



**ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ:
กรณีศึกษา โฮมสเตย์ในเขตพื้นที่ภาคใต้**

**Factors Affecting Foreign Tourists Traveling to Homestay in Thailand:
A Case Study of Homestay in Southern Area**

มนตรี เกิดมีมูล

สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้โฮมสเตย์ที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคใต้เป็นกรณีศึกษา การศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจด้วยตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป รวมจำนวนตัวอย่างในการศึกษาทั้งสิ้น 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อาชีพ รายได้ ช่องทางการติดต่อเข้าพัก บุคคลที่เดินทางมาด้วย ช่องทางการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้วิจัยเสนอให้ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ควรปรับปรุงบริการบางด้านให้ดีขึ้น อาทิ เช่น สภาพบ้านพัก วิธีการติดต่อจองที่พัก การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโฮมสเตย์ การจัดให้มีโปรโมชั่นหรือแพคเกจท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักที่โฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : โฮมสเตย์, นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ, ปัจจัย, การพักผ่อน

Abstract

The aim of the research paper was to explore the factors affecting foreign tourists when traveling to homestay in Thailand, Southern Area . Four hundred foreign tourists (400 participants) that travelled to homestay in southern of Thailand were selected as the sample group. Frequencies, Mean, standard deviation, t-test and F-test were employed to analyze the data at the significance level of 0.05. The results indicated that the factors affecting foreign tourists when traveling to homestay in southern of Thailand were occupation, income, trip arrangement, partner in the trip, source of information about the homestay, marketing promotion , personnel, and physical environment. The author suggested that the homestay owner should develop the service such as room reservation, information about the homestay, promotion or package tour arrangement, in order to attract more tourists.

Keywords : Homestay, Foreign Tourist, Factor, stay



บทนำ

การท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยว เป็นต้น (ฉันทขวรรณธอม, 2552) ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) จึงประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ เช่น ร้านอาหาร รถเช่า ที่พัก ฯลฯ ประเทศไทยนับเป็นประเทศหนึ่งที่ให้ความสำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทที่เห็นชัดเจนในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจ อันเนื่องมาจากการเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆ จากการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จากบทบาทที่สำคัญดังกล่าว คณะรัฐมนตรี โดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี จึงได้กำหนดนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยในนโยบายด้านที่ 6 การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ได้กำหนดแนวทางในการชักจูงให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่นร่วมกันหรือจัดเป็นกลุ่มได้ เช่น กลุ่มธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสุขภาพ ทั้งยังจะให้เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยเน้นการให้ความรู้และเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การควบคุมสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แก่ นักท่องเที่ยว (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2557)

โฮมสเตย์ (Homestay) เป็นรูปแบบหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เป็นการดำเนินกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ประกอบด้วย การให้บริการบ้านพัก กิจกรรมท่องเที่ยวที่อยู่ในลักษณะเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ วัฒนธรรม และประเพณีของชุมชน อาทิ เช่น การเรียนรู้และร่วมดำเนินวิถีชีวิต และวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น การชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน การเดินป่าชมธรรมชาติ เป็นต้น (กรวรรณ สังขกร, 2555) ปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบของการพักผ่อนในโฮมสเตย์ กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ๆ ชอบตลอง รักการผจญภัย รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องก็ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ดังเช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์ ทางกระทรวงได้มอบหมายให้ กรมการท่องเที่ยว กำหนดมาตรฐานของโฮมสเตย์ไทยขึ้น และใช้เป็นกรอบในการติดตามประเมินผลการดำเนินงานของโฮมสเตย์แต่ละแห่งทั่วประเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการ ให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวในระดับประเทศ

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาเพื่อหาแนวทางที่จะช่วยส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวประเภทโฮมสเตย์ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะสนใจในวิถีชีวิต ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีของคนในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวอยู่แล้ว จากข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและพักผ่อนในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2558 รวบรวมโดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีดังต่อไปนี้ (กรมการท่องเที่ยว, 2558)

ภาค	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมทั้งหมด (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	3,739,224	14.28
ภาคตะวันตก	388,168	1.48
ภาคกลาง (ยกเว้น กทม.)	1,064,049	4.06
ภาคตะวันออก	2,195,105	8.38
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	483,562	1.85
ภาคใต้	18,313,002	69.94
รวมทั้งประเทศ	26,183,110	100.00



จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนในประเทศไทยมีจำนวนมากพอสมควร การส่งเสริมให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักตามแหล่งที่พักประเภทโฮมสเตย์ นอกจากจะทำให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์วิถีชีวิต ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีที่ดั้งเดิมของคนในชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวชม เท่ากับเป็นการรักษามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนเอาไว้ให้คนรุ่นลูกหลานได้ศึกษาเรียนรู้ต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่ภาคใต้ เนื่องจากเป็นภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนมากที่สุด ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้นอกจากจะใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทาง เพื่อส่งเสริมให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยมากขึ้นแล้ว ยังเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของโฮมสเตย์ที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านพื้นที่เป้าหมาย พื้นที่เป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สถานประกอบการพักแรมประเภท โฮมสเตย์ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดต่างๆ ทางภาคใต้ของประเทศไทย โดยเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองว่ามีคุณภาพได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยทำการศึกษาการมีผลของปัจจัยลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากร ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยตามหลักทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกสัญชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักตามโฮมสเตย์ในจังหวัดต่างๆ ทางภาคใต้ของประเทศไทย

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจด้วยตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการท่องเที่ยว การให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการของโฮมสเตย์ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าพัก

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบรายสะดวก จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งจากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในปี พ.ศ.2558 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 18,313,002 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2558) ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ตัวเลขข้อมูลดังกล่าวนี้เป็นกรอบในการสุ่มตัวอย่าง และกำหนดจำนวนตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน ซึ่งอยู่ในระดับความเชื่อมั่น 95% ตามสูตรการคำนวณจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมของ Taro Yamane (1973)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน Analysis of variance (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่คาดว่าจะมีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญ .05

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง ประชาชนที่มีเชื้อชาติไทยและมีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ที่เดินทางมาจากต่างประเทศและมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ในเขตพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย

การเข้าพักที่โฮมสเตย์ หมายถึง จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของโฮมสเตย์ที่เข้าพัก 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ



การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวและการเข้าพักตามแหล่งที่พักต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น จากการศึกษพบว่า ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยในลักษณะที่เป็นกรณีศึกษา เช่น เป็นการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือศึกษาในกรณีของแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง และส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางด้านประชากร ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยว และปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด อาทิ เช่น งานวิจัยของ บุญส่ง นันทอง (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และพบว่า ปัจจัยลักษณะทางด้านประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก ได้แก่ อายุ ภูมิฐานะ และอาชีพ ในขณะที่ปัจจัยด้านบริการเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ งานวิจัยของ ตฤณ พริ้งประเสริฐ (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และด้านบุคลากร งานวิจัยของ ทศวรินทร์ วุฒิสารวรารณ (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และพบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และพบว่า ค่านิยมในการดำเนินชีวิต และการรับรู้ข่าวสารมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว งานวิจัยของ อรุณี ลอมเศรษฐี (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ และภูมิฐานะ ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านที่พักและบริการ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานและลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา งานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน และพบว่า ปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในขณะที่

ปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงามของธรรมชาติ ความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยวและ กิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเที่ยวประเทศไทย งานวิจัยของ ดวงสมร ส่องเมืองสุข (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา เป็นปัจจัยลักษณะทางด้านประชากรที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยว และพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านความถี่ ในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย การมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก ความประทับใจเกี่ยวกับความสะดวกและสาธารณูปโภค มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว งานวิจัยของ นาทยา เจริญผล (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวเอเชีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชีย ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านส่งเสริมการตลาด ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ อาชีพ และรายได้ต่อปี งานวิจัยของ ชุติศักดิ์ ชุติศรี (2555) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแบบประเภทรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัด สุราษฎร์ธานี และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา ตามลำดับ งานวิจัยของ อัญญพัชร โชติวชิระพงศ์ (2556) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการให้บริการ งานวิจัยของ จุฑาภรณ์ ฮาร์ล (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และถิ่นกำเนิด ในขณะที่ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความถี่ในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ เหตุผลหลักในการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศ ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจ



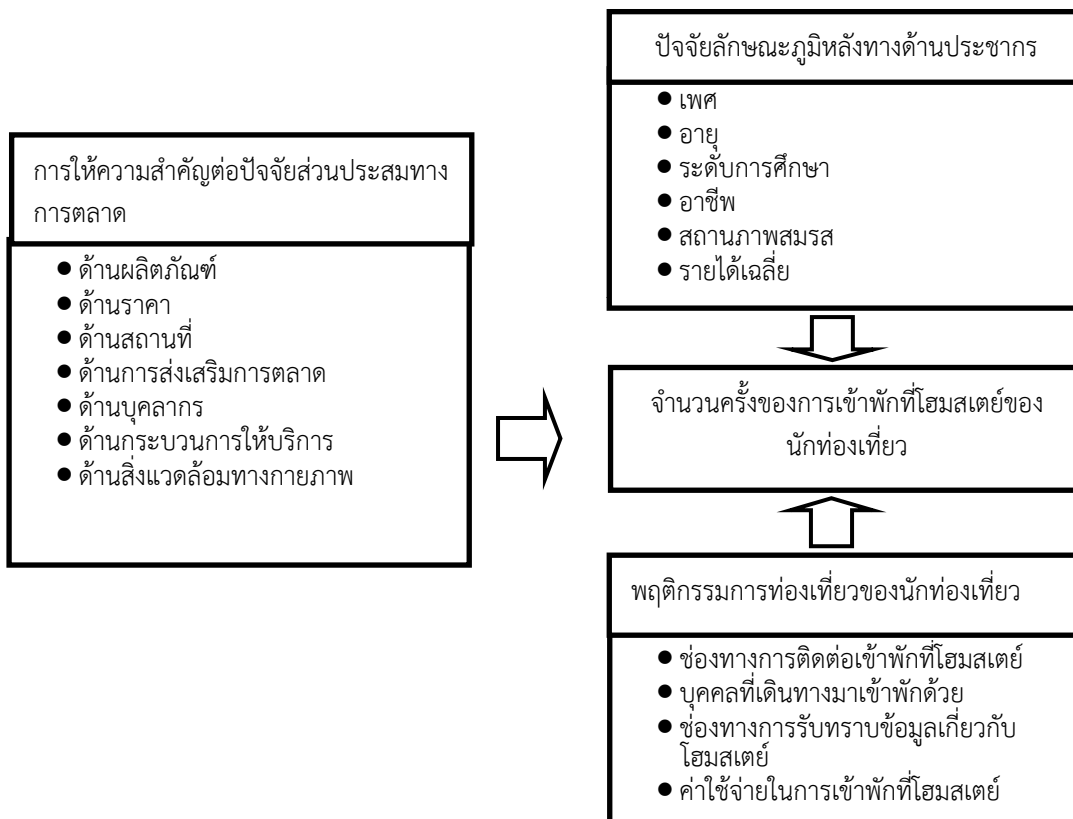
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในต่างประเทศ และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรม ด้านการบริการ และการมีอัตราค่าไม่ตรี งานวิจัยของ อธิชา อัยยะศิริ (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และพบว่า เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจ และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา งานวิจัยของ ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด งานวิจัยของ วรากร คำปลิว (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ และพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านราคา ตามลำดับ งานวิจัยของ สุกุล จริยาแจ่มสิทธิ์ (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และพบว่า ปัจจัยด้านการคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ด้านสาธารณูปโภค และด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่า ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว และการเข้าพักตามแหล่งที่พักต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นั้น ส่วนใหญ่พบการมีผลของปัจจัยลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฯลฯ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้น งานวิจัยส่วนใหญ่มักพบการมีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านใดด้านหนึ่งด้วยเสมอ โดยงานวิจัยบางเรื่องพบการมีผลของปัจจัยบางด้าน ในขณะที่งานวิจัยบางเรื่องก็พบการมีผลของปัจจัยหลายด้าน ซึ่งจากรวบรวมผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาปัจจัยลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากร และปัจจัยทางด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยว และปัจจัยด้านการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเดินทางมาเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยกำหนดกรอบแนวคิดไว้ดังนี้





สมมติฐานของการศึกษา

จากกรอบแนวคิดในการศึกษาผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ช่องทางการติดต่อเข้าพักที่โฮมสเตย์ บุคคลที่เดินทางมาเข้าพักด้วย ช่องทางการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์ ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่โฮมสเตย์ มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 : การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการศึกษาไว้ 3 สมมติฐาน เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยใช้การทดสอบ t และ F ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งผลของการทดสอบสมมติฐานในแต่ละข้อปรากฏผลดังนี้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 : ลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน		
เพศ				$t = -0.618$	$\text{Sig.} = 0.537$
ชาย	236	1.26	0.545		
หญิง	163	1.30	0.677		
อายุ				$F = 0.740$	$\text{Sig.} = 0.529$
ไม่เกิน 20 ปี	31	1.32	0.475		
อายุ 21 – 30 ปี	163	1.31	0.699		
อายุ 31 – 40 ปี	134	1.28	0.570		
ตั้งแต่ 41 ปี ขึ้นไป	69	1.19	0.463		
รวม	397	1.28	0.604		
ระดับการศึกษา				$F = 0.661$	$\text{Sig.} = 0.577$
มัธยมศึกษา	119	1.31	0.579		
อาชีวศึกษา/สายอาชีพ	44	1.34	0.608		
ปริญญาตรี	177	1.27	0.644		
สูงกว่าปริญญาตรี	57	1.19	0.515		
รวม	397	1.28	0.603		
อาชีพ				$F = 4.948$	$\text{Sig.} = 0.002$
พนักงานบริษัท	200	1.26	0.504		
นักธุรกิจ/ค้าขาย	55	1.51	0.940		
เกษตรกร	31	1.03	0.180		
นักเรียน/นักศึกษา	104	1.24	0.549		
รวม	390	1.27	0.603		



พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน		
สถานภาพสมรส				F =0.758	Sig. =0.469
โสด	239	1.26	0.536		
สมรสแล้ว	144	1.32	0.716		
หย่าร้าง/ม่าย	14	1.14	0.363		
รวม	397	1.28	0.603		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				F=4.725	Sig.=0.003
ไม่มีรายได้	103	1.21	0.412		
ไม่เกิน 50,000 บาท	11	1.55	0.522		
50,001 – 100,000 บาท	15	1.47	0.743		
มากกว่า 100,000 บาท	31	1.68	1.107		
รวม	160	1.35	0.665		

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากรที่มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งในการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อาชีพ ($F = 4.948$, $Sig. = 0.002$) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($F = 4.725$, $Sig. = 0.003$) โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจหรือค้าขาย มีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งของการเดินทางมาพักที่โฮมสเตย์สูงสุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูง คือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท มีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งของการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในระดับอื่น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เดินทางมาจากทางทวีปยุโรปและอเมริกา ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยค่อนข้างสูง จึงทำให้ผู้ที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักตามโฮมสเตย์ต่างๆ ในประเทศไทย เป็นผู้ประกอบอาชีพที่มีรายได้สูง ซึ่งก็คืออาชีพที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจหรืออาชีพค้าขาย

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ช่องทางการติดต่อเข้าพักที่โฮมสเตย์ บุคคลที่เดินทางมาเข้าพักด้วย ช่องทางการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์ ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่โฮมสเตย์ มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการติดต่อเข้าพักที่โฮมสเตย์ บุคคลที่เดินทางมาเข้าพักด้วย ช่องทางการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์ และ ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่โฮมสเตย์

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน		
ช่องทางการติดต่อเข้าพัก				t = 2.654	Sig. = 0.008
ติดต่อด้วยตนเอง	212	1.36	0.711		
ติดต่อผ่านบริษัททัวร์	174	1.20	0.443		
บุคคลที่เดินทางมาเข้าพักด้วย				F = 3.451	Sig. = 0.009
มาคนเดียว	42	1.19	0.552		
แฟน/คู่สมรส	57	1.42	0.885		
ครอบครัว/ญาติ	28	1.50	0.577		
เพื่อน	129	1.33	0.627		
กลุ่มลูกค้าทัวร์	143	1.17	0.411		
รวม	399	1.28	0.603		
ช่องทางการทราบข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์				F = 5.470	Sig. = 0.005
มีบุคคลอื่นบอก	78	1.44	0.695		
บริษัททัวร์	140	.16	0.409		
อินเทอร์เน็ต	179	.31	0.671		
รวม	397	1.28	0.604		



พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ค่าใช้จ่ายในการเข้าพักที่โฮมสเตย์			
F = 1.265 Sig. = 0.286			
ไม่เกิน 5,000 บาท	66	1.21	0.595
5,001 – 10,000 บาท	93	1.29	0.563
10,001 – 15,000 บาท	86	1.17	0.411
มากกว่า 15,000 บาท	111	1.32	0.716
รวม	356	1.26	0.592

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งในการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ช่องทางการติดต่อเข้าพักที่โฮมสเตย์ ($t = 2.654$, Sig. = 0.008) บุคคลที่เดินทางมาเข้าพักด้วย ($F = 3.451$, Sig. = 0.009) และ ช่องทางการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์ ($F = 4.038$, Sig. = 0.008) โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการติดต่อเข้าพักกับทางโฮมสเตย์โดยตรงมีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งของการเข้าพักสูงกว่าผู้ที่ติดต่อผ่านทางบริษัททัวร์ กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาเข้าพักพร้อมกับครอบครัวหรือญาติพี่น้อง มีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งของการเข้าพักสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ และกลุ่มตัวอย่างที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์จากบุคคลอื่นบอก

มีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งของการเข้าพักสูงกว่าตัวอย่างในกลุ่มอื่นๆ ซึ่งอาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักตามโฮมสเตย์ต่างๆ นั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ชอบการเรียนรู้และค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ จึงมักทำการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และจัดการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง จึงทำให้ตัวอย่างในกลุ่มนี้มีค่าเฉลี่ยของจำนวนครั้งที่เดินทางมาเข้าพักสูงกว่าตัวอย่างในกลุ่มอื่นๆ

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 : การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนครั้งของการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านผลิตภัณฑ์			
F = 2.387 Sig. = 0.069			
มากที่สุด	5	1.00	0.000
มาก	124	1.19	0.430
ปานกลาง	257	1.32	0.655
น้อย	14	1.50	0.855
น้อยที่สุด	0	0.00	0.000
รวม	400	1.28	0.602
ด้านราคา			
F = 0.181 Sig. = 0.909			
มากที่สุด	16	1.19	0.403
มาก	187	1.29	0.606
ปานกลาง	187	1.27	0.589
น้อย	6	1.33	0.516
น้อยที่สุด	0	0.00	0.000
รวม	396	1.28	0.589



การให้ความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน		
ด้านสถานที่				F = 0.550	Sig. = 0.649
มากที่สุด	15	1.33	0.488		
มาก	168	1.24	0.604		
ปานกลาง	200	1.30	0.591		
น้อย	17	1.41	0.795		
น้อยที่สุด	0	0.00	0.000		
รวม	400	1.28	0.602		
ด้านการส่งเสริมการตลาด				F = 5.949	Sig. = 0.000
มากที่สุด	8	1.13	0.354		
มาก	127	1.18	0.478		
ปานกลาง	245	1.29	0.552		
น้อย	18	1.89	1.367		
น้อยที่สุด	1	0.00	0.000		
รวม	399	1.28	0.602		
ด้านบุคลากร				F = 4.554	Sig. = 0.004
มากที่สุด	4	1.00	0.000		
มาก	202	1.22	0.440		
ปานกลาง	185	1.34	0.719		
น้อย	3	2.33	1.528		
น้อยที่สุด	0	0.00	0.000		
รวม	394	1.28	0.605		
ด้านกระบวนการให้บริการ				F = 0.953	Sig. = 0.415
มากที่สุด	71	1.31	0.729		
มาก	149	1.28	0.568		
ปานกลาง	165	1.25	0.548		
น้อย	13	1.54	0.877		
น้อยที่สุด	0	0.00	0.000		
รวม	398	1.28	0.603		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ				F = 3.891	Sig. = 0.009
มากที่สุด	19	1.00	0.000		
มาก	214	1.22	0.509		
ปานกลาง	158	1.39	0.730		
น้อย	6	1.33	0.516		
น้อยที่สุด	0	0.00	0.000		
รวม	397	1.28	0.604		

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งในการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($F = 5.949$, $Sig. = 0.000$) ปัจจัยด้านบุคลากร ($F = 4.554$, $Sig. = 0.004$) และ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($F = 3.891$, $Sig. = 0.009$) โดยพบประเด็นของผลการศึกษาน่าสนใจว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญต่อยังกล่าวในระดับมากจะมีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งของการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์ต่ำกว่าผู้ที่ให้ความสำคัญน้อยกว่า ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้ที่ให้ความสำคัญต่อยังกล่าวในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักที่โฮมสเตย์ เกิดความไม่ประทับใจหรือไม่พึงพอใจในคุณภาพของการให้บริการของโฮมสเตย์ในปัจจัยดังกล่าว จึงตัดสินใจที่จะไม่เดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์อีก ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญ



ต่อปัจจัยดังกล่าวในการตัดสินใจมากนัก จึงไม่คาดหวังต่อคุณภาพของการให้บริการ และยังคงชื่นชอบต่อการเดินทางมาเข้าพักที่โฮมสเตย์อีก

บทสรุปและการอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ : กรณีศึกษา โฮมสเตย์ในเขตพื้นที่ภาคใต้” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าพักที่โฮมสเตย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยศึกษาเฉพาะกรณีของโฮมสเตย์ที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรลักษณะภูมิหลังทางด้านประชากรที่มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งในการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อาชีพ และรายได้บุคคลเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญส่ง นันทอง (2553) ที่พบว่า อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศวารินทร์ วุฒิสารวรภรณ์ (2554) ที่พบว่า อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเมืองพัทยา สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี ลอมเศรษฐี (2554) ที่พบว่า อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2555) ที่พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นปัจจัยหลักดันที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงสมร ส่องเมืองสุข (2555) ที่พบว่า อาชีพ มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาทยา เจริญผล (2555) ที่พบว่า อาชีพ และรายได้ต่อปี มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชีย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุฑาภรณ์ ฮาร์ล (2557) ที่พบว่า อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิชา อัยยะศิริ (2558) ที่พบว่า อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สำหรับตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งในการเข้าพักที่โฮมสเตย์ ผลการศึกษานี้พบว่า ตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผล ได้แก่ ช่องทางการติดต่อเข้าพัก บุคคลที่เดินทางมาเข้าพักด้วย และแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโฮมสเตย์ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาภรณ์ ฮาร์ล (2557) ที่พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศ

มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

สำหรับตัวแปรเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความแตกต่างของจำนวนครั้งในการเข้าพักที่โฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว พบว่า ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตฤณ พริ้งประเสริฐ (2554) ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาทยา เจริญผล (2555) ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งชาวยุโรปและชาวเอเชีย ในการเลือกใช้บริการที่พักในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญญพัชร โชติวชิระพงศ์ (2556) ที่พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิโสสม ดวงรักษา (2558) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สกฤต จริยาแจ่มสิทธิ์ (2559) ที่พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ควรปรับปรุงการให้บริการด้านการติดต่อเข้าพัก และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด เนื่องจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ช่องทางการติดต่อเข้าพักมีผลต่อจำนวนครั้งของการเข้าพักของนักท่องเที่ยว โดยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ติดต่อเข้าพักกับทางโฮมสเตย์ด้วยตนเองมีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งการเข้าพักสูงกว่านักท่องเที่ยวที่ติดต่อผ่านทางบริษัททัวร์
2. ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ควรเพิ่มกลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นทางด้านราคาหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักที่โฮมสเตย์ เนื่องจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อจำนวนครั้งของการเข้าพักของนักท่องเที่ยว
3. ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ควรปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของที่พักให้ดีขึ้น เช่น ปรับปรุงสภาพบ้านพัก ห้องน้ำ ห้องสุขา ให้มีความสะอาด มั่นคงแข็งแรง จัดทำป้ายแนะนำเส้นทางไปยังที่พักให้เห็นชัดเจน เข้าใจง่าย เนื่องจากผลการศึกษา



ครั้งนี้พบว่า ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อจำนวนครั้งของการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิตินักท่องเที่ยว. [Online]. เข้าถึงได้จาก www.tourism.go.th/home. 2558.
- กรวรรณ สังขกร. (2555). ความรู้พื้นฐานและมาตรฐานการจัดการ Homestay. เอกสารประกอบการบรรยาย หลักสูตรอบรม “การจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ (Homestay)” คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุฑาภรณ์ ฮาร์ล และ ศศิธร จัวนพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ. 4 (กรกฎาคม - กันยายน) : 415 - 426.
- ฉันทิชา วรรณอนม. (2552). การวางแผนและการจัดการนำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : ธีรพันธ์ เอ็ดดูเคชั่น.
- ชูศักดิ์ ชูศรี. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแบบประเภทรีสอร์ทในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ใน บทความนำเสนอในการประชุมวิชาการ “พะเยาวิจัย ครั้งที่ 1”. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ดวงสมร ส่องเมืองสุข. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ตฤณ พริ้งประเสริฐ, พิทักษ์ ศิริวงศ์, ประสพชัย ประสพชัย พสุนนท์. (2554). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์บริเวณถนนข้าวสาร. วารสารวิจัย มข. (บศ.). 11 (กรกฎาคม - กันยายน) : 121 - 130.
- ทศวรินทร์ ภูมิสารวรรณ, สุรติ สุพิชญางกูร, สาวิตรี บินทลันต์. (2554). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์. 5 (เมษายน) : 2 - 18.
- นิตยา เจริญผล. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. รายงานค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุญส่ง นันทอง. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- วรกร คำปลิว, บังอร ฉัตรรุ่งเรือง, ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารพิชเนศวร์สาร. 12 (กรกฎาคม - ธันวาคม) : 139 - 148.
- ศศิสม ดวงรักษา. (2558). เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. รายงานค้นคว้าอิสระ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สกุล จริยาแจ่มสิทธิ์ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 10 (มกราคม - มิถุนายน) : 105 - 114.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2557). คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. 18 (พฤษภาคม) : 84 - 104.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อัญญาพัชร โชติวชิระพงศ์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- อริชา อัยยะศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Yamane, Taro. (1973). An Introductory Analysis. New York : Harper and Row.