรสหรัฐอเมริกา ออกเป็น 5 กลุ่ม ตั้งแต่กลุ่มที่เน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) ไปจนถึงกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย (Allocentric)

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจแต่ปัญหาเล็กๆ ในชีวิตของตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่พิลึก อาหาร สิ่งบันเทิง และบุคคลใหม่ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยากและเหตุการณ์ที่ผิดปกติ

2. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychocentrics) เป็นพวกที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินสายกลาง

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินสายกลาง (Mid-Centrics) เป็นพวกที่ไม่สุดไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่ได้ชอบผจญภัยแต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ๆ トラバเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายเกินไปหรือไม่ผิดปกติจนเกินไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้

4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอควร (Near Allocentrics) เป็นกลุ่มที่อยู่ระหว่างกลุ่มเดินสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย

5. นักท่องเที่ยวประเภทที่มีความสนใจหลากหลาย (Allocentrics) เป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจในกิจกรรมหลากหลาย เป็นพวกที่เปิดเผยและมีความมั่นใจในตนเอง ชอบผจญภัยอย่างมาก และเต็มใจออกไปเผชิญโลกเผชิญชีวิต การเดินทางกลายเป็นช่องทางให้พวกเขาได้แสดงออกมาอย่างเต็มที่ด้วยความอยากรู้อยากเห็น และได้สนองความอยากรู้อยากเห็นของพวกเขาด้วย เป็นกลุ่มที่ชอบทดลองของใหม่ๆ ทั้งที่พัก อาหาร การบันเทิง และผู้คนที่แตกต่างไปจากของตน ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) ไม่อาจยอมรับได้

ปัจจัยสำหรับพิจารณาในการตัดสินใจซื้อบริการการท่องเที่ยวในแต่ละธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยว มีปัจจัยที่คล้ายกันในการพิจารณา 5 ปัจจัย (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2551, หน้า 116-117)

ราคา สำหรับนักท่องเที่ยวส่วนมากราคาเป็นสิ่งสำคัญและเป็นสิ่งที่ถูกพิจารณาในหลายธุรกิจ ระยะทางและสถานที่ ในกรณีของแหล่งท่องเที่ยว การจองที่พักรวมถึงสนามบินที่ใช้ในการเดินทาง

ความปลอดภัย เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสายการบินแต่อาจไม่ใช่ปัจจัยหลักในการเลือกที่พัก

ฤดูกาล ทุกธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความเป็นฤดูกาลตามธรรมชาติของการท่องเที่ยว และความเป็นฤดูกาลที่เปลี่ยนแปลงตามแหล่งท่องเที่ยว เทศกาล ช่วงเวลา ยานธุรกิจ

แนวคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 137)

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลจะเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายในกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิตบุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคล

4. ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) การเลือกชื่อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา 6 อย่างคือ การจูงใจ ความเข้าใจ การรับรู้ ความเชื่อทัศนคติ และการเรียนรู้

(นิตย สัมมาพันธ์ และเอมอร ณรงค์, 2550, หน้า 20-22) ได้อ้างอิงแนวคิดของระพีพรรณทองห่อ และคณะ เกี่ยวกับสภาพสังคมปัจจุบันประชาชนที่มีการแข่งขันเพื่อหางานทำและต้องทำงานหนัก เพื่อความอยู่รอดของตนและครอบครัว จึงไม่มีเวลาว่างพ้อที่จะสนใจเกี่ยวกับการพักผ่อนหรือเดินทางไปท่องเที่ยวมากนัก แต่ยังมีประชากรบางกลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีมีเวลาว่างหรือพ้อที่จะปลีกตัวเองจากงานประจำเพื่อไปพักผ่อนได้ยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวคือ

1. ความเคร่งเครียดจากการทำงาน
2. รายได้ของประชากรดีขึ้น
3. การคมนาคมสะดวก
4. มีเวลาว่าง
5. จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น
6. เหตุผลส่วนบุคคล

มีนักจิตวิทยาหลายท่านที่ได้คิดค้นทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ท่านแรกที่ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายจนถึงทุกวันนี้ คือ Maslow ทฤษฎีดังกล่าวมีสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งเหล่านั้นอยู่แล้วหรือยัง ขณะที่ความต้องการใดมีการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์มีเป็นลำดับที่สำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้มีการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะมีอาการเรียกร้องให้ตอบสนองทันที

การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมักจะมีแรงผลักดัน (Motivator) อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งได้แบ่งแรงผลักดันดังกล่าวไว้ 4 ประการ ดังนี้ คือ

1. แรงผลักดันทางกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงผลักดันเพื่อต้องการความผ่อนคลายด้านกายภาพ เป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง เช่น กิจกรรมทางกีฬา การบำบัดทาง

การแพทย์ด้วย วิธีพิเศษ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของแต่ละบุคคล ในกรณีนี้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อการรักษาสุขภาพ การพักผ่อน รวมไปถึงการเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านกีฬา เช่น การเล่นสกี ตกปลา และล่าสัตว์ เป็นต้น เพื่อให้พ้นจากภาวะของการดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียด

2. แรงผลักดันทางวัฒนธรรม (Cultural Motivations) เป็นแรงผลักดันซึ่งก่อให้เกิดความปรารถนาในการเดินทางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศอื่น ๆ และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้นเป็น ความอยากรู้อยากเห็นตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งแสดงออกในรูปของ ศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม และนิทานพื้นบ้าน เป็นต้น จึงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งสำคัญของประเทศอื่น ๆ เช่น โบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณีและการละเล่นต่างๆ เป็นต้น

3. แรงผลักดันระหว่างตัวบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นแรงผลักดันในลักษณะของความต้องการที่จะไปเยี่ยมญาติ เพื่อนฝูง หรือพบปะผู้คนที่มีความคิดใหม่ๆ หรือแสวงหาเพื่อนต้องการหลบออกจากงานที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ หลีกหนีจากสภาพจำเจในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

4. แรงผลักดันทางเกียรติยศและสถานภาพ (Status and Prestige Motivators) เป็นแรงผลักดันในลักษณะที่แสดงถึงสถานภาพและเกียรติยศของบุคคล ซึ่งอยู่ในลักษณะของการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจในด้านหน้าที่การงานของตน หรือเพื่อการศึกษาดูงาน ตลอดจนเพื่อความสำเร็จขั้นสูงในอาชีพของตนอีกด้วย

จากแรงผลักดันในการเดินทางทั้ง 4 ประการนี้ สามารถนำมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลทั่วไปแบ่งได้เป็น 8 ประการ คือ

1. เพื่อการพักผ่อนให้เกิดความสดชื่นทั้งร่างกายและจิตใจ (For relaxation and refreshment of body and mind) สำหรับชีวิตสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยความรีบเร่ง เคร่งเครียด และความเหน็ดเหนื่อย

2. เพื่อการรักษาสุขภาพ (For health purposes) เช่น การพักผ่อนต่างๆ การบำบัดด้วยวิทยาศาสตร์ทางการแพทย์ การอาบน้ำแร่ และการอาบแดดเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

3. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมทางกีฬา (For active participation in a wide variety of sport) เช่น การเดินแข่งขัน การปีนเขา เล่นสกี เล่นเรือใบ ตกปลา และล่าสัตว์ เป็นต้น

4. เพื่อความพอใจและความสนุกสนานตื่นเต้นส่วนตัวเป็นครั้งคราว (For sheer pleasure, fun and excitement) ในลักษณะที่เป็นช่วงวันหยุดพักผ่อน

5. เพื่อความสนใจในสิ่งสำคัญของประเทศอื่น (For interest in “foreign parts, especially in places) โดยเฉพาะสถานที่ที่มีโบราณสถาน วัฒนธรรมที่เก่าแก่ หรือสถานที่ที่มีการเฉลิมฉลองในด้านศิลปะ การดนตรีและการละคร เป็นต้น

6. เพื่อเหตุผลระหว่างตัวบุคคล (For interpersonal reasons) เช่น การไปเยี่ยมญาติ การแสวงหาเพื่อนใหม่ๆ การหลบหนีจากการพบปะสนทนาที่ซ้ำซากจำเจต่างๆ

7. เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ (For Spiritual purposes) เช่น การประกอบพิธีทางศาสนาในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์

8. เพื่อเหตุผลทางธุรกิจและอาชีพ (For professional or business reasons) เช่น การเข้าร่วมประชุมระหว่างประเทศในสาขาอาชีพเดียวกัน การสัมมนาของสมาชิกที่สังกัดในองค์กรเดียวกัน เป็นต้น

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และคณะ, 2549, หน้า 230) กล่าวถึงแนวคิดของ Loen G. Shiffman and Leslie Larzar Kanuk ว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเอาไว้ว่า เป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อหรือใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีคำถามที่จะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6W และ 1H

1. ใครอยู่ในตลาดกลุ่มเป้าหมาย (Who is in the target market?)
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the customer buy?)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why participates in the buying?)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?)
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?)

การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Behaviorist Segmentation) เป็นการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งมีความแตกต่างจากลูกค้าสินค้าอื่นๆ ดังนี้ (ศรัญญา วรากุลวิทย์, 2551, หน้า 94)

1. โอกาสในการซื้อ (Purchase Occasion) วัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการเกิดโอกาสการซื้อ เช่น การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา ดูงาน การทำธุรกิจและการไปท่องเที่ยว เป็นต้น การศึกษาวัตถุประสงค์ของการเดินทางทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงโอกาสในการซื้อมากขึ้น

2. การแสวงหาผลประโยชน์ (Benefits Sought) นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความต้องการในการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวแตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจต้องการบริการส่วนตัวที่หรูหรา

รวดเร็ว และนักท่องเที่ยวเป็นครอบครัวให้ความสำคัญกับความดีและความพึงพอใจของเด็ก ซึ่งผู้ประกอบการต้องศึกษาเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

3. สถานะของผู้ใช้ (User Status) อัตราการใช้ (Usage Rate) และสภาพความซื่อสัตย์ (Loyalty Status) หมายถึงนักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาแล้ว มีการเดินทางซ้ำบ่อยแค่ไหน นักท่องเที่ยวเป็นลูกค้าประจำของสถานที่พักผ่อน ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกเป็นต้น การศึกษานักท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะทำให้สามารถวางแผนการตลาดได้ตรงตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์

วิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ได้แก่ การจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

ภราเดช พยัฆวิเชียร (2542, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของการจัดการตลาด คือ “การวางแผนการ ท่องเที่ยวว่ามีแผนหลักๆอยู่ 3 แผน คือ แผนพัฒนา แผนตลาด และแผนบริหาร” และในการจัดทำแผนการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงปัจจัยหลัก 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยใน ได้แก่ ความพร้อมของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ความพร้อมของบุคลากร องค์กรที่เกี่ยวข้อง นโยบายด้านการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ ส่วนปัจจัยภายนอกประกอบด้วย สถานการณ์ท่องเที่ยว โลกสถานการณ์ท่องเที่ยวประเทศเป้าหมาย ภาวะการแข่งขันและกระแสด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

เพลินทิพย์ โกเมศโสภิตา (2544, หน้า 1) ได้กล่าวว่า “การตลาดเป็นวิธีการเพื่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยพิจารณาจากความต้องการของตลาดเป้าหมาย และนำคุณค่าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้วยประสิทธิผลที่เหนือคู่แข่ง”

การจัดการ หมายถึง กระบวนการ หรือการดำเนินการที่เป็นกระบวนการที่ครอบคลุมกิจกรรมในขั้นวางแผน และปฏิบัติการตลาด หมายถึงการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การวางแผนการตลาด การดำเนินงานให้เป็นไปตามแผน และการควบคุมให้มีการดำเนินการตามแผนตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ คือ กำไร และความพึงพอใจของลูกค้า (เชาว์ โรจนแสง, 2544, หน้า 9)

กระบวนการจัดการตลาด (Marketing Management Process) ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนหลักๆที่สำคัญและประกอบด้วยขั้นตอนย่อยๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ (Analysis) ประกอบด้วยขั้นตอนย่อย คือ

1.1 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด วิเคราะห์ได้จากปัจจัยแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ ซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอกขององค์กร

1.2 การวิจัยและการเลือกตลาดเป้าหมาย เป็นการวิจัยเพื่อหาข้อมูลนำมาวิเคราะห์และแบ่งตลาดออกเป็นส่วนๆ แล้วเลือกส่วนตลาดที่กิจกรรมสามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี เป็นตลาดเป้าหมายที่จะวางแผนดำเนินการทางการตลาดให้สามารถเข้าถึงตลาดเป้าหมายหรือลูกค้าดังกล่าวได้

2. การวางแผน (Planning) ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญในการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย 2 ขั้นตอนย่อย คือ

2.1 การออกแบบกลยุทธ์ เป็นการกำหนดวิธีการสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรือผู้บริโภค โดยยึดหลักกรอบตามองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งถือเป็นแผนกลยุทธ์การตลาดซึ่งจะมีความเป็นนามธรรมมาก

2.2 การวางแผนปฏิบัติการการตลาด เป็นการกำหนดแผนการตลาดที่มีความชัดเจน เป็นรูปธรรมว่าจะทำอะไร อย่างไร ที่ใด เมื่อใด โดยใคร กรอบของการวางแผนปฏิบัติการการตลาดหรือยึดกรอบตามองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดด้วยเช่นกัน แต่มีความเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การตลาด

3. การปฏิบัติตามแผนและควบคุม (Implementation and Control) เป็นขั้นตอนหลักที่ประกอบด้วยขั้นตอนย่อย 3 ขั้นตอน คือ

3.1 การจัดองค์การการตลาด เป็นขั้นตอนการจัดโครงสร้างขององค์การการตลาดที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ ขนาด และลักษณะการดำเนินกิจการ ซึ่งแต่ละองค์การจะมีโครงสร้างแตกต่างกัน

3.2 การปฏิบัติการทางการตลาด เป็นขั้นตอนของการดำเนินงานตามแผน

3.3 การควบคุมทางการตลาด เป็นการตรวจสอบและควบคุมให้การดำเนินงานทางการตลาดเป็นไปตามแผนปฏิบัติการทางการตลาดที่ได้กำหนดไว้

แนวความคิดการตลาดที่เป็นหลักพื้นฐานจะเน้นที่กลยุทธ์การจัดการการตลาด 3 ประการ คือ

1. การเน้นผู้บริโภคเป็นสำคัญ
2. การประสมประสานของกิจกรรมทางการตลาด
3. การมุ่งกำไรเป็นสำคัญ

การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนที่ประสบความสำเร็จในประเทศแถบเอเชียและแปซิฟิกมีรูปแบบดังนี้ (ซูวิทย์ ศิริเวชกุล, 2544, หน้า 5-9)

1. การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น สินค้าหัตถกรรม อาหารพื้นถิ่น
2. กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม เช่น การฟ้อนรำ การละเล่นพื้นบ้าน และการแสดงดนตรีเฉพาะชุมชน
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งชุมชนในหมู่บ้านเป็นผู้เสนอให้แก่นักท่องเที่ยว อาทิ การจัดกิจกรรมเดินป่าชมธรรมชาติในบริเวณใกล้เคียง พร้อมมัคคุเทศก์นำทาง
4. กิจกรรมการพักผ่อนในหมู่บ้าน ได้แก่ การพักผ่อนในกระท่อม การพักผ่อนในบ้านพักชุมชน และการจัดที่พักไว้บริการในชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวพักที่บ้านตนเอง เรียกว่า บ้านพักโฮมสเตย์ ให้บริการตามขีดความสามารถของชาวบ้าน การพักร่วมกับชาวบ้านในชุมชนจะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิตชุมชน เกิดทัศนคติที่ดีต่อชุมชน อันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน รวมถึงการที่ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจและพึงพอใจในชุมชนด้วย

การจัดการจะต้องประกอบด้วยคนตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันและผู้จัดการหรือผู้บริหารคือผู้ที่ประสาน ทรัพยากรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคน เงิน สิ่งของและวิธีการต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โดยมุ่งหวังว่าจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากในการจัดการธุรกิจ ผู้บริหารต้องมีการวางแผนล่วงหน้า ต้อง มีการวางระบบงานที่ดีจึงจะประสานหน้าที่และต้องมีผู้รับผิดชอบในหน้าที่ต่างๆได้ (ชนงกรณ์ กุลชลบุตร, 2546)

กระบวนการจัดการจึงประกอบด้วยหน้าที่ทางการจัดการ (Managerial function) ดังต่อไปนี้

1. การวางแผน (Planning) เป็นการพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน รวมทั้งพิจารณาข้อจำกัดต่างๆและทำการกำหนดล่วงหน้าถึงวิธีการปฏิบัติ ผู้ปฏิบัติ ทรัพยากรที่ต้องการ เวลาที่เสร็จแล้ว และผลที่ได้ตัวอย่างเช่นถ้าเจ้าของเงินจะทำธุรกิจผลิตคอมพิวเตอร์ออกจำหน่าย ก็จะต้องวางแผนว่าจะทำอย่างไรโดยการพิจารณาทั้งระบบ เริ่มจากจะลงทุนในธุรกิจอะไร จะลงทุน เมื่อใดด้วยวิธีใด การตลาด การผลิตจะมีแผนการอย่างไรเป็นต้น โดยในแผนจะสรุปทั้งวิธีการ ช่วงเวลาที่จะปฏิบัติงานประมาณที่จะต้องให้ผู้รับผิดชอบ

2. การจัดการองค์การ (Organizing) เป็นการกำหนดระบบการทำงานของหน้าที่ต่างๆ ในองค์การเพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดีในการจัดองค์การนั้น รวมทั้งตั้งแต่การกำหนดหมวดหมู่ของ งาน การกำหนดวิธีการสื่อสารระหว่างฝ่ายต่างๆ การวางแผนทางด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อ ปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีแผนการในขั้นต้นแรกแล้วยังไม่สามารถ ดำเนินงานได้ จนกว่าจะได้

กำหนดความรับผิดชอบและงานของฝ่ายต่างๆในองค์การไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายตลาด ฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบริหารและการเงิน และอำนาจหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง วิธีการสั่งการและการรายงานผล

3. การอำนวยการ (Directing) หมายถึงการมีผู้รับผิดชอบในด้านต่างๆขององค์การ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ โดยการนำ หรือ การจูงใจผู้ปฏิบัติงาน ในองค์การธุรกิจจะต้องมีผู้บริหาร ผู้จัดการ หัวหน้างานเพื่อคอยประสานงาน สั่งการ จูงใจพนักงานและดูแลทุกข์สุขของพนักงาน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ตามที่องค์การคาดหวัง

4. การควบคุม (Controlling) หมายถึงการติดตามผลการปฏิบัติงานเมื่อระยะเวลาผ่านไป เพื่อให้ทราบว่างานที่ได้ดำเนินไปตรงตามระยะเวลาที่กำหนดในแผนหรือไม่ เช่นการติดตามผล การปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนหรือไม่ พิจารณารายงานต่างๆและปรึกษากับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อ หาทางปรับปรุงสิ่งต่างๆให้เป็นไปตามแผนหรือดีกว่าแผนที่กำหนด ถ้าเป็นการควบคุมระดับบริษัท ก็จะได้แก่ งบการเงินต่างๆ ถ้าเป็นระดับฝ่ายและระดับแผนกก็จะได้แก่รายงานต่างๆที่มี การออกแบบเพื่อรายงานผลการปฏิบัติงาน

แนวโน้มหรือทิศทางที่ท่องเที่ยวของโลก จุดขายของการท่องเที่ยว 3 S หมายถึง (สมบัติ พรหมจารีย์, 2548, หน้า 63)

1. ความปลอดภัย (Security) เวลาเดินทางไปที่ท่องเที่ยวจะเริ่มนึกถึงความปลอดภัย ทั้งจากภัยธรรมชาติ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

2. ความสะอาด (Sanitation) ปราศจากมลพิษต่างๆ เช่น ใช้น้ำขวด วัคซีน ซึ่งจะมีผลกระทบต่อจิตใจของนักท่องเที่ยวในยุคนี้

3. ความพึงพอใจ (Satisfaction) ความประทับใจ ทั้งจากสถานที่ท่องเที่ยวและบริการที่ได้รับ

ปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญในการวางแผนด้านการตลาด (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548, หน้า 35)

1. นักท่องเที่ยวและแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว

1.1 ติดต่อโดยตรงกับชุมชน

1.2 ผ่านบริษัทนำเที่ยว

2. โปรแกรมการท่องเที่ยวและอัตราค่าบริการ

2.1 กำหนดช่วงเวลา ฤดูกาลท่องเที่ยว

2.2 กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่รับได้แต่ละครั้ง และจำนวนสูงสุดที่สามารถรับ

ได้ในแต่ละวัน

2.3 การแจ้งกฎ กติกา และราคาให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า

3. การประชาสัมพันธ์

3.1 ช่องทางที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อมวลชน สำนักงานการท่องเที่ยว
ชมรมมัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว ปากต่อปาก

3.2 สื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต
แผ่นพับ ไปสเตอร์

3.3 จุดเด่นหรือเอกลักษณ์พิเศษของชุมชน เพื่อเป็นจุดขายในการประชาสัมพันธ์
การจัดการและกิจกรรมโฮมสเตย์ หลักการของโฮมสเตย์ เป็นเรื่องที่สำคัญที่ทุกฝ่ายตั้งแต่
รัฐบาลไปจนถึงชุมชนจะต้องเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อมิให้การส่งเสริม และพัฒนาเกี่ยวกับ
โฮมสเตย์หลงทาง และก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลัง ประการแรก ต้องไม่ถือเป็นนโยบายว่า
จะต้องมีโฮมสเตย์เกิดขึ้นในทุก ๆ หมู่บ้าน แต่ต้องคำนึงถึงความพร้อม ความรู้ ความเข้าใจของ
ชุมชนเป็นสำคัญ และชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยเน้นจุดขายอยู่ที่วิถีชีวิตดั้งเดิม
ของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ และให้เข้าใจตั้งแต่เริ่มแรกว่า การท่องเที่ยวจะเป็นเพียง
รายได้เสริม มิใช่รายได้หลักของชุมชน โดยสรุปชุมชนต้องมีความเข้มแข็ง มีความรู้เท่าทันสิ่งที่
นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลง และเข้าใจวัตถุประสงค์ของสิ่งที่ตนกำลังดำเนินการ

เนื่องจากโฮมสเตย์ หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่บ้านพักในชุมชน
ดังนั้น การจัดการเกี่ยวกับที่พัก จึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ที่ชุมชนหรือเจ้าของบ้านต้องมีหลักและแนวทาง
ในการปฏิบัติซึ่งอาจเรียกว่าบัญญัติ 10 ประการ ดังนี้

1. เติยนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล
2. ห้องอาบน้ำและห้องสุขาที่สะอาด
3. อาหารพื้นบ้านง่ายๆแต่ปรุงมาอย่างถูกสุขลักษณะ
4. ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สงบและสวยงาม
5. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ขี่ม้า ปีนเขา ขี่จักรยาน
7. ร้านค้าทั่วไปและร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก
8. ความบันเทิง เช่น ดนตรีพื้นบ้าน การละเล่นพื้นบ้าน
9. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10. ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าบ้าน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(วิชชุตา ให้เจริญ, 2544) ได้ทำวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา จากการวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษากระบวนการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของชุมชนเกาะยาวน้อย และการจัดการท่องเที่ยวดังกล่าวส่งผลต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนอย่างไรบ้าง ผลจากการวิจัยพบว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของเกาะยาวน้อย มีลักษณะตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวแบบทั่วไปที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่คำนึงถึงความเสื่อมโทรมของธรรมชาติซึ่งมีสาเหตุหลักจากการหวังผลทางรายได้เป็นสำคัญ แต่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของเกาะยาวน้อยเป็นแนวทางที่สวนกระแส คือ การยึดเอาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตชุมชนเป็นหลัก และได้ถือว่าการท่องเที่ยวเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์สร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเป็นสำคัญ

(นพรัตน์ ปานอุทัย และคณะ, 2547) ได้ทำวิจัยเรื่องการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จากการวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ของหมู่บ้านปลายโพงพาง ผลจากการวิจัยพบว่าธุรกิจท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านปลายโพงพาง ยังไม่ถือว่าเป็นธุรกิจแบบยั่งยืน เนื่องจากมีลักษณะแห่งความไม่ยั่งยืนแอบแฝงหลายประการ เช่น การกระจายผลตอบแทนให้กับเจ้าของบ้านทรงไทยอย่างไม่เป็นธรรม การเบียดบังผลประโยชน์ทางทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของคนรุ่นต่อไปในอนาคต การนำมาซึ่งวัฒนธรรมของผู้มาเยือน/นักท่องเที่ยว เป็นต้น คณะผู้วิจัยเสนอให้พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(นิตย์ สัมมาพันธ์, เอมอร ณรงค์, 2550) ได้ทำวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม จากการวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อทราบถึงสภาพปัญหาในปัจจุบันของการท่องเที่ยวและเพื่อศึกษาถึงแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งจะนำไปสู่ข้อสรุปและกระบวนการในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา และการล่องเรือชมหิ่งห้อยอย่างไม่ทำลายขนมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และไม่ทำลายธรรมชาติ ผลจากการวิจัยพบว่าปัญหาต่างๆ เกิดจากการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ ไม่มีการทำงานเป็นทีม และผู้นำไม่เสียสละขาดความจริงใจในการแก้ปัญหา ไม่มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในทุกภาคส่วน ทั้งภาคราชการ ภาคธุรกิจ และภาคชุมชน ดังนั้น แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการจึงควรเป็นเชิงบูรณาการ ผู้นำและทีมงานในทุกภาคส่วน ควรเสียสละให้

ความร่วมมืออย่างเข้มแข็ง และควรเร่งสร้างความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ควรมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบมากขึ้นกว่านี้ ทั้งด้านความสะดวก ความเป็นระเบียบของร้านค้า สถานที่จอดรถ รวมทั้งห้องสุขาที่สะอาด เพียงพอที่จะรับนักท่องเที่ยว ด้านการล่องเรือชมหิ่งห้อย ทุกภาคส่วนจะต้องเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี เพื่อรบกวนหิ่งห้อยให้น้อยที่สุด และมีความเข้าใจร่วมกันอย่างลึกซึ้งในเรื่องโอกาสการสูญพันธุ์ของหิ่งห้อยจากการกระทำของมนุษย์

(อุไรวรรณ จอมชื่อตรง, เสาวลักษณ์ เลิศเจริญบัณฑิต, 2550) ได้ทำวิจัยเรื่องการจัดการทางด้านการตลาดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในเขตภาคกลาง จากการวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาการจัดการทางด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในเขตภาคกลาง และเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาโฮมสเตย์ในเขตภาคกลาง ผลจากการวิจัยพบว่าปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการสนใจทางด้านธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น มีผู้ประกอบการและชาวบ้านในท้องถิ่นสนใจที่จะประกอบธุรกิจด้านโฮมสเตย์มากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันด้านธุรกิจ ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันด้านการตลาดกับโฮมสเตย์ด้วยกันค่อนข้างสูง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตลาดของผู้ประกอบการคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่พิกซึ่งมาตรฐานโฮมสเตย์เป็นลักษณะบ้านชั้นเดียว รักษาความเป็นดั้งเดิม ปัจจัยด้านราคาที่มีการจัดแพ็คเกจทัวร์เพื่อความสะดวกและขยายตลาดโฮมสเตย์มากขึ้น ปัจจัยด้านการขยายช่องทางทางการจัดจำหน่ายโดยจะจัดการเองในลักษณะอุตสาหกรรมในครัวเรือน ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดจะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายที่พิกและติดต่อสื่อสารกับลูกค้าซึ่งทำให้เกิดความสบาย รวมทั้งรองรับลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติ

(ไพฑูรย์ นิยมมนา และคณะ, 2550) ได้ทำโครงการการพัฒนาเครือข่ายโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้ จากการศึกษาครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับโฮมสเตย์ในกลุ่มอีสานใต้ การพัฒนาเครือข่ายโฮมสเตย์ และการพัฒนายุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน ผลจากการศึกษาพบว่าโฮมสเตย์อยู่ในกลุ่มอีสานใต้ทั้งสิ้น 26 แห่ง และในจำนวนนี้มี 13 แห่งที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำหรับปัญหาของโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้นั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ตนเอง ต้องการความช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ จัดให้มีเอกสาร วัสดุดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเว็บไซต์ที่เป็นของกลุ่มโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้ ความรู้ด้านการต้อนรับ การบริหารนักท่องเที่ยวให้ประทับใจ การพัฒนาอาชีพ

(ธนศ ศรีสถิตย์ และคณะ, 2550) ได้ทำวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาบ้านโขงกุดหวาย จังหวัดมหาสารคาม ให้เป็นโฮมสเตย์ จากการวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาบทบาทของชุมชนในท้องถิ่นบ้านโขงกุดหวาย ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่บ้านโขงกุดหวาย ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาบ้านโขงกุดหวาย ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ ผลจากการวิจัยพบว่า หมู่บ้านโขงกุดหวาย มีความพร้อมในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ได้เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ อุทยานมัจฉาสวนสมุนไพรมหัศจรรย์พรรณบ้าน ทำให้สามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม ศักยภาพในท้องถิ่นมีความพร้อมในการให้ความร่วมมือต่อการพัฒนาบ้านโขงกุดหวายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ และหมู่บ้านโขงกุดหวายมีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อการเป็นโฮมสเตย์



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ และข้อมูลวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ และมีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ และผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการสุ่มตัวอย่างจากโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ประจำปี พ.ศ.2549 และปี พ.ศ.2551 ซึ่งรับรองโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้แก่

1. บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ ตั้งอยู่ที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ตั้งอยู่ที่อำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนประมาณ 120,000 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และผู้วิจัยจะกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละ 200 คน จากจำนวนโฮมสเตย์ที่มีการให้บริการทั้งหมด 2 แห่ง และจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในอำเภอพระประแดง จังหวัด

สมุทรปราการ และอำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี ในเดือนตุลาคม-เดือนพฤศจิกายน 2552 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (Non-probability sampling) เลือกรandomกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1. วันที่ 1-31 ตุลาคม พ.ศ.2552 ที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 200 คน
2. วันที่ 1-30 พฤศจิกายน พ.ศ.2552 ที่อำเภออำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้น โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ และข้อมูลวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาหมอ จังหวัดสุพรรณบุรี แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaires) มีขั้นตอนดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ จำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่อยู่ปัจจุบัน โดยมีระดับการวัดดังนี้

เพศ ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

อายุ ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลอันดับ (Ordinal Scale)

การศึกษา ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลอันดับ (Ordinal Scale)

อาชีพ ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ที่อยู่ปัจจุบัน ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายัง

หมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ โดยมีระดับการวัดดังนี้

วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ ระดับการวัดตัวแปรแบบ สเกลนามกำหนด (Nominal Scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลข้อมูลวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ประกอบด้วย การจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยมีระดับการวัดแบบสเกลอันตรภาค (Interval Scale) การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในกรณีที่มีการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) มักจะใช้ค่าเฉลี่ยที่เป็นตัวสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ส่วนใหญ่จะมีทศนิยม 2 ตำแหน่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงๆ สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์จะมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

3.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้วจะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยวที่ให้บริการโฮมสเตย์ และผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง

จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 20 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่า ครอนบาร์ค แอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.75 หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษาโดยจะทำการแจกในวันที่ 1-31 ตุลาคม พ.ศ.2552 ที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และวันที่ 1-30 พฤศจิกายน พ.ศ.2552 ที่อำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์ประธานโฮมสเตย์และเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ถึงแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และทุติยภูมิ (Secondary) มีดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโฮมสเตย์เป็นผู้ตอบคำถามและให้ข้อมูลในขอบเขตพื้นที่ที่กำหนดดังนี้ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ในการแจกแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปแจกที่โฮมสเตย์ ซึ่งระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล มีระยะเวลาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2552 – พฤศจิกายน 2552 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 2 เดือน ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากตำรา ทฤษฎี หนังสือ วารสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสืบค้นจากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. การรายงานด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสองข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคแอสควร์ (Chi-Square)

2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe)

การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ เพื่อศึกษาวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ และเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

รูปแบบการศึกษาเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ใช้ในการเก็บข้อมูล ผลการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ จังหวัดสมุทรปราการ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ อำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ การวิเคราะห์จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไควีสแควร์ (Chi-Square)

สมมติฐานที่ 2 ความแตกต่างด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อจะกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ จังหวัดสมุทรปราการ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ อำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตาราง 1 แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

เพศ	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	30.0	69	34.5
หญิง	140	70.0	131	65.5
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.0 และ 65.5 ตามลำดับ ขณะที่เพศชายมีเพียงร้อยละ 30.0 และ 34.5 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

อายุ	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	34	17.0	19	9.5
20 – 30 ปี	69	34.5	101	50.5
31 – 40 ปี	31	15.5	47	23.5
41 – 50 ปี	41	20.5	19	9.5
มากกว่า 50 ปี	25	12.5	14	7.0
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนมากมีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ค่อนข้างมีกลุ่มอายุที่หลากหลายมากกว่ากลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ขณะที่ถูกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กว่าร้อยละ 50.5 มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี

ตาราง 3 แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ระดับการศึกษา	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	86	43.0	44	22.0
ปริญญาตรี	113	56.5	99	49.5
ปริญญาโท และสูงกว่า	1	.5	57	28.5
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนมากมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.5 และ 49.5 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักในเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์จะมีระดับการศึกษาที่หลากหลายมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และมีนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทและสูงกว่ามากกว่าคือ ร้อยละ 28.5 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าเพียงร้อยละ 0.5 เนื่องจากส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ที่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีถึงปริญญาตรี

ตาราง 4 แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

อาชีพ	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	52	26.0	45	22.5
พนักงานบริษัทเอกชน	79	39.5	65	32.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	9.0	42	21.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	30	15.0	36	18.0
อื่นๆ ไม่ระบุ	21	10.5	12	6.0
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 4 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 39.5 และ 32.5 ตามลำดับ รองลงมาคือ เป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 26.0 และ 22.5 ตามลำดับ และประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 15.0 และ 18.0 อย่างไรก็ตาม จะสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาพักในโฮมสเตย์ทั้ง 2 แห่ง แตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์จะมีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากกว่าบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์อย่างเห็นได้ชัด

ตาราง 5 แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

รายได้ต่อเดือน	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย โฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	72	36.0	46	23.0
10,001 – 20,000 บาท	77	38.5	75	37.5
20,001 – 30,000 บาท	41	20.5	53	26.5
มากกว่า 30,000 บาท	10	5.0	26	13.0
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 5 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 38.5 และ 37.5 ตามลำดับ แต่จะสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนมากจะเข้าพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ ร้อยละ 36.0 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนและ 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนมากจะเข้าพักที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ร้อยละ 26.5 และ 13.0 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านที่อยู่ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ที่อยู่ปัจจุบัน	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	133	66.5	120	60.0
ภาคเหนือ	40	20.0	24	12.0
ภาคใต้	12	6.0	21	10.5
ภาคตะวันออก	14	7.0	15	7.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	.5	13	6.5
ภาคตะวันตก	0	0.0	7	3.5
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 6 พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ เกินครึ่งเป็นคนภาคกลาง ร้อยละ 66.5 และ 60.0 ตามลำดับ อาจเนื่องมาจากโฮมสเตย์ทั้ง 2 แห่งอยู่ในภาคกลาง

ตาราง 7 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน / เอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	74	37.0	82	41.0
2. ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	103	51.5	81	40.5
3. ต้องการที่พักสะอาด มีความปลอดภัยสูง	5	2.5	24	12.0
4. อื่นๆ	18	9.0	13	6.5
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 7 พบว่านักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 51.5 ที่มาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะมาเพราะต้องการต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาพัก

ที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน /
เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น ร้อยละ 41.0

**ตาราง 8 แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ของ
นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย
โฮมสเตย์**

เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย โฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. บ้านพัก	36	18.0	67	33.5
2. ราคา	12	6.0	23	11.5
3. การเดินทาง	4	2.0	25	12.5
4. กิจกรรมภายในชุมชน	38	19.0	41	20.5
5. แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	106	53.0	44	22.0
6. อื่นๆ	4	2.0	0	0.0
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 8 พบว่านักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 53.1 ที่มาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์จะ
พิจารณาถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบโฮมสเตย์ รองลงมาจะเป็นกิจกรรมภายในชุมชน ร้อย
ละ 19.0 ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาพักที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่จะพิจารณา
ที่บ้านพัก ร้อยละ 33.5 รองลงมาจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ ร้อยละ 22.0

ตาราง 9 แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (สมุทรปราการ)		เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (สุพรรณบุรี)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	139	69.5	123	61.5
2. การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	6	3.0	20	10.0
3. การชมสวนผลไม้	6	3.0	5	2.5
4. การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	39	19.5	40	20.0
5. อื่นๆ	10	5.0	12	6.0
รวม	200	100.0	200	100.0

จากตาราง 9 พบว่าในภาพรวมกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กว่าครึ่งเป็นกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ร้อยละ 69.5 และ 61.5 ตามลำดับ แต่จะสังเกตว่ากิจกรรมการฝึกทำอาหารไทยและขนมไทย จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ มากกว่าบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ ร้อยละ 10.0 และ 3.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ การวิเคราะห์จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์ (Chi-Square)

1. เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์

1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

ตาราง 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์	ชาย		หญิง		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	23	38.3	51	36.4	0.825
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	32	53.3	71	50.7	
	3.ต้องการที่พักสะอาด ปลอดภัยสูง	1	1.7	4	2.9	
	4.อื่นๆโปรดระบุ	4	6.7	14	10.0	
	รวม	60	100.0	140	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	21	30.4	61	46.6	0.062
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	34	49.3	47	35.9	
	3.ต้องการที่พักสะอาด ปลอดภัยสูง	7	10.1	17	13.0	
	4.อื่นๆโปรดระบุ	7	10.1	6	4.6	
	รวม	69	100.0	131	100.0	

จากตาราง 10 พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

1.2 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

ตาราง 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์	ชาย		หญิง		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	7	11.7	29	20.7	0.007*
	2.ราคา	2	3.3	10	7.1	
	3.การเดินทาง	0	.0	4	2.9	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	8	13.3	30	21.4	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	43	71.7	63	45.0	
	6.อื่นๆ	0	.0	4	2.9	
	รวม	60	100.0	140	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	18	26.1	49	37.4	0.020*
	2.ราคา	11	15.9	12	9.2	
	3.การเดินทาง	14	20.3	11	8.4	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	16	23.2	25	19.1	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	10	14.5	34	26.0	
	6.อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	
	รวม	69	100.0	131	100.0	

จากตาราง 11 พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.007) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.020) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

1.3 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

ตาราง 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

โฮมสเตย์	กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์	ชาย		หญิง		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	47	78.3	92	65.7	0.341
	2.การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	1	1.7	5	3.6	

ตาราง 12 (ต่อ)

โฮมสเตย์	กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทาง มาพักที่โฮมสเตย์	ชาย		หญิง		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	3.การชมสวนผลไม้	2	3.3	4	2.9	
	4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	7	11.7	32	22.9	
	5.อื่นๆ	3	5.0	7	5.0	
	รวม	60	100.0	140	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่ หม้ายโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	37	53.6	86	65.6	0.004*
	2.การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	3	4.3	17	13.0	
	3.การชมสวนผลไม้	3	4.3	2	1.5	
	4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	23	33.3	17	13.0	
	5.อื่นๆ	3	4.3	9	6.9	
รวม	69	100.0	131	100.0		

จากตาราง 12 พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.004) ขณะที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ไม่พบความสัมพันธ์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

2. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์

2.1 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

ตาราง 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์	ต่ำกว่า 20 ปี		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		มากกว่า 50 ปี		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	15	44.1	26	37.7	12	38.7	10	24.4	11	44.0	0.54
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	13	38.2	33	47.8	16	51.6	29	70.7	12	48.0	
	3.ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง	2	5.9	1	1.4	0	.0	2	4.9	0	.0	
	4.อื่นๆโปรดระบุ	4	11.8	9	13.0	3	9.7	0	.0	2	8.0	
	รวม	34	100.0	69	100.0	31	100.0	41	100.0	25	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	7	36.8	39	38.6	21	44.7	10	52.6	5	35.7	0.000*
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	5	26.3	56	55.4	14	29.8	2	10.5	4	28.6	
	3.ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง	7	36.8	1	1.0	7	14.9	4	21.1	5	35.7	
	4.อื่นๆโปรดระบุ	0	.0	5	5.0	5	10.6	3	15.8	0	.0	
	รวม	19	100.0	101	100.0	47	100.0	19	100.0	14	100.0	

จากตาราง 13 พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) ขณะที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ไม่พบความสัมพันธ์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

2.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

ตาราง 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์	ต่ำกว่า 20 ปี		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		มากกว่า 50 ปี		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	10	29.4	17	24.6	3	9.7	1	2.4	5	20.0	0.002*
	2.ราคา	3	8.8	7	10.1	2	6.5	0	.0	0	.0	
	3.การเดินทาง	0	.0	3	4.3	0	.0	1	2.4	0	.0	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	3	8.8	13	18.8	4	12.9	13	31.7	5	20.0	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	17	50.0	28	40.6	20	64.5	26	63.4	15	60.0	
	6.อื่นๆ	1	2.9	1	1.4	2	6.5	0	.0	0	.0	
	รวม	34	100.0%	69	100.0	31	100.0	41	100.0	25	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	1	5.3	25	24.8	18	38.3	12	63.2	11	78.6	0.000*
	2.ราคา	0	.0	16	15.8	6	12.8	1	5.3	0	.0	
	3.การเดินทาง	4	21.1	14	13.9	3	6.4	2	10.5	2	14.3	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	10	52.6	21	20.8	8	17.0	2	10.5	0	.0	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	4	21.1	25	24.8	12	25.5	2	10.5	1	7.1	
	6.อื่นๆ	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	
	รวม	19	100.0	101	100.0	47	100.0	19	100.0	14	100.0	

จากตาราง 14 พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.002) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

2.3 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

ตาราง 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

โฮมสเตย์	กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์	ต่ำกว่า 20 ปี		20 – 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		มากกว่า 50 ปี		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	18	52.9	38	55.1	23	74.2	38	92.7	22	88.0	0.000*
	2.การฝึกทำ อาหารไทย ขนมไทย	0	.0	3	4.3	2	6.5	1	2.4	0	.0	
	3.การชมสวนผลไม้	0	.0	6	8.7	0	.0	0	.0	0	.0	
	4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	14	41.2	17	24.6	6	19.4	1	2.4	1	4.0	
	5.อื่นๆ	2	5.9	5	7.2	0	.0	1	2.4	2	8.0	
	รวม	34	100.0	69	100.0	31	100.0	41	100.0	25	100.0	
เรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	12	63.2	57	56.4	30	63.8	12	63.2	12	85.7	0.002*
	2.การฝึกทำ อาหารไทย ขนมไทย	0	.0	13	12.9	7	14.9	0	.0	0	.0	
	3.การชมสวนผลไม้	0	.0	3	3.0	2	4.3	0	.0	0	.0	
	4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	7	36.8	25	24.8	4	8.5	4	21.1	0	.0	
	5.อื่นๆ	0	.0	3	3.0	4	8.5	3	15.8	2	14.3	
	รวม	19	100.0	101	100.0	47	100.0	19	100.0	14	100.0	

จากตาราง 15 พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.002) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

3. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์

3.1 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

ตาราง 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโทและสูงกว่า		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	35	40.7	38	33.6	1	100.0	0.696
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	41	47.7	62	54.9	0	.0	
	3.ต้องการที่พักสะอาด มีความปลอดภัยสูง	3	3.5	2	1.8	0	.0	
	4.อื่นๆโปรดระบุ	7	8.1	11	9.7	0	.0	
	รวม	86	100.0	113	100.0	1	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	18	40.9	44	44.4	20	35.1	0.185
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	19	43.2	38	38.4	24	42.1	
	3.ต้องการที่พักสะอาด มีความปลอดภัยสูง	6	13.6	13	13.1	5	8.8	
	4.อื่นๆโปรดระบุ	1	2.3	4	4.0	8	14.0	
	รวม	44	100.0	99	100.0	57	100.0	

จากตาราง 16 พบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งนี้บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

3.2 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

ตาราง 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท และสูงกว่า		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	13	15.1	23	20.4	0	.0	0.280

ตาราง 17 (ต่อ)

โฮมสเตย์	เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท และสูงกว่า		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	2.ราคา	4	4.7	7	6.2	1	100.0	
	3.การเดินทาง	0	.0	4	3.5	0	.0	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	17	19.8	21	18.6	0	.0	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	49	57.0	57	50.4	0	.0	
	6.อื่นๆ	3	3.5	1	.9	0	.0	
	รวม		86	100.0	113	100.0	1	100.0
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	18	40.9	27	27.3	22	38.6	0.002*
	2.ราคา	1	2.3	18	18.2	4	7.0	
	3.การเดินทาง	7	15.9	17	17.2	1	1.8	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	11	25.0	20	20.2	10	17.5	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	7	15.9	17	17.2	20	35.1	
	6.อื่นๆ	0	.0	0	.0	0	.0	
รวม		44	100.0	99	100.0	57	100.0	

จากตาราง 17 พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.002) ขณะที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ไม่พบความสัมพันธ์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

3.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

ตาราง 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

โฮมสเตย์	ด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท และสูงกว่า		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	66	76.7	72	63.7	1	100.0	0.199

ตาราง 18 (ต่อ)

โฮมสเตย์	ด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท และสูงกว่า		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	2.การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	1	1.2	5	4.4	0	.0	
	3.การชมสวนผลไม้	0	.0	6	5.3	0	.0	
	4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	15	17.4	24	21.2	0	.0	
	5.อื่นๆ	4	4.7	6	5.3	0	.0	
	รวม	86	100.0	113	100.0	1	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	30	68.2	49	49.5	44	77.2	0.000*
	2.การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	1	2.3	17	17.2	2	3.5	
	3.การชมสวนผลไม้	0	.0	3	3.0	2	3.5	
	4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	12	27.3	26	26.3	2	3.5	
	5.อื่นๆ	1	2.3	4	4.0	7	12.3	
รวม	44	100.0	99	100.0	57	100.0		

จากตาราง 18 พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig.=0.000) ขณะที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ไม่พบความสัมพันธ์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์

4.1 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

ตาราง 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์	นักเรียน/นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	23	44.2	21	26.6	10	55.6	9	30.0	11	52.4	0.000*
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	18	34.6	55	69.6	7	38.9	18	60.0	5	23.8	
	3.ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง	2	3.8	1	1.3	0	.0	2	6.7	0	.0	
	4.อื่นๆโปรดระบุ	9	17.3	2	2.5	1	5.6	1	3.3	5	23.8	
	รวม	52	100.0	79	100.0	18	100.0	30	100.0	21	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	16	35.6	28	43.1	14	33.3	18	50.0	6	50.0	0.000*
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	21	46.7	31	47.7	18	42.9	9	25.0	2	16.7	
	3.ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง	8	17.8	0	.0	4	9.5	9	25.0	3	25.0	
	4.อื่นๆโปรดระบุ	0	.0	6	9.2	6	14.3	0	.0	1	8.3	
	รวม	45	100.0	65	100.0	42	100.0	36	100.0	12	100.0	

จากตาราง 19 พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4.2 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

ตาราง 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์	นักเรียน/นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	17	32.7	10	12.7	3	16.7	2	6.7	4	19.0	0.000*
	2.ราคา	6	11.5	4	5.1	0	.0	0	.0	2	9.5	
	3.การเดินทาง	2	3.8	1	1.3	0	.0	0	.0	1	4.8	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	8	15.4	22	27.8	0	.0	4	13.3	4	19.0	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	18	34.6	41	51.9	15	83.3	24	80.0	8	38.1	
	6.อื่นๆ	1	1.9	1	1.3	0	.0	0	.0	2	9.5	
	รวม		52	100.0	79	100.0	18	100.0	30	100.0	21	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	6	13.3	15	23.1	21	50.0	17	47.2	8	66.7	0.000*
	2.ราคา	1	2.2	14	21.5	5	11.9	2	5.6	1	8.3	
	3.การเดินทาง	10	22.2	13	20.0	1	2.4	1	2.8	0	.0	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	18	40.0	7	10.8	5	11.9	11	30.6	0	.0	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	10	22.2	16	24.6	10	23.8	5	13.9	3	25.0	
	6.อื่นๆ	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	
	รวม		45	100.0	65	100.0	42	100.0	36	100.0	12	

จากตาราง 20 พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4.3 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

ตาราง 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

โฮมสเตย์	กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์	นักเรียน/นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	26	50.0	59	74.7	13	72.2	29	96.7	12	57.1	0.000*
	2.การฝึกทำอาหารไทย ชมไทย	1	1.9	1	1.3	3	16.7	0	.0	1	4.8	
	3.การชมสวนผลไม้	1	1.9	5	6.3	0	.0	0	.0	0	.0	
	4.การล่องเรือขึ้นจักรยาน	19	36.5	12	15.2	0	.0	1	3.3	7	33.3	
	5.อื่นๆ	5	9.6	2	2.5	2	11.1	0	.0	1	4.8	
	รวม	52	100.0	79	100.0	18	100.0	30	100.0	21	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	25	55.6	36	55.4	28	66.7	26	72.2	8	66.7	0.010*
	2.การฝึกทำอาหารไทย ชมไทย	3	6.7	9	13.8	5	11.9	3	8.3	0	.0	
	3.การชมสวนผลไม้	0	.0	3	4.6	2	4.8	0	.0	0	.0	
	4.การล่องเรือขึ้นจักรยาน	17	37.8	11	16.9	5	11.9	6	16.7	1	8.3	
	5.อื่นๆ	0	.0	6	9.2	2	4.8	1	2.8	3	25.0	
	รวม	45	100.0	65	100.0	42	100.0	36	100.0	12	100.0	

จากตาราง 21 พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.010) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

5. รายได้ต่อเดือนความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์

5.1 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

ตาราง 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์	วัตถุประสงค์ของการเดินทาง								Sig.
		น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท		10,001 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	31	43.1	24	31.2	17	41.5	2	20.0	0.001*
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	25	34.7	47	61.0	24	58.5	7	70.0	
	3.ต้องการที่พักสะอาด มีความปลอดภัยสูง	2	2.8	3	3.9	0	.0	0	.0	
	4.อื่นๆประกอบ	14	19.4	3	3.9	0	.0	1	10.0	
	รวม	72	100.0	77	100.0	41	100.0	10	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	18	39.1	25	33.3	29	54.7	10	38.5	0.026*
	2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	20	43.5	33	44.0	18	34.0	10	38.5	
	3.ต้องการที่พักสะอาด มีความปลอดภัยสูง	8	17.4	7	9.3	5	9.4	4	15.4	
	4.อื่นๆประกอบ	0	.0	10	13.3	1	1.9	2	7.7	
	รวม	46	100.0	75	100.0	53	100.0	26	100.0	

จากตาราง 22 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.001) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.026) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

5.2 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

ตาราง 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท		0,001 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	17	23.6	13	16.9	4	9.8	2	20.0	0.005*
	2.ราคา	7	9.7	4	5.2	0	.0	1	10.0	
	3.การเดินทาง	2	2.8	2	2.6	0	.0	0	.0	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	10	13.9	13	16.9	15	36.6	0	.0	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	32	44.4	45	58.4	22	53.7	7	70.0	
	6.อื่นๆ	4	5.6	0	.0	0	.0	0	.0	
	รวม	72	100.0	77	100.0	41	100.0	10	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	16	34.8	20	26.7	15	28.3	16	61.5	0.001*
	2.ราคา	1	2.2	14	18.7	6	11.3	2	7.7	
	3.การเดินทาง	7	15.2	13	17.3	2	3.8	3	11.5	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	16	34.8	12	16.0	12	22.6	1	3.8	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	6	13.0	16	21.3	18	34.0	4	15.4	
	6.อื่นๆ	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	
	รวม	46	100.0	75	100.0	53	100.0	26	100.0	

จากตาราง 23 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.005) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.001) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

5.3 รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

ตาราง 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

โฮมสเตย์	กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์	น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท								Sig.
		น้อยกว่า 10,000 บาท		0,001 – 20,000 บาท		20,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท		
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.การเขียนวิถีชีวิตชุมชน	41	56.9	53	68.8	38	92.7	7	70.0	0.000*
	2.การฝึกทำอาหารไทย ชนมไทย	1	1.4	4	5.2	0	.0	1	10.0	
	3.การชมสวนผลไม้	0	.0	5	6.5	1	2.4	0	.0	
	4.การล่องเรือขึ้นจักรยาน	26	36.1	11	14.3	2	4.9	0	.0	
	5.อื่นๆ	4	5.6	4	5.2	0	.0	2	20.0	
	รวม	72	100.0	77	100.0	41	100.0	10	100.0	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.การเขียนวิถีชีวิตชุมชน	27	58.7	36	48.0	43	81.1	17	65.4	0.015*
	2.การฝึกทำอาหารไทย ชนมไทย	4	8.7	11	14.7	2	3.8	3	11.5	
	3.การชมสวนผลไม้	3	6.5	2	2.7	0	.0	0	.0	
	4.การล่องเรือขึ้นจักรยาน	10	21.7	18	24.0	6	11.3	6	23.1	
	5.อื่นๆ	2	4.3	8	10.7	2	3.8	0	.0	
	รวม	46	100.0	75	100.0	53	100.0	26	100.0	

จากตาราง 24 พบว่ารายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.000) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.015) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

6. ที่อยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์

6.1 ที่อยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่ในปัจจุบันกับพฤติกรรมการช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮม สเตย์	กลาง						ใต้						อีสาน		Sig		
		พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช	พชพชช		พชพชช	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1. ต้องการรับผู้มาเที่ยวที่มีความเป็นอยู่สูง	42	316	19	47.5	5	41.7	8	57.1	0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	0.231	
		รวม																
		71	534	18	45.0	7	56.3	6	42.9	1	100.0	1	100.0	1	100.0	1	100.0	
		รวม																
		5	3.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
เตียนใหญ่บ้านบางแม่	1. ต้องการรับผู้มาเที่ยวที่มีความเป็นอยู่สูง	15	11.3	3	7.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.004*	
		รวม	133	100.0	40	100.0	12	100.0	14	100.0	1	100.0	1	100.0	1	100.0		
		51	42.5	4	16.7	13	61.9	6	40.0	5	38.5	5	38.5	5	38.5	5	38.5	
		รวม																
		47	39.2	17	70.8	6	28.6	7	46.7	2	15.4	2	15.4	2	15.4	2	15.4	
หน้าโฮมสเตย์	1. ต้องการรับผู้มาเที่ยวที่มีความเป็นอยู่สูง	12	10.0	3	12.5	2	9.5	0	0.0	5	38.5	5	38.5	5	38.5	5	38.5	
		รวม	10	8.3	0	0.0	0	0.0	2	13.3	1	7.7	1	7.7	1	7.7		
		120	100.0	24	100.0	21	100.0	15	100.0	13	100.0	13	100.0	13	100.0	13	100.0	
		รวม																
		120	100.0	24	100.0	21	100.0	15	100.0	13	100.0	13	100.0	13	100.0	13	100.0	

จากตาราง 25 พบว่าที่อยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.004) ขณะที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ไม่พบความสัมพันธ์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

6.2 ที่อยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่ในปัจจุบันมีกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์

โฮมสเตย์	เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์	กลาง		เหนือ		ใต้		ตะวันออก		อีสาน		ตก		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	29	21.8	6	15.0	0	.0	0	.0	1	100.0	-	-	0.005*
	2.ราคา	11	8.3	1	2.5	0	.0	0	.0	0	.0	-	-	
	3.การเดินทาง	4	3.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	-	-	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	29	21.8	6	15.0	3	25.0	0	.0	0	.0	-	-	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	58	43.6	25	62.5	9	75.0	14	100.0	0	.0	-	-	
	6.อื่นๆ	2	1.5	2	5.0	0	.0	0	.0	0	.0	-	-	
	รวม	133	100.0	40	100.0	12	100.0	14	100.0	1	100.0	-	-	
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.บ้านพัก	42	35.0	5	20.8	9	42.9	7	46.7	1	7.7	3	42.9	0.001*
	2.ราคา	7	5.8	6	25.0	5	23.8	2	13.3	1	7.7	2	28.6	
	3.การเดินทาง	14	11.7	3	12.5	1	4.8	4	26.7	1	7.7	2	28.6	
	4.กิจกรรมภายในชุมชน	22	18.3	6	25.0	3	14.3	2	13.3	8	61.5	0	.0	
	5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	35	29.2	4	16.7	3	14.3	0	.0	2	15.4	0	.0	
	6.อื่นๆ	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	
	รวม	120	100.0	24	100.0	21	100.0%	15	100.0	13	100.0	7	100.0	

จากตาราง 26 พบว่าที่อยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.005) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.001) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

6.3 ที่อยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่ในปัจจุบันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

โฮมสเตย์	กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์	กลาง		เหนือ		ใต้		ตะวันออก		อีสาน		ตก		Sig.
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	88	66.2	24	60.0	12	100.0	14	100.0	1	100.0	-	-	0.022*
	2.การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	5	3.8	1	2.5	0	.0	0	.0	0	.0	-	-	
	3.การชมสวนผลไม้	6	4.5	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	-	-	
	4.การลองเรือสี่จักรยาน	25	18.8	14	35.0	0	.0	0	.0	0	.0	-	-	
	5.อื่นๆ	9	6.8	1	2.5	0	.0	0	.0	0	.0	-	-	
	รวม		133	100.0	40	100.0	12	100.0	14	100.0	1	100.0	-	-
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	74	61.7	9	37.5	16	76.2	13	86.7	8	61.5	3	42.9	0.041*
	2.การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	9	7.5	6	25.0	3	14.3	0	.0	2	15.4	0	.0	
	3.การชมสวนผลไม้	4	3.3	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	1	14.3	
	4.การลองเรือสี่จักรยาน	25	20.8	8	33.3	2	9.5	2	13.3	2	15.4	1	14.3	
	5.อื่นๆ	8	6.7	1	4.2	0	.0	0	.0	1	7.7	2	28.6	
รวม		120	100.0	24	100.0	21	100.0	15	100.0	13	100.0	7	100.0	

จากตาราง 27 พบว่าที่อยู่ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ (Sig. = 0.022) และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ (Sig. = 0.041) สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานที่ 2 ความแตกต่างด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กรณีในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

H0 : ความแตกต่างด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ **ไม่มีผล** ต่อความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์

H1 : ความแตกต่างด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ **มีผล** ต่อความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์

การทดสอบสมมุติฐานใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe)

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

1.1 ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจด้านการจัดการด้านที่พัก ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		Df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3	2.403	.801	4.747	.003*
	ภายในกลุ่ม	196	33.077	.169		
	รวม	199	35.480			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3	5.104	1.701	6.769	.000*
	ภายในกลุ่ม	196	49.261	.251		
	รวม	199	54.365			

จากตาราง 28 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจด้านการจัดการด้านที่พัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 29

ตาราง 29 แสดงการเปรียบเทียบรายค่าพฤติกรรมทางท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์การเดินทางที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ความพึงพอใจ ต่อด้านการจัดการด้านที่พัก		ต้องการเรียนรู้วิถี ชีวิตความเป็นอยู่ ของชุมชน	ต้องการใกล้ชิด ชุมชนและได้ สัมผัสธรรมชาติ	ต้องการที่พัก สะดวก มีความ ปลอดภัยสูง	อื่นๆ
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	\bar{x}	4.26	4.04	4.28	4.27
1. ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชุมชน	4.26	1.000	.008*	1.000	1.000
2. ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัส ธรรมชาติ	4.04	-	1.000	.668	.218
3. ต้องการที่พักสะดวก มีความ ปลอดภัยสูง	4.28	-	-	1.000	1.000
4. อื่นๆ	4.27	-	-	-	1.000
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	\bar{x}	3.94	4.19	3.93	3.63
1. ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.94	1.000	.019*	1.000	.227
2. ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัส ธรรมชาติ	4.19	-	1.000	.172	.003*
3. ต้องการที่พักสะดวก มีความ ปลอดภัยสูง	3.93	-	-	1.000	.383
4. อื่นๆ	3.63	-	-	-	1.000

จากตาราง 29 พบว่าบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างที่มาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์เพื่อต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน มีความพึงพอใจต่อการจัดการที่พักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสวัฒนธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสวัฒนธรรมชาติ กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาด้วยเหตุผลอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก แตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสวัฒนธรรมชาติมีความพึงพอใจด้านการจัดการด้านที่พักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสวัฒนธรรมชาติมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาด้วยเหตุผลอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร

ตาราง 30 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮม สเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3	.931	.310	1.395	.246
	ภายในกลุ่ม	196	43.584	.222		
	รวม	199	44.515			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3	13.446	4.482	11.336	.000*
	ภายในกลุ่ม	196	77.494	.395		
	รวม	199	90.940			

จากตาราง 30 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านการจัดการด้านอาหารแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 31

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์การเดินทางที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร		ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสบรรยากาศ	ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง	อื่น ๆ
	\bar{x}	3.77	4.21	3.63	3.45
1. ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.77	1.000	.000*	.794	.389
2. ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสบรรยากาศ	4.21	-	1.000	.002*	.001*
3. ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง	3.63	-	-	1.000	.877
4. อื่น ๆ	3.45	-	-	-	1.000

จากตาราง 31 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ เพื่อต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น กับ ที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสบรรยากาศ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสบรรยากาศ ก็กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักสะดวกและปลอดภัยสูง และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสบรรยากาศ กับนักท่องเที่ยวที่มาด้วยเหตุผลอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสบรรยากาศ มีความพึงพอใจด้านการจัดการด้านอาหารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสบรรยากาศ มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักสะดวกและปลอดภัยสูงและกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาด้วยเหตุผลอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมในชุมชน

ตาราง 32 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรม การท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮม สเตย์กับความ พึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่ เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮม สเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.047	.349	1.563	.200
	ภายในกลุ่ม	196	43.768	.223		
	รวม	199	44.815			
เรือนไทยบ้านบางแม่ หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.043	.348	1.123	.341
	ภายในกลุ่ม	196	60.629	.309		
	รวม	199	61.672			

จากตาราง 32 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้าน วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับ ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มี วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการ มีส่วนร่วมกับชุมชนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือน ไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

1.4 ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการตลาด

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง พฤติกรรมท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้าน โฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการตลาดของนักท่องเที่ยวที่ เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.861	.620	2.266	.082
	ภายในกลุ่ม	196	53.639	.274		
	รวม	199	55.500			
เรือนไทยบ้านบางแม่ หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	3	16.085	5.362	10.430	.000*
	ภายในกลุ่ม	196	100.755	.514		
	รวม	199	116.841			

จากตาราง 33 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 34

ตาราง 34 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์การเดินทางที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการตลาด	ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน	ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง	อื่นๆ	
\bar{x}	3.50	3.70	3.46	2.51	
1.ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.50	1.000	.385	.994	.000*
2.ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ	3.70	-	1.000	.548	.000*
3.ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง	3.46	-	-	1.000	.002*
4.อื่นๆ	2.51	-	-	-	1.000

จากตาราง 34 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เพื่อต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น กับนักท่องเที่ยวที่มาด้วยเหตุผลอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ กับนักท่องเที่ยวที่มาด้วยเหตุผลอื่นๆ และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักสะดวกและปลอดภัยสูง กับนักท่องเที่ยวที่มาด้วยเหตุผลอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักเพื่อต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสวัฒนธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสวัฒนธรรมชาติ และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักสะดวกและปลอดภัยสูง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาด้วยเหตุผลอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

2.1 ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	5	.982	.196	1.104	.360
	ภายในกลุ่ม	194	34.498	.178		
	รวม	199	35.480			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	6.108	1.527	6.170	.000*
	ภายในกลุ่ม	195	48.257	.247		
	รวม	199	54.365			

จากตาราง 35 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 36

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบรายค่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก	บ้านพัก	ราคา	การเดินทาง	กิจกรรมภายในชุมชน	แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ
\bar{X}	3.95	4.38	4.28	3.93	3.89
1.บ้านพัก	3.95	1.000	.014*	.100	.999
2.ราคา	4.38	-	1.000	.972	.017*
3.การเดินทาง	4.28	-	-	1.000	.103
4.กิจกรรมภายในชุมชน	3.93	-	-	-	1.000
5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	3.89	-	-	-	-
					1.000

จากตาราง 36 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากสภาพบ้านพัก กับนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา กับนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากกิจกรรมภายในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา กับนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์จากสภาพบ้านพัก จากกิจกรรมภายในชุมชน และจากแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	5	1.214	.243	1.088	.369
	ภายในกลุ่ม	194	43.301	.223		
	รวม	199	44.515			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	9.181	2.295	5.474	.000*
	ภายในกลุ่ม	195	81.759	.419		
	รวม	199	90.940			

จากตาราง 37 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 38

ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการตลาด	บ้านพัก	ราคา	การเดินทาง	กิจกรรมภายในชุมชน	แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	
\bar{X}	3.82	4.36	4.22	3.75	3.79	
1.บ้านพัก	3.82	1.000	.022*	.153	.987	1.000
2.ราคา	4.36	-	1.000	.967	.013*	.024*
3.การเดินทาง	4.22	-	-	1.000	.090	.148
4.กิจกรรมภายในชุมชน	3.75	-	-	-	1.000	.999
5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	3.79	-	-	-	-	1.000

จากตาราง 38 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากสภาพบ้านพัก กับนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา กับนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากกิจกรรมภายในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา กับนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์จากสภาพบ้านพัก จากกิจกรรมภายในชุมชน และจากแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	5	2.819	.564	2.604	.026*
	ภายในกลุ่ม	194	41.996	.216		
	รวม	199	44.815			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	3.867	.967	3.261	.013*
	ภายในกลุ่ม	195	57.805	.296		
	รวม	199	61.672			

จากตาราง 39 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจด้านการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน ทั้งในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จะมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 40

ตาราง 40 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในบางน้ำผึ้งและเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ความพึงพอใจ		บ้านพัก	ราคา	การ	กิจกรรม	แหล่งท่องเที่ยว	อื่นๆ
ต่อการจัดการด้านการตลาด				เดินทาง	ภายในชุมชน	บริเวณโดยรอบ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	\bar{X}	4.33	4.05	3.75	4.39	4.26	4.60
1.บ้านพัก	4.33	1.000	.649	.345	.997	.983	.946
2.ราคา	4.05	-	1.000	.940	.418	.825	.524
3.การเดินทาง	3.75	-	-	1.000	.230	.469	.251
4.กิจกรรมภายในชุมชน	4.39	-	-	-	1.000	.791	.982
5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	4.26	-	-	-	-	1.000	.838
6.อื่นๆ	4.60	-	-	-	-	-	1.000
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	\bar{X}	4.05	4.37	4.36	4.13	3.99	
1.บ้านพัก	4.05	1.000	.226	.213	.967	.988	-
2.ราคา	4.37	-	1.000	1.000	.608	.133	-
3.การเดินทาง	4.36	-	-	1.000	.605	.124	-
4.กิจกรรมภายในชุมชน	4.13	-	-	-	1.000	.840	-
5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	3.99	-	-	-	-	1.000	-

จากตาราง 40 พบว่าไม่พบคู่ใดที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

2.4 ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาด

ตาราง 41 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาด ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	5	3.351	.670	2.493	.032*
	ภายในกลุ่ม	194	52.149	.269		
	รวม	199	55.500			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	13.713	3.428	6.482	.000*
	ภายในกลุ่ม	195	103.128	.529		
	รวม	199	116.841			

จากตาราง 41 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมด้านการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาดแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน ทั้งในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จะมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาดแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 42

ตาราง 42 แสดงการเปรียบเทียบรายค่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาดของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในบางน้ำผึ้งและเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการตลาด	บ้านพัก	ราคา	การเดินทาง	กิจกรรมภายในชุมชน	แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	อื่นๆ	
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	\bar{X}	3.92	3.43	3.40	3.72	3.64	3.80
1.บ้านพัก	3.92	1.000	.172	.613	.756	.174	.999
2.ราคา	3.43	-	1.000	1.000	.729	.891	.912
3.การเดินทาง	3.40	-	-	1.000	.925	.976	.945
4.กิจกรรมภายในชุมชน	3.72	-	-	-	1.000	.981	1.000
5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	3.64	-	-	-	-	1.000	.996
6.อื่นๆ	3.80	-	-	-	-	-	1.000
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	\bar{X}	3.29	4.07	3.85	3.43	3.45	
1.บ้านพัก	3.29	1.000	.001*	.033*	.919	.850	-
2.ราคา	4.07	-	1.000	.892	.025*	.032*	-
3.การเดินทาง	3.85	-	-	1.000	.276	.327	-
4.กิจกรรมภายในชุมชน	3.43	-	-	-	1.000	1.000	-
5.แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ	3.45	-	-	-	-	1.000	-

จากตาราง 42 พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ที่พบคู่ที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า ในบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากสภาพที่พัก กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากสภาพที่พัก กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากกิจกรรมภายในชุมชน และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคาและกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากการเดินทาง มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากสภาพที่พัก และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากราคา มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากกิจกรรมภายในชุมชน และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกโฮมสเตย์โดยดูจากแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านเกณฑ์ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

3.1 ความพึงพอใจด้านการจัดการด้านที่พัก

ตาราง 43 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		Df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.331	.333	1.900	.112
	ภายในกลุ่ม	195	34.149	.175		
	รวม	199	35.480			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	6.758	1.690	6.920	.000*
	ภายในกลุ่ม	195	47.607	.244		
	รวม	199	54.365			

จากตาราง 43 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มาเพราะมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 44

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

	ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก	การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	การฝึกทำอาหารไทยขนมไทย	การชมสวนผลไม้	การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	อื่นๆ
	\bar{x}	4.04	4.44	3.88	3.94	3.53
1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	4.04	1.000	.025*	.975	.882	.025*
2.การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	4.44	-	1.000	.277	.010*	.000*
3.การชมสวนผลไม้	3.88	-	-	1.000	.999	.784
4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	3.94	-	-	-	1.000	.186
5.อื่นๆ	3.53	-	-	-	-	1.000

จากตาราง 44 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เพราะกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน กับกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย กับกิจกรรมการล่องเรือ/ขี่จักรยาน นักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย กับกิจกรรมอื่นๆมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

โดยนักท่องเที่ยวที่มาพักในบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เพราะกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักมากกว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เพราะกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน กิจกรรมการล่องเรือ/ขี่จักรยาน และกิจกรรมอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3.2 ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร

ตาราง 45 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		Df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	.325	.081	.358	.838
	ภายในกลุ่ม	195	44.190	.227		
	รวม	199	44.515			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	9.489	2.372	5.679	.000*
	ภายในกลุ่ม	195	81.451	.418		
	รวม	199	90.940			

จากตาราง 45 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่อาหารแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มาเพราะมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่อาหารแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 46

ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

	ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร	การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	การฝึกทำอาหารไทยชนมไทย	การชมสวนผลไม้	การล่องเรือที่จักรยาน	อื่น ๆ
	\bar{X}	3.91	4.38	3.32	3.92	3.38
1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	3.91	1.000	.060	.413	1.000	.131
2.การฝึกทำอาหารไทย ชนมไทย	4.38	-	1.000	.032*	.146	.002*

ตาราง 46 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร		การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	การฝึกทำอาหารไทยชนมไทย	การชมสวนผลไม้	การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	อื่นๆ
	\bar{x}	3.91	4.38	3.32	3.92	3.38
3.การชมสวนผลไม้	3.32	-	-	1.000	.441	1.000
4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	3.92	-	-	-	1.000	.186
5.อื่นๆ	3.38	-	-	-	-	1.000

จากตาราง 46 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทยชนมไทย กับที่มาเพราะกิจกรรมการชมสวนผลไม้ และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทยชนมไทย กับกิจกรรมอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เพราะกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทยชนมไทย มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการชมสวนผลไม้ และกิจกรรมอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3.3 ความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน

ตาราง 47 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		Df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	1.436	.359	1.614	.172
	ภายในกลุ่ม	195	43.379	.222		
	รวม	199	44.815			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	3.255	.814	2.716	.031*
	ภายในกลุ่ม	195	58.417	.300		
	รวม	199	61.672			

จากตาราง 47 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มาเพราะมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกัน จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 48

ตาราง 48 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

	ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน	การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	การฝึกทำอาหารไทยชนมไทย	การชมสวนผลไม้	การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	อื่นๆ
	\bar{x}	4.16	4.36	3.64	4.05	3.90
1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	4.16	1.000	.679	.367	.877	.653
2.การฝึกทำอาหารไทย ชนมไทย	4.36	-	1.000	.145	.373	.262
3.การชมสวนผลไม้	3.64	-	-	1.000	.646	.939
4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	4.05	-	-	-	1.000	.952
5.อื่นๆ	3.90	-	-	-	-	1.000

จากตาราง 48 พบว่าไม่พบคู่ใดที่มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3.4 ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

ตาราง 49 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักยังหมู่บ้านโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่เข้าพักบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

		Df	SS	MS	F	Sig.
บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	.499	.125	.443	.778
	ภายในกลุ่ม	195	55.001	.282		
	รวม	199	55.500			
เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์	ระหว่างกลุ่ม	4	15.701	3.925	7.568	.000*
	ภายในกลุ่ม	195	101.140	.519		
	รวม	199	116.841			

จากตาราง 49 พบว่าเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มาเพราะมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแตกต่างกัน

จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลในตาราง 50

ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาพักในเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

	ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด	การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	การฝึกทำอาหารไทยขนมไทย	การชมสวนผลไม้	การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	อื่นๆ
	\bar{x}	3.50	3.97	3.04	3.65	2.62
1.การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน	3.50	1.000	.128	.739	.867	.003*
2.การฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย	3.97	-	1.000	.159	.622	.000*

ตาราง 50 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด	การเรียนรู้อุบัติชีวิตชุมชน	การฝึกทำอาหารไทยขนมไทย	การชมสวนผลไม้	การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	อื่นๆ	
\bar{x}	3.50	3.97	3.04	3.65	2.62	
3.การชมสวนผลไม้	3.04	-	-	1.000	.528	.874
4.การล่องเรือ/ขี่จักรยาน	3.65	-	-	-	1.000	.001*
5.อื่นๆ	2.62	-	-	-	-	1.000

จากตาราง 50 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนกับที่มาเพราะกิจกรรมอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย กับกิจกรรมอื่นๆกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการล่องเรือ/ขี่จักรยานกับที่มาเพราะกิจกรรมอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแตกต่างกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการฝึกทำอาหารไทย ขนมไทย และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมการล่องเรือ/ขี่จักรยาน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเพราะกิจกรรมอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

บทสรุป

บทสรุปเรื่องแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ เพื่อศึกษาวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ และเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี มีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ และผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการสุ่มตัวอย่างจากโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยประจำปี พ.ศ.2549 และปี พ.ศ.2551 ซึ่งรับรองโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้แก่ บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ ตั้งอยู่ที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ตั้งอยู่ที่อำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน และขนาดของกลุ่มตัวอย่างแห่งละ 200 คน ที่เลือกพักโฮมสเตย์ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ในเดือนตุลาคม-เดือนพฤศจิกายน 2552 โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม (Non-probability sampling) เลือกการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ และตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลข้อมูลวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) การรายงานด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) การรายงานผลด้วย

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ จังหวัดสมุทรปราการ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ อำเภอบางปลาหม้อ จังหวัดสุพรรณบุรี นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ มีปัจจัยส่วนบุคคลที่คล้ายกัน คือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และเป็นคนภาคกลาง

ส่วนประเด็นด้านรายได้พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 38.5 และ 37.5 ตามลำดับ แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนมากจะเข้าพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ ร้อยละ 36.0 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนและ 20,001 – 30,000 บาท ส่วนมากจะเข้าพักที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ร้อยละ 26.5

พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 51.5 ที่มาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะมาเพราะต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสวิถีชีวิต ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาพักที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน/เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น ร้อยละ 41.1

นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 53.1 ที่มาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์จะพิจารณาถึงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบโฮมสเตย์ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาพักที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่จะพิจารณาที่บ้านพัก ร้อยละ 33.5

ในภาพรวมกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กว่าครึ่งเป็นกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน ร้อยละ 69.5 และ 61.5 ตามลำดับ แต่จะสังเกตว่ากิจกรรมการฝึกทำอาหารไทยและขนมไทย จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้า

ผลการทดสอบสมมุติฐานทางการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ใน 2 ด้าน คือ ด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ และด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ในทุกด้าน

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ในทุกด้าน

รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ในทุกด้าน จึงสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ที่อยู่ปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ใน 2 ด้าน คือ ด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์และด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์

สมมุติฐานที่ 2 ความแตกต่างด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ ด้านการจัดการด้านที่พัก การจัดการด้านอาหาร การจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์

1. ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจด้านการจัดการด้านที่พัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านการจัดการด้านอาหารแตกต่างกัน

3. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมในชุมชน

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมในชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมในชุมชนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4. ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านการตลาด

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด พบว่า มีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์แตกต่าง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ด้านเกณฑ์ในด้านการคัดเลือกโฮมสเตย์ มีผลต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์

1. ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกัน

3. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกัน ทั้งในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จะมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนแตกต่างกัน

4. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาด

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจด้านการจัดกิจกรรมด้านการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกันแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาดแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์แตกต่างกันทั้งในบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ จะมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมด้านการตลาดแตกต่างกัน

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ ด้านเกณฑ์ในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ มีผลต่อวิถีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์

1. ความพึงพอใจด้านการจัดการด้านที่พัก

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พัก พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์นักท่องเที่ยวที่มาเพราะมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านที่พักแตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์กับความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหาร พบว่า มีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์เท่านั้น ที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์นักท่องเที่ยวที่มาเพราะมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านอาหารแตกต่างกัน

3. ความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์กับความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน พบว่ามีเฉพาะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย

4. ความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์กับความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์นักท่องเที่ยวที่มาเพราะมีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดแตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ในด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง (นิത്യ สัมมาพันธ์ และเอมอร ณรงค์, 2550, หน้า 12) ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมและแบบแผนการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาประเภทของนักท่องเที่ยวทั้งจากแง่มุมของประชากรศาสตร์ (Demographics) ซึ่งปัจจัยหนึ่งคือ เพศ ที่จะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ใน 2 ด้าน คือ ด้านเกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ และด้านกิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ ซึ่ง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 137) อธิบายไว้ว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) โดยการตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่างๆ และหนึ่งในนั้นคือปัจจัยด้านอายุ ที่ผู้ให้บริการควรคำนึงถึง เพื่อสามารถจัดบริการได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ

อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์ทั้งที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ในทุกด้าน ซึ่ง (นิത്യ สัมมาพันธ์ และเอมอร ณรงค์, 2550, หน้า 12) ว่านักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมและแบบแผนการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ที่บางน้ำผึ้ง โฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายมากที่สุด ในประเด็น การบริการ และความเป็นมิตรของเจ้าของบ้าน ซึ่งเป็นจุดเด่นของโฮมสเตย์ หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่บ้านพักในชุมชน ดังนั้นการจัดการเกี่ยวกับที่พักจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ที่ชุมชนหรือเจ้าของบ้านต้องมีหลักและแนวทางในการปฏิบัติ ประเด็นหนึ่งในนั้นคือ ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าบ้าน ที่เป็นจุดขายที่สำคัญของการพักแบบโฮมสเตย์ ซึ่ง (ราชกิจจานุเบกษา, 2551, หน้า 17) ได้นิยามว่า โฮมสเตย์ไทย หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้าน ชายคาเดียวกัน และศึกษารวมชาติ วิถีชีวิตไทยหรือวัฒนธรรมไทย โดยมีการจัดบริหารและสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร และได้ขึ้นทะเบียนต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

ส่วนประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อวิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายน้อยที่สุดในด้านการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายของช่องทางการติดต่อเข้าพัก เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร การให้บริการแบบเป็นแพ็คเกจ รวมทั้งที่พักและกิจกรรม หรือความน่าสนใจ และความหลากหลายในการจัดกิจกรรมของโฮมสเตย์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ไพฑูริย์ นิยมนา และคณะ, 2550) ทำโครงการการพัฒนาเครือข่ายโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้ พบว่าปัญหาของโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้นั้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ตนเอง ต้องการความช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น จัดให้มีเอกสาร วิซีดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเว็บไซต์ที่เป็นของกลุ่มโฮมสเตย์ในเขตอีสานใต้ ความรู้ด้านการต้อนรับ เป็นต้น และงานศึกษาของ (นพรัตน์ ปานอุทัย และคณะ, 2547) วิจัยเรื่องการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้หมู่บ้านท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านปลายโพงพางเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ประเด็นการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของทั้งบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์และเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ควรเร่งปรับปรุงและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวด้านนี้อย่างเป็นระบบ เพราะปัจจัยด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ต้องให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการทำการตลาดที่ติดต่อกับชุมชนโดยตรง การติดต่อผ่านบริษัทนำ

หากพิจารณารายข้อพบว่า ประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยที่สุดในทั้งสองหมู่บ้านโฮมสเตย์ คือ รูปแบบและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งเป็นเกณฑ์มาตรฐานหนึ่งของเกณฑ์มาตรฐานของโฮมสเตย์ไทย ในปี 2551 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่ควรการพัฒนาให้มีความหลากหลาย และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

นอกจากนั้นประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจน้อยในลำดับรองลงมาจากกิจกรรมทางการตลาด คือ ประเด็นด้านการจัดการขยะที่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ สอดคล้องกับงานศึกษาของ (นิตยั สัมมาพันธ์, เอมอร ณรงค์, 2550) ทำวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาสำคัญคือ การบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ ประเด็นหนึ่งที่เป็นข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคือ การเร่งสร้างความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเฉพาะด้านขยะและความสะอาดที่ต้องมีการจัดการที่ดี

ข้อเสนอแนะ

จากการสัมภาษณ์คุณมะลิ พูลสวัสดิ์ ประธานกลุ่มบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2553 ถึงแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมในอนาคต

1. ด้านการจัดการด้านที่พัก มีการปรับปรุงและพัฒนาที่พักให้เหมาะสม สะดวกสบาย และสะอาดอยู่เสมอ โดยต้องทำความสะอาดที่นอนทุกครั้งหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางกลับ เพื่อพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวในโอกาสต่อไป

2. ด้านการจัดการด้านอาหาร ได้มีการนำผัก ผลไม้ ที่ปลูกแบบปลอดสารพิษภายในบริเวณชุมชนมาประกอบเป็นอาหารให้นักท่องเที่ยว โดยจะคิดสรรรายการอาหารที่คำนึงถึงสุขภาพ และเป็นคงลักษณะแบบชาวบ้านท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง การทำอาหารจะทำจากแม่ครัวส่วนกลางของกลุ่ม เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการควบคุมมาตรฐานในเรื่องของอาหาร และความสะดวก

3. ด้านการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ได้สมัครเข้าร่วมกับโครงการ รักษาป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งโครงการนี้มีเป้าหมายสูงสุดเพื่อน้อมเกล้าถวายในปี 2554 ในวโรกาสที่จะทรงเจริญพระชนมายุครบ 7 รอบ หรือ 84 พรรษา หลักของการดำเนินงานเพื่อน้อมนำพระราชดำริ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวปฏิบัติ ดำเนินงานด้วยความต้องการของชาวบ้านและชุมชนเป็นหลัก เกิดการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทุกขั้นตอน ไม่ใช่เงินนำหน้า แต่เน้นสร้างความรู้ให้เกิดในชุมชนและอย่างยั่งยืน และสรุปเป็นองค์ความรู้ของชุมชน ร่วมกับกลุ่ม ปตท. และภาคีเครือข่าย สำหรับโครงการนี้ทำให้สมาชิกของกลุ่มโฮมสเตย์และชาวบ้านของบางน้ำผึ้งได้มีโอกาสฝึกอบรม และเรียนรู้ในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จำนวนเพิ่มมากขึ้น

4. ด้านการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด สำหรับบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ได้มีการจัดการแบ่งส่วนรายได้จากการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในโฮมสเตย์ 10% ให้กับทางองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง นำไปทำการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาดทั้งการเชิญสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และทำใบปลิว แจกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในวันหยุด และผู้ที่มาติดต่องานราชการกับองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง โดยการประชาสัมพันธ์ทุกครั้งจะทำควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

จากการสัมภาษณ์คุณทรงพล ทับทิมทอง ประธานกลุ่มเรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย โฮมสเตย์ อำเภอบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2553 ถึงแนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมในอนาคต

1. ด้านการจัดการด้านที่พัก ได้มีการปรับปรุงบ้านพักให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ โดยได้รับการสนับสนุนจาก SMEs บางส่วนในการให้กู้ยืมเงิน เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพราะที่เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์และมีชื่อเสียง ซึ่งการพัฒนานี้ไม่ทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลง เพียงแค่ปรับปรุงให้บ้านพักอาศัยดียิ่งขึ้น ให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

2. ด้านการจัดการด้านอาหาร เมื่อนักท่องเที่ยวมาปริมาณมาก ทางประธานกลุ่มโฮมสเตย์จะจ้างแม่ครัวมาทำอาหารให้กับนักท่องเที่ยวทั้งหมด และให้นักท่องเที่ยวมาร่วมรับประทานอาหารที่บ้านของประธานกลุ่ม เพื่อลดภาระของเจ้าของบ้าน เนื่องจากเป็นผู้สูงอายุ และเพื่อให้สะดวกต่อการจัดการ

3. ด้านการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ชุมชนให้ความร่วมมือกับการจัดกิจกรรม โดยคนในชุมชนได้รับรายได้เสริมจากการเป็นผู้ให้บริการทั้งหมดโดยนั่งรถอีแต๋น ชมธรรมชาติริมคลองบางแม่หม้าย ชมสินค้า OTOP ไม่กว่าดร้อยปี ชมการสาธิตการทำเครื่องจักรจากผักตบชวา ไหว้หลวงพ่อวัดอาน เจ้าของบ้านที่เข้าร่วมกลุ่มโฮมสเตย์มีการพูดคุยแบบเป็นครอบครัว ไม่มีการประชุมที่แน่นอน เนื่องจากเจ้าของบ้านที่เข้าร่วมโฮมสเตย์ส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ

4. ด้านการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ใช้วิธีการบอกต่อจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาพักก่อน การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี กรมพัฒนาชุมชนจัดทำเว็บไซต์ให้ รวมทั้งสื่อมวลชนนำเสนอโฮมสเตย์ทั้งจากทางนิตยสาร รายการสารคดี โดยใช้ชื่อของโฮมสเตย์เป็นจุดดึงดูดการท่องเที่ยว และได้จัดลงโฆษณาลงบนสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง

จากการสัมภาษณ์คุณจิรภา กิรติดำรงสกุล นักพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2553 ทางองค์การบริหารส่วนตำบลได้มีส่วนร่วมในการให้ยืมสถานที่ห้องประชุมเพื่อใช้ในการฉายวิดีโอแสดงประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านบางแม่หม้าย กรณีที่มีนักท่องเที่ยวมาจำนวนมาก มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอำนวยความสะดวก รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ที่งานกาชาดจังหวัดสุพรรณบุรีสำหรับแนวทางการพัฒนาในปีนี้มีแผนที่จะพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม ดูแลรักษาแม่น้ำลำคลองให้มีความสะอาด และจะมีการจัดทำท่าเทียบเรือ เพื่อให้สะดวกต่อการท่องเที่ยวจุดต่างๆโดยรอบของชุมชน ทั้งการนั่งเรือดูนก เยี่ยมชมท้องนา พัฒนาจัดการปรับปรุงสภาพโดยรอบของชุมชนให้มีความสะอาดมากยิ่งขึ้น

การนำผลการวิจัยไปใช้

1. การประเมินขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของพื้นที่ของทั้งหมู่บ้านบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และหมู่บ้านเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ว่า สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากเพียงใด กิจกรรมใดที่เหมาะสมกับวัฒนธรรม พื้นที่ และไม่ทำลายธรรมชาติ เป็นต้น

2. การกำหนดมาตรการ วางแผนการจัดการขยะภายในแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น และรองรับกับอนาคตที่มีแนวโน้มจะมากขึ้นได้ จากสภาพนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น

3. การพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดของทั้งหมู่บ้านบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ และหมู่บ้านเรือนไทยบางแม่หม้ายโฮมสเตย์อย่างเป็นระบบ โดยต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอความเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

4. การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำของที่ระลึกด้วยตนเองเพื่อให้เกิดคุณค่า และความทรงจำในการเข้ามาพักและเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เช่น เรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์ ควรเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำไม้กวาดร้อยปี และที่บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำรูปหอม ซึ่งเป็นสินค้า OTOP ประจำหมู่บ้าน

5. การทำโฮมสเตย์นั้นต้องอาศัยความร่วมมือกันของคนภายในพื้นที่ ทั้งในส่วนของเจ้าของบ้าน และชุมชนโดยรอบ หากคนในชุมชนไม่ให้ความสนใจและไม่อยากที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้วนั้น ก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงได้เช่นกัน

6. การจัดโฮมสเตย์นั้นไม่เหมือนอุตสาหกรรมด้านที่พักทั่วไป เพราะต้องจองห้องพัก และจองการเข้าร่วมกิจกรรมล่วงหน้า เนื่องจากในบางครั้งเจ้าของบ้านไม่อยู่ ชาวบ้านที่ให้บริการด้านการจัดกิจกรรมติดธุระ ก็ไม่สามารถเข้าพักหรือทำกิจกรรมได้ ดังนั้นกลุ่มโฮมสเตย์จึงควรมีการจัดการประชุมเพื่อวางแผน และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่อไปในอนาคต เพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งในการจัดการมากยิ่งขึ้น

7. บ้านที่เข้าร่วมในกลุ่มโฮมสเตย์ไม่มีป้ายหรือสัญลักษณ์ใดๆที่สามารถบ่งบอกได้ จึงทำให้บางครั้งนักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจในการเข้าพัก เพราะป้ายรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์จะมีเพียง 1 ป้ายต่อ 1 กลุ่มโฮมสเตย์เท่านั้น ดังนั้นผู้นำกลุ่มโฮมสเตย์จึงควรจัดทำแผนผัง และป้ายสัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกถึงบ้านที่เข้าร่วมเป็นกลุ่มโฮมสเตย์ สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

8. ผู้นำโฮมสเตย์มีเพียง 1-2 คนเท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการเรียนรู้และสืบทอดต่อกันภายในชุมชน ปลูกฝังให้คนรุ่นหลังสามารถเข้ามาดูแลและพัฒนาการจัดการและกิจกรรมโฮมสเตย์ต่อไปได้ เนื่องจากว่ากิจกรรมนี้ยังสามารถช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมให้คงอยู่ตลอดไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาสภาพ ปัญหาอุปสรรค และแนวทางการจัดการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
2. การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในการรับบริการหรือมาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านโฮมสเตย์ประเภทต่าง ๆ เช่น โฮมสเตย์ที่เน้นธรรมชาติ ที่เน้นวัฒนธรรม ที่เน้นการท่องเที่ยวแบบผาดโผนหรือผจญภัย เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. การศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการพัฒนาความร่วมมือของชุมชนกับภาครัฐในการจูงใจและกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน





บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **คู่มือแนวทางการจัดการที่พักสัมผัสวัฒนธรรม
ชนบท**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.
- นพรัตน์ ปานอุทัย, ศรีวิไล สุขศรีการ, ศุภนุช ตวงรัตนสิริกุล และอ้อยใจ จีบพัก. (2547). **การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงปาง อำเภอ
อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บศ.ม, มหาวิทยาลัย
นเรศวร, พิษณุโลก.
- นิตย์ สัมมาพันธ์ และเอมอร ณรงค์. (2545). **แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ การ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย
เกริก.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา สุริยา สัมจันทร์ และจิรวงศ์ คงทอง. (2549). **ระเบียบวิธีวิจัยทางการ
ท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือท่องเที่ยวไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และภูสวัสดิ์ สุขเลี้ยง. (2549). **การจ้ดนำเที่ยวและรายการนำเที่ยว
ภาคเหนือตอนบน (Tour Organizing and Tour Program for Upper-Northern of
Thailand)**. กรุงเทพมหานคร: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2548). **คู่มือการจัดการ : การท่องเที่ยวชุมชนและ
บ้านพักแบบโฮมสเตย์**. เชียงใหม่: นพบุรีการพิมพ์.
- สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว. (2550). **กำเนิดโฮมสเตย์**. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2552, จาก
<http://www.homestaythai.org>.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2551). **Directory Homestay
Standard Thailand ทำเนียบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทที่ได้รับรองมาตรฐาน**.
กรุงเทพมหานคร: ธนบรรณการพิมพ์.
- ศรีัญญา วรากุลวิทย์. (2551). **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร:
สามลดา.
- ชูวิทย์ ศิริเวชกุล. (2544). **การท่องเที่ยวเชิงชุมชนและการจัดการ Homestay**. จุลสารการ
ท่องเที่ยว.
- มธุรส ปราบไฟรี. (2544). **โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. จุลสารการท่องเที่ยว.

ชนงกรณ์ กุลชลบุตร. (2546). **หลักการจัดการแนวคิดและสถานการณ์ธุรกิจปัจจุบัน.**

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุไรวรรณ จอมชื้อตรง และเสาวลักษณ์ เลิศเจริญบัณฑิต. (2550). **การจัดการทางการตลาดของ**

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในภาคกลาง. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บศ.ม,

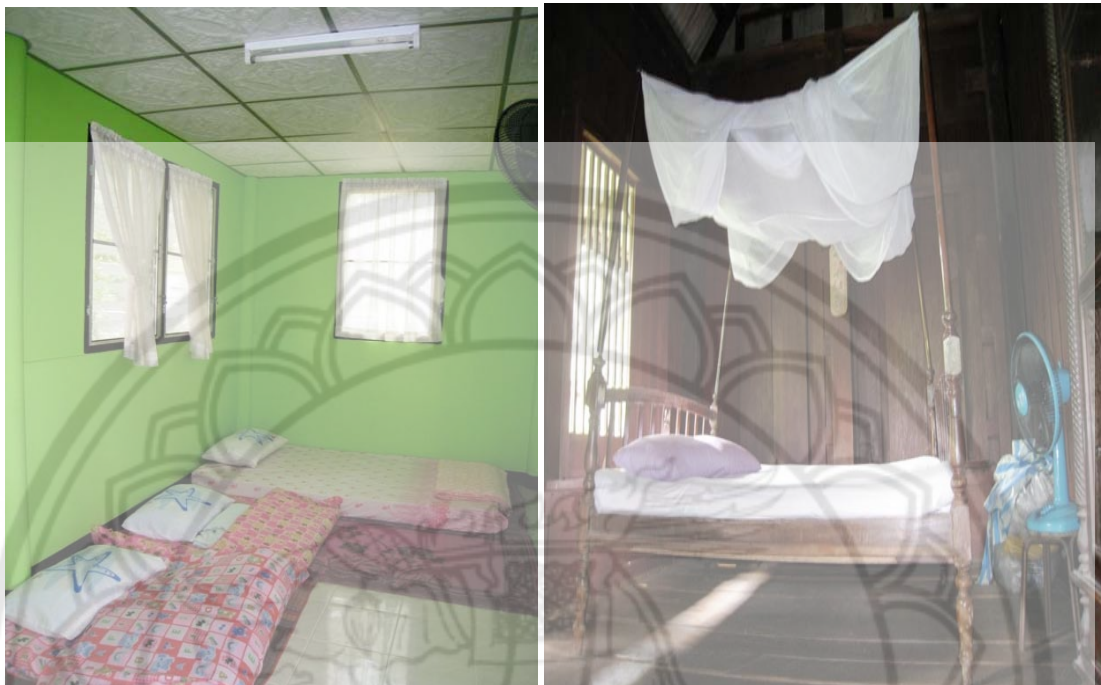
มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แสดงภาพการจัดการด้านที่พัก



ภาพ 2 แสดงภาพการจัดการด้านที่พักของบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์

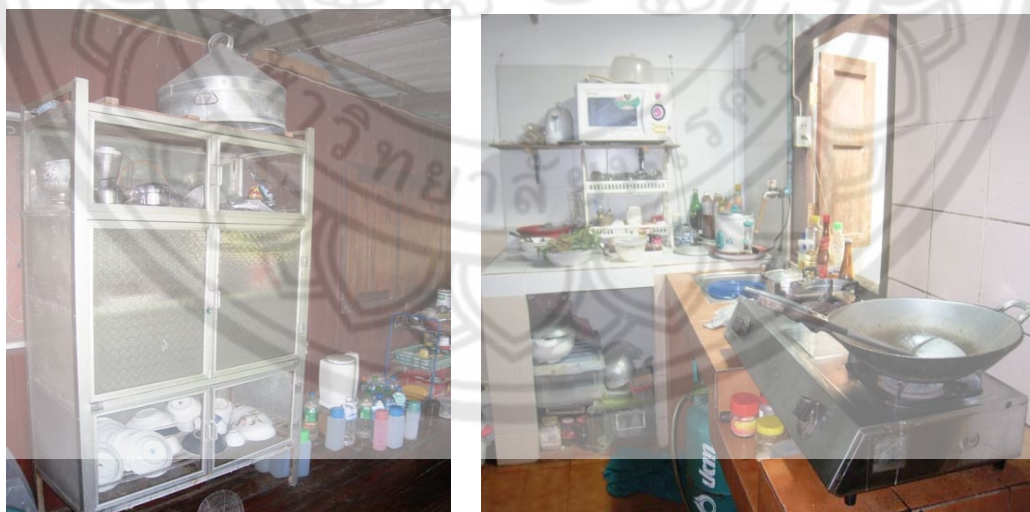


ภาพ 3 แสดงภาพการจัดการด้านที่พักของเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ภาคผนวก ข แสดงภาพการจัดการด้านอาหาร



ภาพ 4 แสดงภาพการจัดการด้านอาหารของ บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์

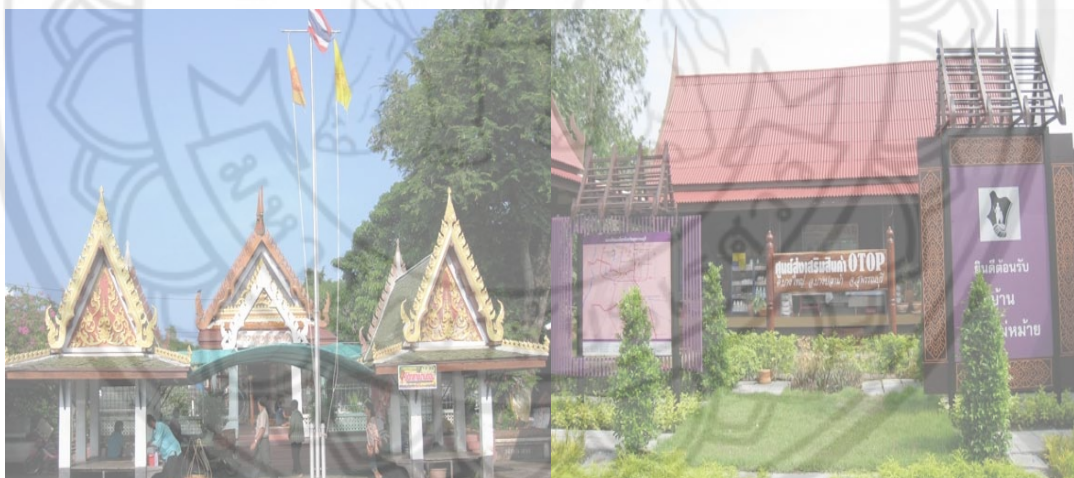


ภาพ 5 แสดงภาพการจัดการด้านอาหารของเรือนไทยบ้านบางแม่หม้ายโฮมสเตย์

ภาคผนวก ค แสดงภาพการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน

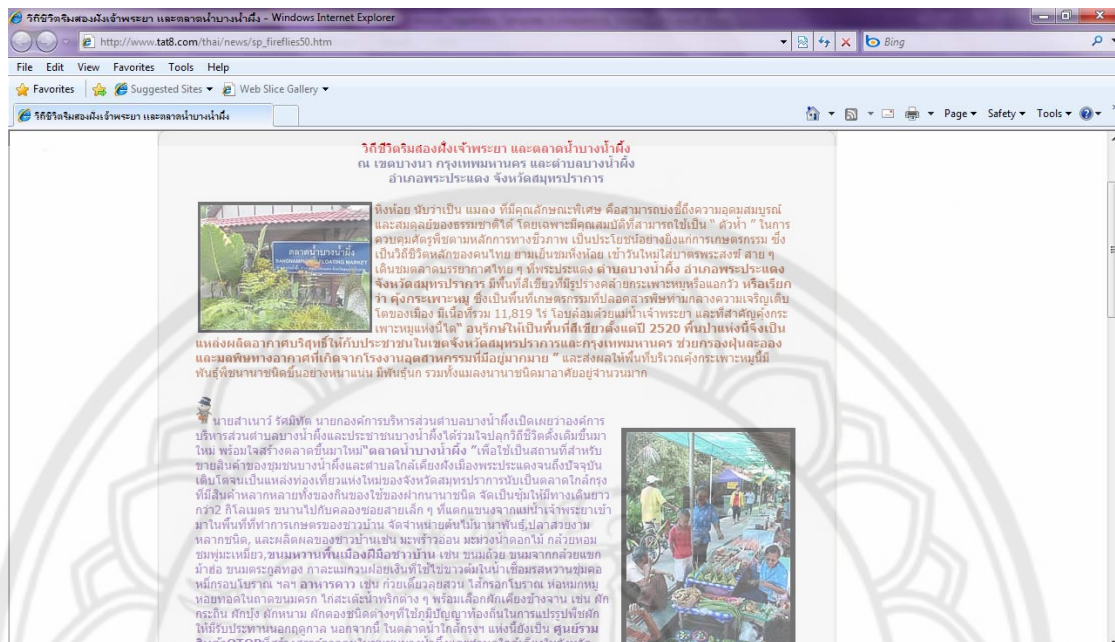


ภาพ 6 แสดงภาพการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนของบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์

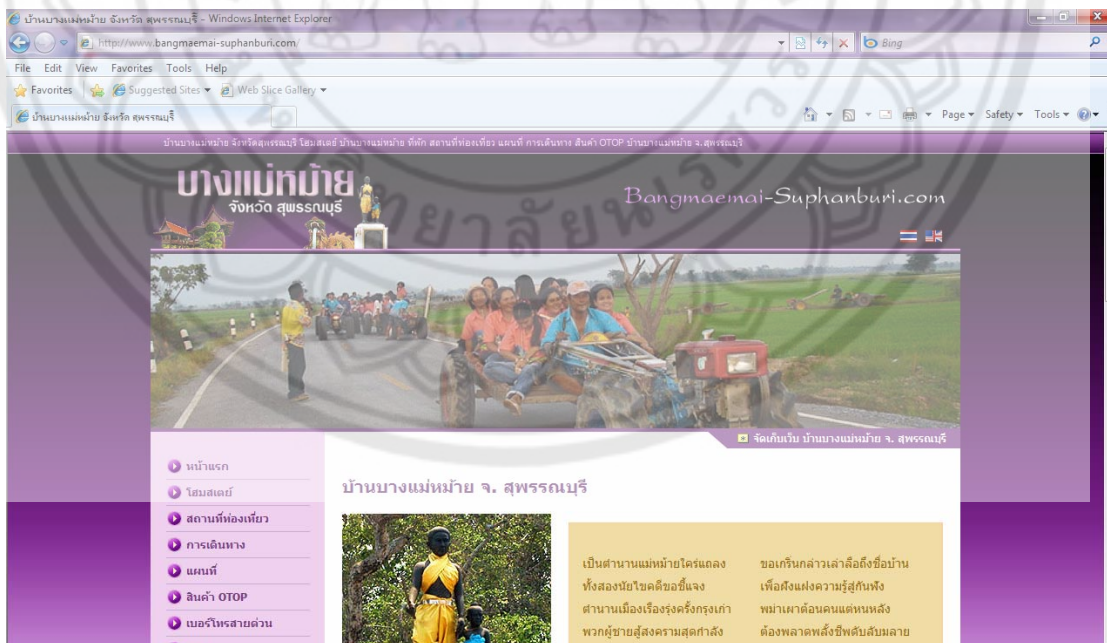


ภาพ 7 แสดงภาพการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชนของ เรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย โฮมสเตย์

ภาคผนวก ง แสดงภาพการดำเนินงานกิจกรรมทางการตลาด



ภาพ 8 แสดงภาพการดำเนินงานกิจกรรมทางการตลาดของบางน้ำผึ้งโฮมสเตย์



ภาพ 9 แสดงภาพการดำเนินงานกิจกรรมทางการตลาดของ เรือนไทยบ้านบางแม่หม้าย โฮมสเตย์

ภาคผนวก จ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ :

กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 1 คุณสมบัติส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หรือกรอกรายละเอียดตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ (1) ชาย (2) หญิง
2. อายุ (1) ต่ำกว่า 20 ปี (2) 20 – 30 ปี (3) 31 – 40 ปี
 (4) 41 – 50 ปี (5) มากกว่า 50 ปี
3. ระดับการศึกษา
 (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี (2) ปริญญาตรี
 (3) ปริญญาโท และสูงกว่า
4. อาชีพ
 (1) นักเรียน/นักศึกษา (2) พนักงานบริษัทเอกชน
 (3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 (5) อื่นๆ โปรดระบุ
5. รายได้ต่อเดือน
 (1) น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท (2) 10,001 – 20,000 บาท
 (3) 20,001 – 30,000 บาท (4) มากกว่า 30,000 บาท
6. ที่อยู่ปัจจุบัน
 (1) ภาคกลาง (2) ภาคเหนือ (3) ภาคใต้
 (4) ภาคตะวันออก (5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (6) ภาคตะวันตก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโฮมสเตย์

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หรือกรอกรายละเอียดของท่านตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังหมู่บ้านโฮมสเตย์ (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- (1) ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน /เอกลักษณ์/วัฒนธรรมท้องถิ่น
- (2) ต้องการใกล้ชิดชุมชนและได้สัมผัสธรรมชาติ
- (3) ต้องการที่พักสะดวก มีความปลอดภัยสูง
- (4) อื่นๆ โปรดระบุ

2. เกณฑ์ในการคัดเลือกโฮมสเตย์ (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- (1) บ้านพัก (2) ราคา
- (3) การเดินทาง (4) กิจกรรมภายในชุมชน
- (5) แหล่งท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ (๕) อื่นๆ โปรดระบุ

3. กิจกรรมที่ส่งผลต่อการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์ (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- (1) การเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน (2) การฝึกทำอาหารไทย ชมไทย
- (3) การชมสวนผลไม้ (4) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- (5) อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 3 วิธีการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความพึงพอใจ โปรดตอบคำถามทุกข้อ

วิธีการจัดการ และกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
การจัดการด้านที่พัก					
1. การบริการด้านการจอง คำแนะนำ การติดต่อ					
2. การบริการ และความเป็นมิตรของเจ้าของบ้าน					
3. สาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำดื่ม มีคุณภาพ ใช้งานได้ดี					
4. ที่พัก สะอาด มีมุ้ง หรือมุ้งลวดเพื่อป้องกันยุง และแมลง					
5. ห้องน้ำ ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน					

วิธีการจัดการ และกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์	ระดับความพึงพอใจ				
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
การจัดการด้านอาหาร					
6. ชนิดของอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร ปริมาณ และประเภทอาหารที่เหมาะสม การปรุงอาหารอย่างถูกสุขลักษณะและใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากท้องถิ่น					
7. น้ำดื่มที่สะอาด มีฝาปิดมิดชิด และไม่มีตะกอน					
8. ภาชนะบรรจุอาหารอยู่ในสภาพที่สะอาดและปลอดภัย ไม่มีคราบ					
9. ห้องครัว และอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวถูกสุขลักษณะ					
10. การจัดการขยะที่ถูกสุขลักษณะ					
การจัดการกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน					
11. การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจ บริเวณแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมีความสะอาด และสวยงาม					
12. การดูแลความปลอดภัย การให้ข้อมูลความรู้ และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ภายในชุมชน					
13. ความเป็นมิตรของเจ้าของบ้าน และคนในชุมชน					
14. ความรู้ ความสามารถของผู้นำกิจกรรมแต่ละสถานที่ภายในชุมชน					
15. ความร่วมมือของคนในชุมชนต่อการจัดกิจกรรมของโฮมสเตย์					
การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด					
16. ความหลากหลายของช่องทางการติดต่อเข้าพัก เช่น โทรศัพท์ แฟกซ์ อีเมล					
17. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร					
18. การซื้อบริการแบบเป็นแพ็คเกจ รวมทั้งที่พักและกิจกรรม					
19. รูปแบบและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					
20. ความน่าสนใจ และความหลากหลายในการจัดกิจกรรมของโฮมสเตย์					

ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้
ผู้วิจัย

ภาคผนวก ฉ หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานบริการการศึกษา โทร. 2443, 2444

ที่ ศธ 0527.02.01/0๑๗๔

วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

เรียน ดร.สรินดา อารีธรรมศิริกุล

ด้วย นางสาวปรมาพร มุจจลินท์วิมุตติ รหัสประจำตัว 51912708 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชา
การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการศึกษาค้นคว้าด้วย
ตนเอง เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบ
ระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี" เพื่อเป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ
เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้
ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือที่ใช้
ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่ง
ว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นฤกุล บำรุงไทย)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร รักษาการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานบริการการศึกษา โทร. 2443, 2444

ที่ ศธ 0527.02.01/0925

วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

เรียน ดร.กัณทิรา เลิศเดชเดชา

ด้วย นางสาวปรมาพร มุจจลินท์วิมุตติ รหัสประจำตัว 51912708 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุกูล บำรุงไทย)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร รักษาการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0527.02.01/0๙๙๔



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000

4 กุมภาพันธ์ 2553

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

เรียน ดร.ประกาศศรี พรหมประกาย

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จำนวน 1 ฉบับ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จำนวน 1 ฉบับ

ด้วย นางสาวปรมาพร มุจจลินทวิมุตติ รหัสประจำตัว 51912708 นิสิตปริญญาโท สาขาวิชา
การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการจัดการและกิจกรรมของธุรกิจโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างอำเภอ
พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และอำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี" เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษา
ค้นคว้าด้วยตนเอง

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พิจารณาแล้วเห็นว่า
ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจ
แก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุกูล บำรุงไทย)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร รักษาการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

งานบริการการศึกษา

โทร 0-5596-2444 ต่อ 115-119

โทรสาร 0-5596-2066



ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	ปรมาพร มุจฉลินทิมูติ
วัน เดือน ปีเกิด	7 กุมภาพันธ์ 2526
ที่อยู่ปัจจุบัน	75 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตย เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
ที่ทำงานปัจจุบัน	ซีดับบลิวที คอนซัลต์ติ้ง อาคารคิวเ้าส์ลุมพินี ชั้น 27 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ประสานงาน
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2548	ว.บ. (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2549	ศศ.บ. (รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง