

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพ
การบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Tourists's Satisfaction on Service Quality of
Klong Noi Homestay Mueang District, Surat Thani Province

ปิ่นฤทัย คงทอง ¹	Pinruthai Khongthong
นัตตินาภรณ์ จำนงลักษณ์ ²	Nattinaporn Chamnonglak
นัทธมล สวนแก้ว ³	Nattamon Suankaew
ปานิสรา เจียวก๊ก ⁴	Panisara Jiawkok
สุนิตา ชัยณรงค์ ⁵	Sunita Chamnonglak

¹ อาจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
Lecturer in Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University,
Surat Thani Campus

² นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
Undergraduate student, Bachelor of Business administration, Tourism Business Management
Program, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

³ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
Undergraduate student, Bachelor of Business administration, Tourism Business Management
Program, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

⁴ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
Undergraduate student, Bachelor of Business administration, Tourism Business Management
Program, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

⁵ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

เสาวภา มาศโอสถ ⁶	Saowapa Masosot
อริสรา ลิมานิ ⁷	Arisara Limani
ชญาณิล นิลประยูร ⁸	Chayanin Ninprayoon

Received : 18 มกราคม 2564

Revised : 20 กันยายน 2564

Accepted : 21 ตุลาคม 2564

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ และเพื่อเปรียบเทียบกับลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ

Undergraduate student, Bachelor of Business administration, Tourism Business Management Program, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

⁶ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Undergraduate student, Bachelor of Business administration, Tourism Business Management Program, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

⁷ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Undergraduate student, Bachelor of Business administration, Tourism Business Management Program, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

⁸ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Undergraduate student, Bachelor of Business administration, Tourism Business Management Program, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน คือ t-test ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือความไว้วางใจ ความตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผลการเปรียบเทียบกับลักษณะประชากรศาสตร์กับคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชน คลองน้อย พบว่า เพศ รายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน รายได้ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือความไว้วางใจ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าแตกต่างกัน อาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ คลองน้อยโฮมสเตย์

Abstract

This research aimed to study tourists' satisfaction on service quality of Klong Noi homestay Mueang district, Surat Thani province. The quantitative research techniques were employed to address the research questions. The data were collected from 400 tourists using an accidental sampling technique. Data were analysed and explained via the descriptive and inferential statistics, and t - test. The finding of the study showed that the tourists were satisfied on the overall service quality the highest level. All aspects where the highest level of satisfaction include tangible's reliability responsiveness assurance and empathy. The comparative result between

demographic and satisfaction on service quality of Klong Noi homestay indicates that the differences of gender, income no deference on satisfaction levels with service quality. The income include tangible, reliability and assurance aspect were different. The different of occupations were different levels of satisfaction with the service quality. However, tangibles, responsiveness and empathy aspects no deference.

Keywords : satisfaction, service Quality, Klong Noi Homestay

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย สร้างงานสร้างอาชีพและรายได้ให้กับประชาชน ประกอบกับประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์จึงนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายรวมถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ต่อชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงรากเหง้าของชุมชนเน้นความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560) ชุมชนเป็นผู้กำหนดกระบวนการทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยว เป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยว และอนุรักษ์ทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อสร้างการพัฒนาให้เกิดการยั่งยืนสู่ชนรุ่นหลังและเกิดประโยชน์สูงสุด (การท่องเที่ยว

แห่งประเทศไทย, 2551) ทั้งนี้รูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เดิมนักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือสามารถดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวพักได้ชั่วคราว โดยมีค่าตอบแทนและจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร (กรมการท่องเที่ยว, 2554) แต่ภายหลังโฮมสเตย์หลายแห่งมีการจัดบริการที่พักแยกออกมาจากบ้านของเจ้าของและมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นเป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พักและนำเที่ยวแบบสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นได้ สัมผัสกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยมของชุมชนอย่างใกล้ชิด (รินรดา กุลีช่วย และปริญญา บรรจงมณ, 2561) จากความนิยมของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ธุรกิจโฮมสเตย์ต้องเผชิญกับสถานการณ์การแข่งขันที่สูงขึ้น เจ้าของโฮมสเตย์จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงมาตรฐานการบริการในด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านที่พัก ด้านความปลอดภัย และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของเจ้าของบ้าน ด้านรายการนำเที่ยว ด้านข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเป็นมิตรแก่แขกที่ท้องถิ่นของเจ้าของบ้านหรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และด้านประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจโฮมสเตย์เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (โฮมสเตย์ไทย, 2562) อย่างไรก็ตาม โฮมสเตย์หลายแห่งในประเทศไทยยังมีปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการและคุณภาพการบริการหลายด้าน อาทิ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความคาดหวังที่แตกต่างกันระหว่างแขกผู้มาพักและเจ้าของบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านคุณภาพการบริการ คุณภาพของอาหาร ความสะอาด และความปลอดภัย ปัญหาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมโฮมสเตย์ ตลอดจนบางพื้นที่เกิดปัญหาการแข่งขันและแก่งแย่งลูกค้าของเจ้าของอันนำไปสู่ความแตกแยกภายในชุมชน (กฤตยา เตยโพธิ์ และพนัส โพธิ์บัต, 2561)

ชุมชนคลองน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เริ่มดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นในปี พ.ศ. 2549 ภายใต้การสนับสนุนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี และโครงการ

ท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (REST) ซึ่งชุมชนมีความตั้งใจที่จะสร้างความสามัคคีในการทำงานพัฒนาและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยเฉพาะความร่วมมือระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลคลองน้อยกับชาวบ้าน ให้มองเห็นคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นของดีในชุมชนและการดำเนินวิถีชีวิตของชาวบ้านในตำบลคลองน้อย (องค์การบริหารส่วนตำบลคลองน้อย, 2557) เปิดบริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ 9 หลัง แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์หลายประการ อาทิ การจัดที่พักอาศัยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมของคนในชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การโฆษณาประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์อย่างทั่วถึงอย่างแพร่หลาย ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮม สเตย์แห่งนี้ในอนาคต

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาโฮมสเตย์อันจะก่อให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีและมีมาตรฐาน ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาพักแรมโฮมสเตย์ และสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย

สมมติฐาน

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และช่วงรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมแตกต่างกัน

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษานี้มีขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ โฮมสเตย์ชุมชนคลองน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2562 - สิงหาคม พ.ศ. 2563

ทบทวนวรรณกรรม

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เมื่อได้รับการสนองตอบทั้งทางด้านวัตถุและทางด้านจิตใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในสิ่งที่ตั้งไว้จะเป็นความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามหากไม่ได้รับการสนองตอบตามที่คาดหวังจะเป็นความไม่พึงพอใจ Oliver (1977) กล่าวว่าความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความเป็นจริงของสินค้าหรือบริการ (Maynard, 1995) Pizam, Neumann and Rechel (1978) กล่าวว่าความพึงพอใจประกอบด้วย 2 มิติ คือ 1) มิติด้านกายภาพ (Instrumental dimensions) เช่น ความสะอาด ความหลากหลาย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาทิ ที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง ฯลฯ สภาพแวดล้อม

ทางธรรมชาติ เช่น ทิวทัศน์ ความเป็นธรรมชาติ ความสวยงาม ความสะอาดบริสุทธิ์ เป็นต้น 2) มิติทางด้านความรู้สึก (Expressive Dimension) หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านจิตวิทยา เช่น ความสะดวกสบาย การบริการ ดังนั้นความพึงพอใจต่อเจ้าบ้านหรือผู้ให้บริการควรจะวัดทั้งทางด้านกายภาพ และทางด้านจิตวิทยา

คุณภาพการบริการ หมายถึง การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและบริการที่ตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคว่าสามารถทำได้ดีเพียงใด (Kotler, Keller, Ancarani, & Costabile, 2014) ทฤษฎีคุณภาพการบริการพัฒนาโดย Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ถูกนำมาประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลายในงานวิจัยทุกสาขารวมทั้งด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการวัดผลและทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Chen & Chen, 2010) การวัดคุณภาพบริการประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน (Parasuraman et al, 1988) ได้แก่ สถานที่ ทำเลที่ตั้ง การเข้าถึง สถานที่จอดรถ (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563) สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้สำนักงาน ความทันสมัย สวยงาม สะอาด ปลอดภัย (Ismail, Hanafiah, Aminuddin & Mustafa, 2016) ความเชื่อถือความไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถในการส่งมอบการบริการให้ตรงตามสัญญาไว้กับผู้รับบริการ มีการให้บริการตรงตามมาตรฐานอย่างมืออาชีพ มีความถูกต้อง ชัดเจน สม่าเสมอ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจ (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563; นิลาวัลย์ สว่างรัตน์, 2561 Parasuraman et al, 1988) ความตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง การให้บริการที่รวดเร็วและเต็มใจ การให้บริการในทันทีที่ผู้รับบริการร้องขอ มีความพร้อมและให้บริการอย่างทั่วถึง (นิลาวัลย์ สว่างรัตน์, 2561; Parasuraman et al, 1988)

การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563; Parasuraman et al, 1988) โดยผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะและความรู้ความเชี่ยวชาญในตัวสินค้าและการบริการเป็นอย่างดี ให้ข้อมูลและนำเสนอสินค้าและบริการด้วยความมั่นใจ จริงใจและให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

แม่นยำ ด้วยความสุภาพอ่อนน้อม (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563) ตลอดจนมีความซื่อสัตย์ (Ismail et al., 2016) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง คุณภาพในการดูแลเอาใจใส่เข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการที่มีความต้องการหลากหลาย และเข้าใจถึงปัญหาของผู้รับบริการเป็นรายบุคคล (ขวัญฤทัย เดชทองคำ, 2563; นิลาวัลย์ สว่างรัตน์, 2561; Ismail et al., 2016; Parasuraman et al, 1988)

มาตรฐานโฮมสเตย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553) กำหนดการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้าน ดังนี้ มาตรฐานที่ 1 ด้านที่พัก มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหาร มาตรฐานที่ 3 ด้านความ มาตรฐานที่ 4 อัญญาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน มาตรฐานที่ 5 รายการนำเที่ยว มาตรฐานที่ 6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มาตรฐานที่ 7 ด้านวัฒนธรรม มาตรฐานที่ 8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของ มาตรฐานที่ 9 การบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และมาตรฐานที่ 10 ด้านประชาสัมพันธ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของที่พักประเภทโฮมสเตย์

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ งานวิจัยส่วนใหญ่ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการในประเด็นที่พักอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก กล่าวคือ บ้านพักที่เป็นสัดส่วน ที่พัก ที่นอนมีความสะอาดและสบาย มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาด มิดชิด มีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน มีที่จอดรถ ความปลอดภัย ด้านความปลอดภัย มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และมีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย (สุภักดิ์ศิษฏ์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ้นเจริญ, 2560; ธีระพร แสงพิรุณ และสุนทรตี นิมเนตพิณธ, 2558) ดังนั้น ธุรกิจโฮมสเตย์จึงควรมีการตกแต่งห้องพักให้สวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ความเชื่อถือความไว้วางใจ งานวิจัยส่วนใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดที่เจ้าบ้านและสมาชิกในครัวเรือนมีอัธยาศัยไมตรี มีการต้อนรับอย่างเป็นมิตร (ธนาวิทย์ บัวฝ้าย และสุทธิพรรณ ชิตินทร, 2562; รินรดา กุลีช่วย และปริญญา บรรจงมณี, 2561) การสร้างความคุ้นเคยพร้อมสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในวิถีของ

ชุมชนกับนักท่องเที่ยว (สุภัคศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ่นเจริญ, 2560) และนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน ทั้งนี้เจ้าของโฮมสเตย์ควรมีระบบการจองบ้านพักล่วงหน้า หลากหลายช่องทาง มีคู่มือหรือแผ่นพับเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวที่เป็นของตัวเอง เป็นข้อมูลจริง ชัดเจน และครบถ้วนทั้งรายการกิจกรรม แหล่งท่องเที่ยวขอควรปฏิบัติ (เพลินพรรณ โชติพงษ์, 2560)

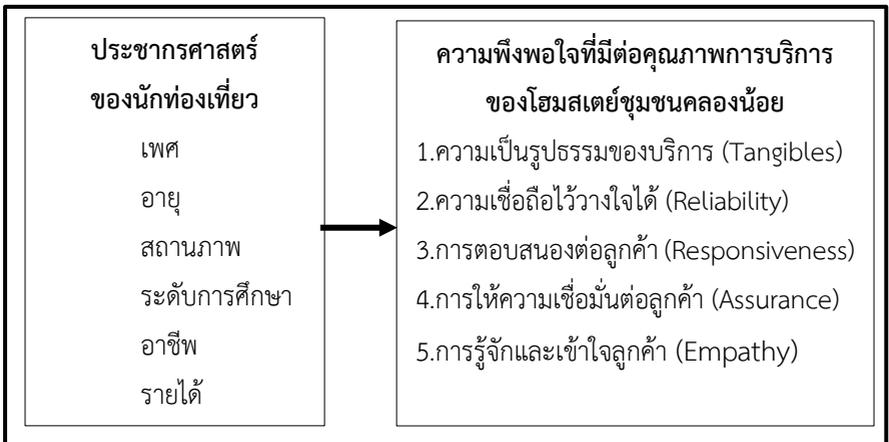
ความตอบสนอง งานวิจัยส่วนใหญ่พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านอาหารที่เจ้าของบ้านจัดไว้บริการ มีการนำเสนออาหารในรูปแบบที่หลากหลาย (ธนาวิทย์ บัวฝ่าย และสุทธิพรรณ ชิตินทร, 2562; รินรดา กุลีช่วย และปริญญา บรรจงมณี, 2561) และโภชนาการมีชนิดของอาหารท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น มีน้ำดื่มที่สะอาด (สุภัคศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ่นเจริญ, 2560) นอกจากนี้เจ้าของโฮมสเตย์ควรมีการเตรียมความพร้อมเรื่องการปฐมพยาบาลเบื้องต้นก่อนนำส่งสถานพยาบาล กรณีเกิดอุบัติเหตุฉุกเฉินหรือเกิดอุบัติเหตุและควรมีเครื่องมืออุปกรณ์สื่อสารและวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้าย ตลอดจนการให้บริการควรควรคำนึงถึงวิถีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับสภาพความจริงของชุมชนจัดกิจกรรมที่เหมาะสม (เพลินพรรณ โชติพงษ์, 2560)

การให้ความเชื่อมั่น งานวิจัยค้นพบว่าความชำนาญและทักษะของพนักงานโดยมีความเข้าใจในการบริการอย่างแท้จริงสามารถส่งการบริการจากใจด้วยกิจกรรมายาทสุภาพนุ่มนวล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด รวมถึงการบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจลูกค้าได้ (กิจดี ยงประกิจ, 2559) ตลอดจนภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด ห้อยครีว และอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวที่ถูกสุขลักษณะ ก็สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ (สุภัคศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ่นเจริญ, 2560) แต่งานวิจัยของ Ismail et al. (2016) พบว่า ผู้มาใช้บริการโฮมสเตย์มีความพึงพอใจในประเด็นการเสนอกิจกรรมที่มีความปลอดภัยและขอควรระวังเกี่ยวกับความปลอดภัยต่าง

ๆ แต่ผู้มาใช้บริการไม่พึงพอใจเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ความรู้และทักษะในการบริการของเจ้าของบ้าน

การรู้จักและเข้าใจลูกค้า งานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการดูแลเอาใจใส่ของเจ้าของบ้าน (Ismail et al., 2016) การบริการด้วยความเต็มใจ การติดต่อสื่อสารที่ดีต่อแขกและมีความเข้าใจความต้องการของแขก การให้ความสนใจเป็นพิเศษสำหรับแขกที่มีความต้องการเฉพาะ ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือในด้านอื่นๆ ที่จำเป็น (Ismail et al., 2016) ซึ่งคุณภาพการบริการถือเป็นการส่งมอบที่ตรงตามความต้องการนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันอย่างลึกซึ้งของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโฮมสเตย์ และเป็นที่ยึดจําว่าการให้บริการนั้นเป็นที่ประทับใจนำไปสู่การบอกต่อ ชื้อซ้ำหรือกลับมาใช้บริการหรือท่องเที่ยวซ้ำ ตลอดจนความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้นในที่สุด (ประจักษ์โกษาวิ้ง นภาวรรณ เนตรประดิษฐ์ และจงบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ, 2562)

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดของงานวิจัยประกอบด้วย ตัวแปรต้น คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว และตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของโฮมสเตย์ 5 ด้าน ตามทฤษฎีคุณภาพการบริการโดย Parasuraman et al. (1988) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อเปรียบเทียบกับลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย รายละเอียดดังนี้

ประชากร ประชากรในการศึกษาเป็นแบบไม่ทราบจำนวนประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาพักรวมโฮมสเตย์ชุมชนคลองน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี คำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ตอน ๆ ที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพ อาชีพ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) ให้ผู้ตอบเลือกตอบตามตัวเลือกที่กำหนดให้เพียง 1 คำตอบ โดยใช้มาตรวัดแบบนามมาตรา (Nominal scale) ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 5 ด้าน ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การรู้จักและเข้าใจลูกค้า แต่ละด้านมีข้อคำถามจำนวน 7 คำถาม รวมทั้งหมด 35 คำถาม เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) แบบให้ประมาณค่าโดยใช้โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Rating Scales 5 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 ความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด ระดับที่ 2 ความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์น้อย ระดับที่ 3 ความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ระดับที่ 4 ความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์มาก ระดับที่ 5 ความพึงพอใจ อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด แบ่งช่วงคะแนนที่ใช้วิธีการคำนวณหาความกว้างของ

อันตรภาคชั้น (Class interval) ตามเกณฑ์ของ Hirata (2009) ดังนี้ 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย 3.41 – 4.20 หมายถึง ปานกลาง 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ เพื่อให้เครื่องมือสามารถวัดได้ตรงและครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจึงให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน พิจารณาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) เป็นกฏัย คงทอง รุ่งโรจน์ เย็นชัยพุกข์ และวีรยา มีสวัสดิกุล, 2561) หลังจากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องฯ โดยใช้สูตรของ Rovinelli and Hambleton (1977) ทำการปรับปรุงข้อคำถามที่มีค่า IOC ที่ต่ำกว่า 0.5 ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เครื่องมือวิจัยมีประสิทธิภาพมากที่สุด และทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability test) ของแบบสอบถามโดยทดสอบจากกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวนนักท่องเที่ยว 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) สำหรับหาค่าความเชื่อมั่นซึ่งแบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน รวมเท่ากับ 0.71 โดยจำแนกความเชื่อมั่นของแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เท่ากับ 0.72 ด้านความเชื่อถือความไว้วางใจ เท่ากับ 0.70 ด้านความตอบสนองต่อลูกค้า เท่ากับ 0.72 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) เท่ากับ 0.70 และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า เท่ากับ 0.71 ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

สถิติที่ใช้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของโฮมสเตย์ชุมชนคลองน้อย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของโฮมสเตย์ชุมชนคลองน้อย คือ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t-test

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรีสอร์ทประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรีสอร์ทประเภทโฮมสเตย์

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง (n) จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่เพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.25 และ 43.75 ตามลำดับ จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 22-39 ปี (Generation Y) คิดเป็นร้อยละ 68.75 18-21 ปี (Gen Z) คิดเป็นร้อยละ 22.25 ช่วงอายุที่มาใช้บริการน้อยที่สุด คือ 55-60 ปี (Baby Boomer) คิดเป็นร้อยละ 0.75 สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และรองลงมา คือ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 63.25 และ 32.00 ตามลำดับ ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.5 และรองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.75 ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.25 และรองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.00 และรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีรายได้ คิดเป็นร้อยละ 36.25 และรองลงมา คือ มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.75

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรีสอร์ทประเภทโฮมสเตย์ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจคุณภาพการบริการโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.430) และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.559) ความเชื่อถือความไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.568) ความตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.508) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.477) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.495) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	4.31	0.559	มากที่สุด
2. ความเชื่อถือความไว้วางใจ (Reliability)	4.26	0.568	มากที่สุด
3. ความตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	4.30	0.508	มากที่สุด
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)	4.34	0.477	มากที่สุด
5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)	4.30	0.495	มากที่สุด
รวม	4.30	0.430	มากที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.559) และเมื่อพิจารณาตัวชี้วัดแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจที่มีค่ามากที่สุด ได้แก่ การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของโฮมสเตย์มีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.672) ความสะอาดและความสะอาดกสบายของโฮมสเตย์ ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.711) ที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.719) ในขณะที่ระดับความพึงพอใจมีค่ามากที่สุด ได้แก่ โฮมสเตย์มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการ เช่นอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.836) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของโฮมสเตย์มีความสวยงาม	4.51	0.672	มากที่สุด
2. ความสะอาดและความสะดวกสบายของโฮมสเตย์	4.22	0.711	มากที่สุด
3. ที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	4.32	0.719	มากที่สุด
4. ห้องอาบน้ำและห้องสุขาถูกสุขลักษณะ	4.36	0.743	มากที่สุด
5. อุปกรณ์ เครื่องใช้ภายในโฮมสเตย์มีความพร้อมในการใช้งานอยู่เสมอ	4.32	0.790	มากที่สุด
6. จำนวนห้องพักเพียงพอต่อการให้บริการ	4.31	0.766	มากที่สุด
7. โฮมสเตย์มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ต	4.18	0.836	มาก
รวม	4.31	0.559	มากที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ด้านความเชื่อถือความไว้วางใจ ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.80) และเมื่อพิจารณาตัวชี้วัดแต่ละข้อพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่ามากที่สุด โดยเรียงลำดับ 1-3 ดังนี้ โฮมสเตย์มีการรักษาความปลอดภัยให้กับแขก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.712) ผู้ประกอบการให้บริการต้อนรับที่ดีต่อแขก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.809) ผู้ประกอบการใช้ระบบการถ่ายโอนข้อมูลส่วนตัวที่ปลอดภัยต่อแขก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.824 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ด้านความเชื่อถือความไว้วางใจ

ความเชื่อถือความไว้วางใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ผู้ประกอบการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนเกี่ยวกับลักษณะและกฎระเบียบของโฮมสเตย์	4.22	0.656	มากที่สุด
2. ผู้ประกอบการมีการระบุรายละเอียดของค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน	4.22	0.730	มากที่สุด
3. อัตราค่าบริการของกิจกรรม มีความเหมาะสมกับระยะเวลา	4.24	0.806	มากที่สุด
4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ ตรงกับที่โฆษณาจากเว็บไซต์หรือสื่ออื่น ๆ	4.22	0.820	มากที่สุด
5. ผู้ประกอบการให้บริการต้อนรับที่ดีต่อแขก	4.32	0.809	มากที่สุด
6. ผู้ประกอบการใช้ระบบการถ่ายโอนข้อมูลส่วนตัวที่ปลอดภัยต่อแขก	4.27	0.824	มากที่สุด
7. โฮมสเตย์มีการรักษาความปลอดภัยให้กับแขก	4.40	0.712	มากที่สุด
รวม	4.27	0.765	มากที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ด้านความตอบสนองต่อลูกค้า ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณาตัวชี้วัดแต่ละข้อ พบว่าความพึงพอใจที่มีค่ามากที่สุด โดยเรียงลำดับ 1-3 ดังนี้ ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมอาหารเพียงพอกับจำนวนแขก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.693) ผู้ประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันให้กับแขก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.702) ผู้ประกอบการมีการสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้วิถีชีวิตของชุมชนให้แขกได้เข้าร่วมเพื่อประสบการณ์ใหม่ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.688) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ด้านความตอบสนองต่อลูกค้า

ความตอบสนองต่อลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นในการให้ความช่วยเหลือต่อแขกทันที	4.28	0.659	มากที่สุด
2. ผู้ประกอบการให้บริการที่รวดเร็วในการจองที่พัก	4.26	0.701	มากที่สุด
3. ผู้ประกอบการสามารถจัดเตรียมอาหารเพียงพอกับจำนวนแขก	4.37	0.693	มากที่สุด
4. ผู้ประกอบการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันให้กับแขก	4.31	0.702	มากที่สุด
5. ผู้ประกอบการสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่แขกต้องการ	4.29	0.761	มากที่สุด
6. โฮมสเตย์มีช่องทางในการร้องเรียนหรือให้คำแนะนำในการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น เว็บไซต์	4.29	0.790	มากที่สุด
7. ผู้ประกอบการมีการสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้วิถีชีวิตของชุมชนให้แขกได้เข้าร่วมเพื่อประสบการณ์ใหม่	4.30	0.688	มากที่สุด
รวม	4.30	0.50	มากที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.470) และเมื่อพิจารณาตัวชี้วัดแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจที่มีค่ามากที่สุด โดยเรียงลำดับ 1-3 ดังนี้ ผู้ประกอบการเลือกวัตถุดิบและภาชนะบรรจุอาหารที่มีความสะอาดและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.670) ผู้ประกอบการมีความสุภาพต่อแขก ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.678) ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสร้างความประทับใจแก่แขก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.690) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ด้านความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ผู้ประกอบการมีทักษะ ความรู้ และเชี่ยวชาญต่อการให้บริการ	4.23	0.684	มากที่สุด
2. ผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้	4.31	0.678	มากที่สุด
3. ผู้ประกอบการมีความสุภาพต่อแขก	4.39	0.678	มากที่สุด
4. ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสร้างความประทับใจแก่แขก	4.38	0.690	มากที่สุด
5. ผู้ประกอบการรับฟังและแก้ไข้ปัญหาให้กับแขก	4.33	0.708	มากที่สุด
6. ผู้ประกอบการมีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำหรับแขก	4.35	0.717	มากที่สุด
7. ผู้ประกอบการเลือกวัตถุดิบและภาชนะบรรจุอาหารที่มีความสะอาดและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.45	0.670	มากที่สุด
รวม	4.34	0.470	มากที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.490) และเมื่อพิจารณาตัวชี้วัดแต่ละข้อ พบว่า ความพึงพอใจที่มีค่ามากที่สุด โดยเรียงลำดับ 1-3 ดังนี้ ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารที่ดีต่อแขก และมีความเข้าใจความต้องการของแขก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.675) ผู้ประกอบการคำนึงถึงเชื้อชาติและการนับถือศาสนาในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม

($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.715) ผู้ประกอบการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของแขก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.730) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ผู้ประกอบการมีการดูแลใจใส่แขก	4.30	0.614	มากที่สุด
2. ผู้ประกอบการให้บริการแขกด้วยความเต็มใจ	4.31	0.713	มากที่สุด
3. ผู้ประกอบการสามารถจดจำชื่อของแขกได้	4.27	0.768	มากที่สุด
4. ผู้ประกอบการคำนึงถึงเชื้อชาติและการนับถือศาสนาในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม	4.34	0.715	มากที่สุด
5. ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มียาสามัญประจำบ้านที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้	4.26	0.809	มากที่สุด
6. ผู้ประกอบการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของแขก	4.31	0.730	มากที่สุด
7. ผู้ประกอบการมีการติดต่อสื่อสารที่ดีต่อแขก และมีความเข้าใจความต้องการของแขก	4.38	0.675	มากที่สุด
รวม	4.30	0.490	มากที่สุด

4.5 ผลการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย

เงื่อนไขสำคัญในการวิเคราะห์ t-test คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มต้องมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ผลการรายงานจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละปัจจัยพบว่าปัจจัยที่เป็นไปตามเงื่อนไข ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่ไม่เป็นไปตาม

เงื่อนไข คือ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา ในส่วนของรายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 20,001-25,000 บาท และรายได้ 25,000 บาท มีสัดส่วนต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดกลุ่มนี้ออกเหลือการวิเคราะห์ปัจจัยรายได้ต่อเดือนเพียงสองกลุ่มเท่านั้น ในส่วนของอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เมื่อเทียบกับอาชีพด้านอื่น ๆ อยู่ในสัดส่วนที่มากที่สุด แต่ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาข้อมูลของอาชีพ จึงได้ทำการพิจารณาแบ่งข้อมูลออกเป็นสองกลุ่ม คือ อาชีพนักเรียน/นักศึกษากับกลุ่มผู้มีอาชีพ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 เงื่อนไขในการวิเคราะห์

ตัวแปร	จำนวนกลุ่ม	สถิติที่ใช้
เพศ	ชาย หญิง	T-test
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา มีอาชีพ	T-test
รายได้ต่อเดือน	ไม่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท	T-test

ผลการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์

คุณภาพการบริการ	ตัวแปรต้น	\bar{X}	S.D.	df	T	P	Mean Difference	สมมุติฐาน
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	เพศชาย	4.32	.536	398	.372	.710	.021	ปฏิเสธ
	เพศหญิง	4.30	.578					
ความเชื่อถือความไว้วางใจ (Reliability)	เพศชาย	4.29	.521	398	.788	.431	.045	ปฏิเสธ
	เพศหญิง	4.24	.603					
ความตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	เพศชาย	4.30	.503	398	.154	.878	.007	ปฏิเสธ
	เพศหญิง	4.29	.514					
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)	เพศชาย	4.37	0.454	398	.995	.321	.047	ปฏิเสธ
	เพศหญิง	4.32	0.495					
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)	เพศชาย	4.33	0.479	398	1.005	.315	.050	ปฏิเสธ
	เพศหญิง	4.28	0.506					
ความพึงพอใจรวม	เพศชาย	4.32	.498	398	.662	.531	.034	ปฏิเสธ
	เพศหญิง	4.28	.539					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเฉลี่ยแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความเชื่อถือความไว้วางใจ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านความเป็น

รูปธรรมของการบริการ ด้านความตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น	\bar{X}	S.D.	df	T	P	Mean difference	สมมุติฐาน																																										
ความเป็นรูปธรรม ของการบริการ (Tangibles)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.37	.526	396	1.88	.061	.106	ปฏิเสธ																																										
	มีอาชีพ	4.27	.582						ความเชื่อถือความ ไว้วางใจ (Reliability)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.37	.558	396	3.084	.002	.176	ยอมรับ	มีอาชีพ	4.19	.568	ความตอบสนองต่อ ลูกค้า (Responsiveness)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.31	.491	396	.414	.679	.0214	ปฏิเสธ	มีอาชีพ	4.29	.524	การให้ความเชื่อมั่น ต่อลูกค้า (Assurance)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.41	.494	396	2.480	.013	.1207	ยอมรับ	มีอาชีพ	4.29	.459	การรู้จักและเข้าใจ ลูกค้า (Empathy)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.35	.470	396	2.508
ความเชื่อถือความ ไว้วางใจ (Reliability)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.37	.558	396	3.084	.002	.176	ยอมรับ																																										
	มีอาชีพ	4.19	.568						ความตอบสนองต่อ ลูกค้า (Responsiveness)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.31	.491	396	.414	.679	.0214	ปฏิเสธ	มีอาชีพ	4.29	.524	การให้ความเชื่อมั่น ต่อลูกค้า (Assurance)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.41	.494	396	2.480	.013	.1207	ยอมรับ	มีอาชีพ	4.29	.459	การรู้จักและเข้าใจ ลูกค้า (Empathy)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.35	.470	396	2.508	.125	.077	ปฏิเสธ	มีอาชีพ	4.29	.459						
ความตอบสนองต่อ ลูกค้า (Responsiveness)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.31	.491	396	.414	.679	.0214	ปฏิเสธ																																										
	มีอาชีพ	4.29	.524						การให้ความเชื่อมั่น ต่อลูกค้า (Assurance)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.41	.494	396	2.480	.013	.1207	ยอมรับ	มีอาชีพ	4.29	.459	การรู้จักและเข้าใจ ลูกค้า (Empathy)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.35	.470	396	2.508	.125	.077	ปฏิเสธ	มีอาชีพ	4.29	.459																		
การให้ความเชื่อมั่น ต่อลูกค้า (Assurance)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.41	.494	396	2.480	.013	.1207	ยอมรับ																																										
	มีอาชีพ	4.29	.459						การรู้จักและเข้าใจ ลูกค้า (Empathy)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.35	.470	396	2.508	.125	.077	ปฏิเสธ	มีอาชีพ	4.29	.459																														
การรู้จักและเข้าใจ ลูกค้า (Empathy)	นักเรียน/ นักศึกษา	4.35	.470	396	2.508	.125	.077	ปฏิเสธ																																										
	มีอาชีพ	4.29	.459																																															

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น	\bar{X}	S.D.	df	T	P	Mean difference	สมมุติฐาน
	มีอาชีพ	4.27	.511					
ความพึงพอใจรวม	นักเรียน/	4.36	.507	39	2.14	.199	.100	ยอมรับ
	นักศึกษา			6	5			
	มีอาชีพ	4.26	.528					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือความไว้วางใจ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านความตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้กับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์

ตัวแปรตาม	ตัวแปรต้น	\bar{X}	S.D.	Df	T	P	Mean difference	สมมติฐาน
ความเป็น รูปธรรมของ การบริการ (Tangibles)	ไม่มีรายได้ 15,001 - 20,000บาท	4.38 4.19	0.467 0.653	270	2.812	0.005*	0.192	ยอมรับ
ความเชื่อถือ ความไว้วางใจ (Reliability)	ไม่มีรายได้ 15,001 - 20,000บาท	4.36 4.13	0.507 0.660	270	3.250	0.001*	0.230	ยอมรับ
ความ ตอบสนองต่อ ลูกค้า (Responsive ness)	ไม่มีรายได้ 15,001 - 20,000บาท	4.30 4.25	0.448 0.572	237.55	0.831	0.407	0.052	ปฏิเสธ
การให้ความ เชื่อมั่นต่อ ลูกค้า (Assurance)	ไม่มีรายได้ 15,001 - 20,000บาท	4.42 4.26	0.452 0.499	256.25	2.669	0.008*	0.155	ยอมรับ
การรู้จักและ เข้าใจลูกค้า (Empathy)	ไม่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท	4.34 4.23	0.447 0.527	270	1.788	0.075	0.105	ปฏิเสธ
ความพึงพอใจ รวม	ไม่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท	4.36 4.21	.464 .582	260.76	2.27	0.099	0.146	ปฏิเสธ

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย ประกอบด้วย

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีความโดดเด่นในเรื่องการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกของโฮมสเตย์มีความสวยงาม ทำให้โฮมสเตย์มีความน่าสนใจและน่าเข้าพัก มีจำนวนห้องพักที่เพียงพอต่อการให้บริการ และมีอุปกรณ์ เครื่องใช้ภายในโฮมสเตย์มีความพร้อมในการใช้งานอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภักดิ์ศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ่นเจริญ (2560) ระบุว่าสิ่งจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการที่พักรวมโฮมสเตย์ คือ ที่พักมีความแข็งแรง แบ่งห้องพักให้นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีบรรยากาศภายในบ้านพักที่ดี มีที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว ราคาถูก และมีห้องน้ำในตัวบ้านพัก มีมุมพักผ่อนร่มรื่น มีการรักษาความปลอดภัย

ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจ ผู้ประกอบการมีการให้บริการต้อนรับที่ดีต่อนักท่องเที่ยว มีการระบุรายละเอียดของค่าธรรมเนียมบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับลักษณะ กฎระเบียบของโฮมสเตย์ และมีอัตราค่าบริการของกิจกรรมมีความเหมาะสมกับระยะเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภักดิ์ศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ่นเจริญ (2560) ระบุว่าสิ่งจูงใจที่ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเลือกเข้ามาใช้บริการที่พักรวมโฮมสเตย์ คือ มีการต้อนรับนักท่องเที่ยวบริเวณหน้าบ้าน มีการแจ้งกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทราบ ผู้ให้บริการที่พักรวมโฮมสเตย์สามารถให้คำแนะนำและมีรายการนำเที่ยว มีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและเป็นมิตร คุ้มค่า มีแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงเพียงพอ ดูแลรักษาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสภาวะโลกร้อน

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นในการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว มีการให้บริการที่รวดเร็วในการจองที่พัก มีการจัดเตรียมอาหารที่เพียงพอให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และรวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน

ให้กับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของชิตวร ลีละผลิน และภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ (2561) พบว่า อาหารมีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโฮมสเตย์มักจะมีความต้องการที่จะศึกษาถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของสังคมหรือสถานที่ที่ไปพัก ซึ่งปัจจัยด้านอาหารนั้นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมนั้น ๆ จึงทำให้ปัจจัยด้านอาหารมีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ผู้ประกอบการมีทักษะความรู้ เชี่ยวชาญในการให้บริการมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ผู้ประกอบการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และ โฮมสเตย์คลองน้อยมีการเลือกใช้วัตถุดิบที่เหมาะสมมาใช้ในการทำอาหาร บรรจุน้ำดื่มสะอาด ทำให้มีความน่าดึงดูดในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของประเมษฐ์ แสงอ่อน (2558) พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการให้บริการของโฮมสเตย์ทุกด้านในระดับมากถึงมากที่สุดโดยเฉพาะด้านอัธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิกในครัวเรือนมีความพึงพอใจสูงสุดในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของสุภักดิ์ศิษย์ ชัยชนะเจริญ และนันทนา อุ่นเจริญ (2560) ระบุว่าความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านความปลอดภัย และด้านอัธยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผู้ประกอบการให้การดูแลเอาใจใส่แก่นักท่องเที่ยว บริการด้วยความเต็มใจ สามารถจดจำชื่อนักท่องเที่ยวได้ มีการติดต่อสื่อสารที่ดีต่อนักท่องเที่ยว และมีการคำนึงถึงเชื้อชาติการนับถือศาสนาเป็นหลักสำคัญในการประกอบอาหาร เครื่องดื่มให้แก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ismail et al. (2016) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการดูแลเอาใจใส่ของเจ้าของ การบริการด้วยความเต็มใจ การติดต่อสื่อสารที่ดีต่อแขกและมีความเข้าใจความต้องการของแขก การให้ความสนใจเป็นพิเศษสำหรับแขกที่มีความต้องการเฉพาะ ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือในด้านอื่น ๆ ที่จำเป็น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของที่พักรวมประเภทโฮมสเตย์ ชุมชนคลองน้อย โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง เพศ อาชีพ รายได้ พบว่า เพศ รายได้แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 รายได้ต่อเดือนด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือความไว้วางใจ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าแตกต่างกัน อาชีพแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อย่างไรก็ตามด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าไม่แตกต่างกัน ในขณะที่งานวิจัยของ รินรดา กุสิช่วย และปริญญา บรรจงมณี (2561) กล่าวว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน ภูมิภาค และสถานภาพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนงานวิจัยของชิตวร ลีละผลิน และภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ (2561) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมสเตย์แตกต่างกัน ในด้านอายุ อาชีพ สถานะภาพ และระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ และรายได้ต่อเดือนมีความต้องการไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ชุมชนคลองน้อย อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรมีการพัฒนาในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผู้ตั้งนี้ผู้ประกอบการควรเพิ่มจำนวนของห้องน้ำให้เพียงพอกับนักท่องเที่ยวรวมถึงการรักษาความสะอาดของห้องน้ำอย่างสม่ำเสมอ และควรดูแลห้องพักให้มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก แสงสว่างเข้าถึงไม่มีกลิ่นอับ ที่นอนสะอาดและสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย และ ผู้ประกอบการควรออกแบบห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ เช่น พื้นห้องน้ำควรมีระดับเดียวกับพื้น เพื่อป้องกันการสะดุดล้ม

ควรมีราวทรงตัวบริเวณด้านข้างของซีกโครก เพื่ออำนวยความสะดวกและความปลอดภัย แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุ ด้านความเชื่อถือความไว้วางใจ ควรติดตั้งกล้องวงจรปิดใน บริเวณโอมสแตย์เพื่อรักษาความปลอดภัย และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้ประกอบการ ควรเพิ่มกล่องแสดงความคิดเห็นให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอมสแตย์ หรือแนะนำในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). *เที่ยวให้รู้ ประตูปะตูเปิดสมอง*. กรุงเทพฯ: เอ็กสพลอเรอร์ ชาแนล.
- กิจติ ยงประกิจ. (2559). *การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการภูมิความรู้ ความชำนาญและรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรมการท่องเที่ยว. (2554, ม.ป.ป.). *กำหนดมาตรฐานบริการท่องเที่ยวมาตรฐานโอมสแตย์ไทย พ.ศ. 2544*. <http://www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/2555/E/026/59.PDF>
- กฤตยา เตยโพธิ์ และพนัส โทธิบัติ. (2561). *วัฒนธรรมโอมสแตย์ : การพัฒนาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว*. *วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 5(1), 20-40.

- ขวัญฤทัย เดชทองคำ. (2563). ความสำคัญของคุณภาพการบริการสู่ความสำเร็จของธุรกิจท่องเที่ยว ภายใต้วิกฤติ COVID-19. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 21(3), 317-326.
- ชิตาวร ลีละพลิน และภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ. (2561). ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์ที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 8(2), 1-12.
- ณัฐพัชร์ มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 13(2), 25-46.
- ฉิระพร แสงพิรุณ และสุนนรตี นิมนต์พนธ์. (2558). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดบริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 10(ฉบับพิเศษ), 67-80.
- ธนาวิทย์ บัวฝ้าย และสุทธิพรธณ ชิตินทร. (2562). การพัฒนาที่พักสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบ้านส้อง อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 6(1), 231-250.
- นิลาวัลย์ สว่างรัตน์. (2561). การประเมินคุณภาพการให้บริการที่คาดหวังเปรียบเทียบกับบริการที่รับรู้จริง เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและยั่งยืนของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยองของประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 8(3), 53-66.
- ปิ่นฤทัย คงทอง, รุ่งโรจน์ เย็นชัยพฤกษ์, และวีรยา มีสวัสดิกุล. (2562). ศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 6(1), 249-272.

- ประจักษ์ โกษาวิ้ง, นภาพรรณ เนตรประดิษฐ์, และจงกลดินทร์ แสงอาสภวิริยะ. (2562). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยสำคัญกับความภักดีเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *Journal of Modern Management Science*, 12(1), 34-50.
- ปรเมษฐ์ แสงอ่อน. (2558). การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจที่พักแบบมีส่วนร่วม. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 21(40), 29-38.
- เพลินพรรณ โชติพงษ์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 4(1), 105-119.
- รินรดา กุลีช่วย, และปริญญา บรรจงมณี. (2561). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อมาตรฐานการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดชุมพร. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 13(2), 276-288.
- สุภัคศิษฐ์ ชัยชนะเจริญ, และนันทนา อุ่นเจริญ. (2560). มาตรฐานโฮมสเตย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารช่อพะยอม*, 28(2), 75-86.
- องค์การบริหารส่วนตำบลคลองน้อย. (2557, ม.ป.ป.). *องค์การบริหารส่วนตำบลคลองน้อย*.
<http://www.khlongnoi.go.th/index.php>
- โฮมสเตย์ไทย. (2562, ม.ป.ป.). *เกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเบื้องต้น*.
<http://www.Homestaystandardthailand.co.th>.
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. 3d ed. New York: John Wiley and Sons Inc.

- Hirata, T. T. (2009). *Customer satisfaction planning*. New York: Taylor and Francis Group.
- Ismail, M. N. I., Hanafiah, M. H., Aminuddin, N., & Mustafa, N. (2016). Community-Based homestay service quality, visitor satisfaction, and behavioral intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 398 – 405.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2014). *Marketing management*. London: Pearson.
- Maynard, W. S. (1995). *Responding to social change*. Pennsylvania: Dowden Hutchison & Press.
- Oliver, R. L. (1977). Effect of expectation and disconfirmation on postexposure product evaluations: An alternative interpretation. *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 480–486.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Pizam, A., Neumann, Y. and Reichel, A. (1978). Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5(3), 314-322.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(2), 49 - 60.