

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการของ สวนสัตว์ป่า โสมสเทย์ อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ตามมาตรฐานโสมสเทย์ไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. ความเป็นมาของโสมสเทย์
4. มาตรฐานโสมสเทย์ไทย
5. ประวัติ สวนสัตว์ป่า โสมสเทย์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

#### ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2522 (2525, หน้า 35) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การบริการ หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ กลยุทธ์สำคัญของการบริการ ที่มีประสิทธิภาพและสามารถกำหนดอำนาจต่อรองในการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบัน ขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการ หากธุรกิจใดสามารถสร้างความแตกต่างของการบริการ โดยเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และเสนอบริการที่ตรงกับความคาดหวังในแต่ละฉากเหตุการณ์ของวงจรแห่งการให้บริการที่ลูกค้าเห็นว่าสำคัญ ลูกค้าย่อมเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และประทับใจในการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการนั้นอีกในโอกาสต่อ ๆ ไป ธุรกิจก็ย่อมประสบความสำเร็จ และเจริญก้าวหน้า เพราะมีลูกค้าประจำหมุนเวียนมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ การที่ธุรกิจจะดำเนินการบริการได้อย่างราบรื่น และให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ องค์การบริการจำเป็นต้องตระหนักถึงการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการอย่างจริงจังและสร้างสรรค์ โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ เกณฑ์การเลือกใช้บริการ

ของผู้รับบริการ เหนือการพิจารณาคุณภาพของการบริการ และแนวทางการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 144) กล่าวว่า การบริการ (service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

दनัย เทียนพุด (2543, หน้า 11) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การให้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมในเชิงความสะดวก รวดเร็วและถูกต้อง ด้วยอรรถศาสตร์ที่เป็นพื้นฐาน ซึ่งสามารถพิจารณาการให้ได้ใน 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. ให้ด้วยความเต็มใจ
2. ให้ด้วยความโกรธ
3. ให้ด้วยเหตุผล

ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าต้องการก็คือ การให้ด้วยเหตุผล และการให้บริการที่ดีจะต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมมนุษย์ โดยยึดถือความพอใจ ความต้องการของผู้รับบริการ (ลูกค้า) เป็นหลัก โดยผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ไหวพริบ และปฏิภาณอยู่ตลอดเวลา

วิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของการบริการ (service) คือ การกระทำพฤติกรรมหรือการปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่โดยเนื้อแท้ของสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำพฤติกรรมหรือการปฏิบัติซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้

วิชัย ปิติเจริญธรรม (2548, หน้า 19) กล่าวว่า หัวใจของการบริการที่เป็นเลิศมิใช่สักแต่เพียงบริการให้เสร็จ ๆ ทันเวลาเท่านั้น แต่หัวใจของการบริการอยู่คง “คุณค่า” ที่คุณส่งมอบต่อผู้อื่น ผู้รับบริการจะรู้สึกว่าคุณมีหัวใจของการบริการก็ต่อเมื่อ เขารู้สึกว่าคำตอบสนองเขาอย่างถูกต้อง เข้าใจในมุมมองของเขา ปฏิบัติต่อเขาอย่างเป็นคนพิเศษ

ดรักเกอร์ (Drucker, 2000 อ้างถึงใน วิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2547, หน้า 16) ได้เคยกล่าวถึงการบริการว่า “สำหรับช่วงเวลาที่เหลืออยู่ของศตวรรษนี้และไกลออกไปถึงศตวรรษหน้า การต่อสู้ในเชิงแข่งขันจะชนะหรือแพ้กันด้วยอัตราเพิ่มผลิตด้านบริการ

คอตเลอร์ ฟิลลิป (Kotler Philip, 2003, p.575) กล่าวว่า การบริการ (service) หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณ์หรือตัวตน จึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของในสิ่งใด ๆ การผลิตบริการอาจถูกคิดหรือไม่ถูกคิดกับตัวสินค้าก็ได้

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการ เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ

หรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้าเพื่อสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้ง ไม่มีรูปร่างหรือตัวตน จับสัมผัส แต่ต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่นำมาซื้อขายกันได้

### แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

สมิต สัจฉกร (2546, หน้า 173-174) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการบริการไว้ว่า การบริการอันเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติมิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือ หรือการทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ โดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อคำนึงดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ กล่าวคือ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจไร้ค่า การทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ กล่าวคือ คุณภาพคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการ เกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญ

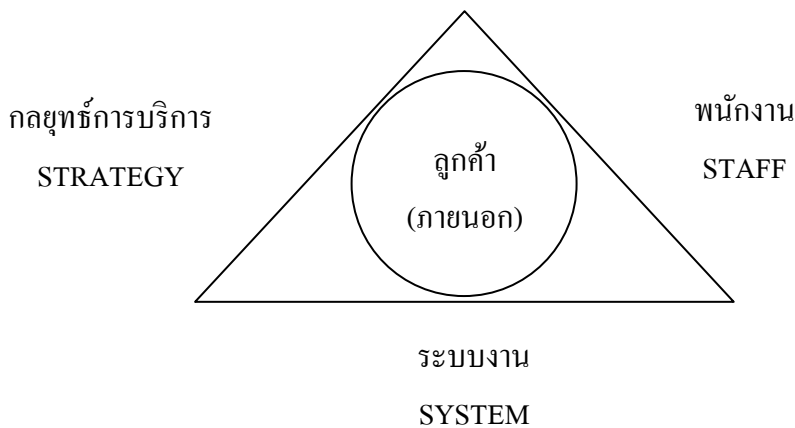
2. ในการประเมินผลให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน กล่าวคือ การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกพร่องแล้ว ก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ กล่าวคือ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนดทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้า และสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อความเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ กล่าวคือ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบทุกด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้า และฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

## ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งบริการ



ภาพที่ 2.1 สามเหลี่ยมแห่งการบริการ ของ อัลเบิร์ต (Albert, 1987 อ้างถึงใน วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2543, หน้า 175)

อัลเบิร์ต (Albert, 1987 อ้างถึงใน วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์, 2543, หน้า 175) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญของการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าว่า ควรประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัยเปรียบเสมือนด้านแต่ละด้านของรูปสามเหลี่ยม (ด้านเท่า) รูปหนึ่งซึ่งภายในบรรจุวงกลม ซึ่งเสมือนลูกค้า หากขาดเสียซึ่งปัจจัยตัวหนึ่งตัวใดไป สามเหลี่ยมรูปนั้นก็จะไม่ครบถ้วน ซึ่งจะเป็นรูปสามเหลี่ยมต่อไปไม่ได้ นั่นคือจะไม่อาจให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าได้ จำเป็นต้องมีปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ให้ครบในสัดส่วนที่เหมาะสมด้วย สามเหลี่ยมที่อ้างถึงนี้เรียกว่า The Service Triangle

จากภาพข้างต้นนี้ หลักสำคัญในการบรรลุเป้าหมายการบริการ คือ การสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าผู้ใช้บริการก็คือ จะต้องจัดการหรือบริหารงาน เพื่อให้ปัจจัยแห่งสามเหลี่ยมแห่งการบริการนี้ มีความเหมาะสมและสอดคล้องกัน คือ

กลยุทธ์ธุรกิจ คือ แผนการสัยุทธ์ หรือแนวทางในการปฏิบัติงานตามที่ได้ตกลงใจกำหนดขึ้น เพื่อตอบสนองการทำให้บรรลุเป้าหมายในธุรกิจตามที่ได้กำหนดไว้ โดยให้มี driven strategy หรือกลยุทธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างจริงจัง

ระบบงานจะต้องทำให้ระบบการให้บริการขององค์กรเป็นแบบ customer friendly system กล่าวคือ ควรเป็นระบบการทำงานที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน จัดองค์กรตามความจำเป็นของแต่ละหน้าที่

ที่ต้องบริการให้ได้ดีที่สุด เป็นองค์กรที่ลูกค้าเข้าถึงงาน มีความคล่องตัวสูง และกฎระเบียบต่าง ๆ เอื้ออำนวยต่อการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า และไม่เป็นนายด้วยตัวของมันเอง

พนักงาน หมายถึง บรรดาพนักงานในทุก ๆ ระดับ ความรับผิดชอบที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการ จะต้องสรรหา พัฒนาและปรับปรุงพฤติกรรม ตลอดจนสไตล์การทำงานให้มีลักษณะ serve – conscious คือ มีจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดี

#### ความหมายของคุณภาพบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 ,หน้า 145) กล่าวว่า คุณภาพในการให้บริการ (service quality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูด ปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่ต้องการ (what) เมื่อเขามีความต้องการ (when) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (where) ในรูปแบบที่ต้องการ (how) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวก ในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม อันแสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร (communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 1) ที่กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ถูกต้องที่พวกกลุ่มเป้าหมาย ขายในราคาที่ผู้บริโภคมองเห็นได้และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า

दनัย เทียนพุด (2543, หน้า 26) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง กระบวนการให้ได้มาซึ่งสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องเกิดขึ้นเลย อีกทั้งยังเป็นส่วนสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2543, หน้า 234) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง คุณสมบัติ คุณลักษณะทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการที่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) รับรู้ว่ามีคุณค่าเด่นตรงหรือเกินความคาดหวังเป็นที่น่าประทับใจ จากการที่ผู้รับบริการได้จ่ายเงินแลกเปลี่ยน สัมผัส มีประสบการณ์ ทดลองใช้ เป็นต้น

สรุป คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

#### ลักษณะของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 335-336) กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของการบริการ 4 ประการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นได้หรือบอกความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ตัวอย่างเช่น คนไข้ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่าตนจะได้รับบริการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้า ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากการบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในเรื่องของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ดังนั้นผู้ขายจะต้องจัดการสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้เพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (place) สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาติดต่อ

1.2 บุคคล (people) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องมีประสิทธิภาพ ทันสมัย มีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (communication material) การสื่อสาร การโฆษณา และเอกสาร การโฆษณาต่าง ๆ สอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (symbol) คือ ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่น่าเสนอขาย

1.6 ราคา (price) การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคขณะเดียวกัน ผู้ขายรายหนึ่งจะสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งรายทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้า ความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือ การบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

อย่างไรก็ตามยังมีผลการวิจัยเชิงประจักษ์กำหนดเกณฑ์มาตรฐานของพฤติกรรมให้บริการไว้อีก 10 ประการด้วยกันคือ

1. ลักษณะของการบริการ (appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ การแต่งกายของผู้ปฏิบัติงานบริการ เอกสารสิ่งพิมพ์หรือสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

2. ความไว้วางใจ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของบริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

3. ความกระตือรือร้น (responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมจะให้บริการแก่ลูกค้าทันทีทันใด เช่น ลูกค้าสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ทางโทรศัพท์พนักงานเองก็ให้ความสนใจต่อคำถามและยินดีให้ข้อมูลลูกค้าโดยตรง เป็นต้น

4. ความเชี่ยวชาญ (competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความมีอัธยาศัยนอบน้อม (courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพนอบน้อมเป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจและความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เช่น พนักงานจะแสดงการต้อนรับแขกด้วยรอยยิ้มเป็นต้น

6. ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ เช่น เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าโดยไม่ทราบว่าอยู่ในช่วงจัดรายการพิเศษ พนักงานควรแจ้งผลประโยชน์ที่ลูกค้าควรได้รับ เป็นต้น

7. ความปลอดภัย (security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหาต่าง ๆ เช่น สถานที่ติดตั้งเครื่องถอนเงินอัตโนมัติอยู่ในทำเลที่ไม่เปลี่ยว มีระบบป้องกันความปลอดภัยให้ผู้มีบัตรผ่านเท่านั้นที่เข้าไปใช้บริการ เป็นต้น

8. การเข้าถึงบริการ (access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับการบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก เช่น การเข้ามารับสินค้าด้วยตนเอง หรือสามารถติดต่อพนักงานขายได้ง่าย เป็นต้น

9. การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและรับฟังผู้ให้บริการ เช่น กรณีเป็นพนักงานขายต้องสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงสินค้าที่กำลังเสนอขาย หรือช่างเทคนิคสามารถแนะนำวิธีการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้ เป็นต้น

10. ความเข้าใจลูกค้า (understanding of customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการตัวอย่างเช่น การยินดีที่จะแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งานที่แท้จริงให้ลูกค้า เป็นต้น

### **ประเภทของธุรกิจบริการ**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 337) กล่าวว่า ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ เป็นต้น

2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้แก่ผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

3. เป็นการซื้อบริการและสินค้าควบคู่กันด้วย เช่น ร้านอาหาร เป็นต้น



4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบัน  
นวดแผนไทย เป็นต้น

#### แนวคิดทางการตลาดในธุรกิจบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2543, หน้า 135-137) ให้ข้อเสนอแนะว่า  
ธุรกิจจำเป็นต้องมีการบริหารการตลาดรูปแบบใหม่ ธุรกิจสมัยใหม่จึงมีแนวความคิดทางการตลาด  
(marketing concept) หมายถึง ความคิดใหม่ซึ่งเปลี่ยนจากความคิดเดิมที่ว่า ธุรกิจมุ่งผลิตสินค้า  
โดยใช้แรงงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและผลิตสินค้าออกมาขายหรือบริการแก่ลูกค้า แต่ไม่ได้  
คำนึงถึงความพอใจของผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป มีผลทำให้ธุรกิจขายสินค้าหรือ  
บริการไม่ได้ตามเป้าหมาย ความผิดพลาดนี้อาจเกิดจากผู้บริหารไม่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับ  
การเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ในที่สุดธุรกิจประสบปัญหาการขาดทุน  
ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแก้ไขโดยเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารการตลาด เพื่อให้  
สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยได้เสนอแนวคิดใหม่ทางการตลาดไว้ ดังนี้

แนวคิดใหม่ทางการตลาด หมายถึง การยอมรับว่าลูกค้ามีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก  
ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารธุรกิจภายใต้การดำเนินงานและการบริหารการตลาดว่า “ลูกค้าจะเป็น  
ศูนย์กลาง” ทั้งนี้แนวความคิดใหม่ทางการตลาดดังกล่าว จึงตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อมั่น  
ของนักบริหารธุรกิจ 3 ประการ คือ

1. แนวความคิดมุ่งเน้นลูกค้า (a customer orientation) หมายถึง การยอมรับว่าลูกค้า  
คือ ผู้ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอันดับแรก และแนวทางในการดำเนินธุรกิจนั้นลูกค้าจะเป็น  
ศูนย์กลางของธุรกิจ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะได้รับประโยชน์ในสัดส่วนที่เหมาะสมหรือในลักษณะ  
สมดุลกัน การให้ความสำคัญแก่ลูกค้าดังกล่าวผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการต้องตระหนักอยู่เสมอว่า  
ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการคือพระราชา (customer is a king) การให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเช่นนี้ ผู้ผลิต  
หรือผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการวางแผนตลอดจนปฏิบัติการทุกอย่างเท่าที่สามารถทำได้  
เพื่อให้ทราบและตอบสนองในสิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการต้องการ กล่าวคือ การทราบว่าสินค้า  
หรือบริการชนิดใด รูปแบบและลักษณะเช่นใดที่ผู้บริโภคต้องการ โดยทราบจากผลการวิจัยตลาด  
และอาศัยข้อมูลทางการตลาดประกอบการพิจารณา รวมทั้งผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ให้บริการอาจต้องใช้  
ประสบการณ์ที่มีอยู่เข้ามาช่วยในการตัดสินใจในเรื่องการวางแผนผลิตสินค้าหรือบริการด้วย  
โดยมีเป้าหมายหลักของธุรกิจ คือ การเพิ่มผลกำไรให้แก่ธุรกิจบริการนั้น ผู้ให้บริการควรมุ่งเน้น  
การให้บริการที่ประทับใจเกินความคาดหวังของลูกค้า รวมไปถึงความต้องการที่ลูกค้าหรือ  
ผู้ใช้บริการต้องการให้สินค้าหรือบริการถูกจัดส่งไปถึงมือลูกค้าในสถานที่ เวลา และราคา  
ที่เหมาะสมด้วย

2. แนวความคิดมุ่งเน้นด้านกำไรเป็นสำคัญ (a profit center orientation) หมายถึง การขายสินค้าและการให้บริการของธุรกิจที่มุ่งให้ได้ผลกำไรพอสมควร เป็นจุดหมายปลายทางของธุรกิจหรือที่เรียกว่า การมุ่งกำไรเป็นสำคัญ ผลกำไรเป็นสิ่งที่ผู้บริหารธุรกิจปรารถนา เพราะผลกำไรเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและสามารถขยายกิจการตลาดที่สร้างความพอใจให้กับลูกค้า ในภาพรวมทำให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวมากยิ่งขึ้นอีกด้วย แต่ธุรกิจบางประเภทไม่มีเป้าหมายที่มุ่งกำไรเป็นหลัก อาจกำหนดเป้าหมายในการขายหรือส่วนแบ่งตลาดไว้สูง กรณีเช่นนี้ธุรกิจมีค่าใช้จ่ายในการเพิ่มยอดขายสูง ผลกำไรที่ได้รับอาจน้อยลงก็ได้ แทนที่จะเพิ่มผลกำไรให้สูงขึ้นตามยอดขาย แนวคิดทางการตลาดเช่นนี้ อาจถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญของธุรกิจก็คือผลกำไรเช่นเดียวกันด้วย แต่ไม่สูงมากเกินไป เพราะถ้าหากธุรกิจไม่มีผลกำไรจากการประกอบธุรกิจแล้วย่อมทำให้ธุรกิจประสบความล้มเหลวได้ในที่สุด ดังนั้นจึงมีธุรกิจบางประเภทที่มีได้มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะผลกำไรเป็นหลักเท่านั้น แต่อาจจะเน้นในเป้าหมายอื่นซึ่งเป็นเป้าหมายทางสังคมเป็นหลักก็ได้ เช่น ตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะให้บริการและสร้างบรรยากาศทางสิ่งแวดล้อมหรือสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สังคม จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่มีความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ เป็นต้น ซึ่งเป้าหมายดังกล่าวจึงขึ้นอยู่กับความอยู่รอดของธุรกิจ และความเจริญเติบโตของธุรกิจในระยะยาวด้วย นั่นก็คือธุรกิจย่อมมีผลกำไรบ้าง เพื่อการอยู่รอดของธุรกิจและมีได้มุ่งเน้นผลกำไรสูงสุดเป็นหลัก

แนวความคิดทางการตลาดของธุรกิจที่มุ่งผลกำไรดังกล่าวย่อมจะมีผลกระทบต่อภาพรวมทางเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือถ้าหากธุรกิจหลายประเภทจำนวนมากช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจโดยทำกำไรจากการดำเนินธุรกิจหรือขยายกิจการ ย่อมทำให้ภาพรวมฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศขยายตัวในอัตราสูง ในที่สุดประเทศก็มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ มีความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศได้

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการประสานกิจกรรมทางการตลาด (a coordinating marketing orientation) หมายถึง การดำเนินธุรกิจใด ๆ ก็ตาม ผู้บริหารจะต้องประสานกิจกรรมทางการตลาดทั้งหลายเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ธุรกิจต้องทำกิจกรรมหลายประการเพื่อสนองตอบความต้องการและความพอใจของลูกค้าและผู้บริหารควรประสานงานโดยบูรณาการในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมดเข้าด้วยกัน ถ้าหากไม่มีการประสานงานระหว่างกิจกรรมทางการตลาดเข้าด้วยกันแล้วย่อมทำให้เกิดผลเสียหายแก่ธุรกิจที่ประมาณค่าออกมาเป็นตัวเลขมิได้

แนวคิดดังกล่าวมุ่งเน้นการปฏิบัติงานโดยพยายามรวมและประสานงานกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมดให้เชื่อมโยงสัมพันธ์และสอดคล้องกับงานด้านอื่น ๆ ของบริษัท เพื่อให้บรรลุ

วัตถุประสงค์ คือ สร้างผลกำไรในระยะยาวได้ ทั้งนี้ผู้บริหารจำเป็นต้องใช้ทักษะในการประสานงานการตลาดเป็นสำคัญ ต้องมีแนวความคิดและความรู้ทางการบริหารและการตลาดที่กว้างไกล เพื่อประโยชน์ในด้านการประสานกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการใช้และจัดบุคลากรที่มีทักษะในการบริหารและมีความรู้ทางการตลาดมาช่วยในการบริหารได้ การประสานกิจกรรมทางการตลาดที่ไม่ประสบผลสำเร็จอาจเป็นเพราะการจัดโครงสร้างองค์กรที่ไม่เหมาะสมหรือไม่รัดกุมเพียงพอ ทำให้มีการประสานการปฏิบัติระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่สอดคล้องสมบูรณ์ซึ่งกันและกัน หรืออาจเกิดขึ้นเพราะความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารภายในองค์กรเดียวกัน รวมถึงการขาดแนวความคิดในการสร้างทีมงานที่แข็งแกร่งและการขาดการบริหารเป็นทีม โดยมุ่งแต่ปฏิบัติเฉพาะกิจกรรมที่เห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น

จึงอาจสรุปได้ว่าคำว่า “แนวความคิดทางการตลาด” แตกต่างจากคำว่า “การตลาด” เพราะแนวความคิดทางการตลาดเป็นปรัชญา เป็นทัศนคติทางการตลาด หรือเป็นความคิดในเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) แต่การตลาดเป็นวิธีการปฏิบัติงานทางการตลาดและกรรมวิธี หรือแนวทางการปฏิบัติงานด้านการตลาด ความมุ่งหมายของแนวคิดทางการตลาดก็เพื่อให้ผู้บริหารด้านการตลาดสนใจและเอาใจใส่ในกรณีที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างกว้างขวางมากกว่าที่จะยึดถือสินค้าหรือบริการเป็นหลักสำคัญ หรือมากกว่าที่จะคิดหาวิธีดึงดูดลูกค้าให้สนใจผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยให้ผู้บริหารการตลาดใช้วิธีประยุกต์แนวความคิดทางการตลาดมาปรับใช้กับสถานการณ์ และการบริหารการตลาดในภาวะปัจจุบันที่เป็นอยู่ของธุรกิจ รวมถึงความสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคตได้อีกด้วย และในที่สุดธุรกิจก็สามารถบริหารกิจการตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ คือ มีกำไรเพิ่มมากขึ้น

#### **ความพอใจก่อนและหลังการใช้บริการ**

การให้บริการใดๆ ก็ตามนักการตลาดต้องทำความเข้าใจเรื่องความพอใจของลูกค้า ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ช่วง ได้แก่ (คณัย เทียนพูน, 2543, หน้า 85)

1. ความพอใจก่อนใช้บริการ ลูกค้าจะประเมินความน่าใช้บริการหรือคุณภาพของการบริการจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นตราบริการ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การบอกต่อจากเพื่อน รวมทั้งการตกแต่งสถานที่ให้บริการและการแต่งกายของพนักงาน หากลูกค้าพอใจกับราคาที่จ่ายแล้ว ย่อมหมายความว่า ลูกค้ามีความพอใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจดังกล่าว จนทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ

2. ความพอใจหลังใช้บริการ เป็นความรู้สึกในภาพรวมของลูกค้าที่มีต่อพนักงานและธุรกิจที่ให้บริการ ความพอใจในช่วงนี้เกิดจากคุณภาพของการบริการที่ได้รับอรรถาสัยที่ดีของพนักงาน ความพอใจหลังใช้บริการจึงเป็นความพอใจที่สะสมมาตั้งแต่การเริ่มต้นใช้บริการจนถึง

การใช้บริการเสร็จ อย่างไรก็ตามความพอใจในช่วงหลังใช้บริการต้องสูงกว่าความพอใจก่อนที่จะตกลงใช้บริการ

## แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

**ความพึงพอใจ (Satisfaction)** ได้มีผู้ให้ความหมาย และแนวคิดไว้หลายความหมาย ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้ไว้จำนวนมาก เช่น

ประกาศ เกตุแก้ว (2546, หน้า 11 อ้างอิงจาก Wallerstein, 1995, p.27) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายและอธิบายว่าความพึงพอใจเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนแต่สามารถคาดคะเนได้ว่ามีหรือไม่มีจากการสังเกตพฤติกรรมของคนเท่านั้น การที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจจะต้องศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพอใจนั้น

เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545, หน้า 13 ) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกชอบ ความรู้สึกพอใจ หรือมีทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว ได้รับผลตอบแทนที่ต้องการจึงทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้น นั่นเอง

วงเดือน ผ่องแผ้ว (2545, หน้า 12 อ้างอิงจาก Shelly, 1975, p.21) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก เป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้น แล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนั้น เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้ทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ และความสุขนี้ สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากรหรือสิ่งเร้า การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็นสิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจและความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุดเมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างจำเป็นตามที่ต้องการครบถ้วน

วิกา นาคนิมิตรุ่ง (2544, หน้า 15 อ้างอิงจาก Wolman, 1973, p.283) กล่าวว่า ความพึงพอใจตามคำจำกัดความของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ หมายถึง เป็นสภาพความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอึดอ้อมใจเมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

วิกา นาคนิมิตรุ่ง (2544, หน้า 16) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจว่า สภาพหรือระดับความพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจและทัศนคติของบุคคล

ประภาส เกตุแก้ว (2546, หน้า 14) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตใจที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้น ไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พอใจก็จะเกิดขึ้น

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540, หน้า 27) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความรู้สึกที่ดีหรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เมื่อบุคคลอุทิศร่างกายแรงใจและสติปัญญาเพื่อกระทำในสิ่งนั้น ๆ

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์ (2543, หน้า 19) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการณแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อ และการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความ ให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า

จากนิยามดังกล่าวความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ตามที่คาดหวังไว้ และประสบความสำเร็จตามความคาดหวังนั้น ก็จะกลายเป็นความรู้สึกพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002, p.102) ได้อธิบายถึงความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการแล้ว และมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะได้รับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยที่ถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับต่ำกว่าความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับตรงกับความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับมากกว่าความคาดหวังก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานเกี่ยวกับการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จของงานบริการก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึง

ควรอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาให้ลึกซึ่งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด จากความสำคัญดังกล่าวสรุปได้ว่า หากบุคคลมีความพึงพอใจย่อมส่งผลต่อ ความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานตลอดจนทำให้เกิดความศรัทธาในหน่วยงานต่อไป

สัววัฒน์ วัฒนวงศ์ (2547, หน้า 172 อ้างอิงจาก Abraham H, Maslow, 1970, p.211) เป็นนักจิตวิทยาที่ได้นำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของมนุษย์ โดยเสนอแนวความคิดที่ว่า การจูงใจของมนุษย์จะเป็นไปตามลำดับขั้นตอนอย่างเป็นระบบ ลำดับขั้นตอนความต้องการนี้ เรียกว่า (Hierarchy of Needs) ซึ่งสามารถจัดแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกได้ 5 ขั้นตอน

### ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีมาสโลว์

(Maslow's hierarchy of human needs)

ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (self – actualization needs) :

การพัฒนาตนเองและความปรารถนาส่วนตัว

(self-development and realization)

ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) : การยกย่อง ความนับถือ สถานะ

(self - esteem, recognition, status)

ความต้องการด้านสังคม(social needs) : การยอมรับและความรัก

(sense of belonging, love)

ความปลอดภัยและมั่นคง (safety needs) : ความมั่นคงและความคุ้มครอง

(security, protection)

ความต้องการของด้านร่างกาย (physiological needs) :

อาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัยและความต้องการทางเพศ (food, water, shelter and sex)

ภาพที่ 2.2 ลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 138

1. ความต้องการของด้านร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ เป็นต้น

3. ความต้องการด้านสังคม (social needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (love and belongingness needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (self-esteem) ความนับถือ (recognition) และสถานะ (status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ สักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

นอกจากนี้ วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2545, หน้า 22) ยังได้อธิบายถึงปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. กลุ่มปัจจัยที่มีผลก่อนรับบริการ ได้แก่
  - 1.1 ภาพลักษณ์ กิตติศัพท์ ชื่อเสียงของบริษัท
  - 1.2 ความเชื่อถือไว้วางใจของบริษัท
  - 1.3 ค่าบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อขอรับบริการ
  - 1.4 ความแปลกใหม่ของการบริการ
2. กลุ่มปัจจัยที่มีผลขณะรับบริการ ได้แก่
  - 2.1 ความสะดวกสบายขณะใช้บริการ
  - 2.2 ความถูกต้องแม่นยำในรายละเอียดขั้นตอนการบริการ
  - 2.3 กิริยามารยาทที่ดีงามของผู้ให้บริการ
  - 2.4 ความซับซ้อนยุ่งยากในขั้นตอนรับบริการ
  - 2.5 ความประณีต บรรจงขณะให้บริการ
  - 2.6 ความเลินเล่อของผู้ให้บริการ

2.7 ฝีมือ ภูมิปัญญาและความสามารถของผู้ให้บริการ

3. กลุ่มปัจจัยที่มีผลหลังการรับบริการแล้ว ได้แก่

3.1 ความสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าก่อนรับบริการ

3.2 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของการบริการ

3.3 ความคงเส้นคงวาด้านคุณภาพการบริการ

3.4 การปฏิบัติต่อคำร้องเรียนของลูกค้า

3.5 ความคุ้มค่าเงินหรือไม่ของบริการหลังจากลูกค้าได้รับบริการจนครบถ้วนแล้ว

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมความเข้าใจระหว่างนานาชาติ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายประเภท ซึ่งต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ เช่น เมื่อเดินทางออกจากบ้านก็ต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพกับการคมนาคม ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งบันเทิง หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง เป็นต้น เนื่องจากการท่องเที่ยว มีความสำคัญ และเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติทั้งทางด้านธุรกิจ และสังคมวัฒนธรรม ดังกล่าวมาแล้ว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่โตและมีความสำคัญต่อมนุษยชาติ ในด้านการเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง

**การท่องเที่ยว (Tourism)** หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชน ผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับกับผู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่น ๆ

#### **แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว**

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (tourism motivation) หมายถึง สิ่งทีกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (physical motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การสันตนาการตามชายหาด การหย่อนใจ ด้วยการบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพ

2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (culture motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้อักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (interpersonal motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะได้พบคนใหม่ ๆ



4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (status and prestige motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุม การศึกษา เป็นต้น

#### วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนเกิดจากสาเหตุ 3 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ

3. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การเล่นกีฬา การศาสนา ฯลฯ

#### ความเป็นมาของโฮมสเตย์

##### ความหมายของโฮมสเตย์

ในราชกิจจานุเบกษาได้ให้ความหมายของโฮมสเตย์ไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวจะพักร่วมกับเจ้าของบ้านหลังเดียวกันและศึกษาธรรมชาติ วิถีชีวิตไทย หรือวัฒนธรรมไทย โดยมีการจัดบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร ได้จดทะเบียนต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

โฮมสเตย์หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หมายถึง บ้านพัก ประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้าน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของเจ้าของบ้านซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม รวมถึงการให้บริการด้านอื่น ๆ เช่น อาหาร การนำเที่ยว กิจกรรมทางวัฒนธรรม การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น

โฮมสเตย์จะเป็นบ้านที่มีความพร้อมสำหรับการแบ่งพื้นที่ของบ้านพักอาศัย ให้บริการกับนักท่องเที่ยวเสมือนสมาชิกหรือญาติของบ้านพัก โดยมีความพร้อมภายใต้การบริหารจัดการของชุมชน โดยชาวบ้านในชุมชนที่บ้านมีความพร้อมด้านห้องพัก ห้องน้ำ บริเวณบ้านความปลอดภัยและคนในบ้านมีเวลาดูแล ไม่มีคนป่วย คนชราหรือเด็กอ่อน มารวมตัวกัน มีการบริหารจัดการรับนักท่องเที่ยวเข้าพัก จัดอาหารบริการ ให้ข้อมูลวัฒนธรรมท้องถิ่นและอาจมีบริการนำเที่ยวและการแสดงพื้นบ้าน การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบทเป็นจุดขายที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ การจัดกิจกรรมที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทจึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและเป็นทางเลือกในตลาดท้องถิ่นที่ไม่ใช่คู่แข่งในเชิงพาณิชย์ ในพื้นที่ที่มีโรงแรม หรือรีสอร์ท จึงไม่ถือเป็นการประกอบการที่พักในเชิงธุรกิจ แต่ต้องอยู่ภายใต้ศักยภาพและความพร้อมของชุมชนเป็นหลักจุดเริ่มต้น

### ความเป็นมาของโฮมสเตย์

ในทวีปยุโรปในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและที่พักที่ห่างไกลชุมชนเมืองและร่องรอยความกดดันของสงครามไปสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบร่มรื่น ธรรมชาติที่สวยงาม ก่อให้เกิดที่พักแรมนักท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ ขึ้น ได้แก่ bed & breakfast บ้านพักในฟาร์ม (farm house) เกสต์เฮาส์ (guest house) และโฮมสเตย์ ซึ่งมีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่เรียกชื่อแตกต่างกันไปแต่ทั้งหมดดำเนินการภายใต้แนวคิดเดียวกันคือ ถือว่าผู้ที่มาพักเป็นแขกของบ้านมิใช่นักท่องเที่ยว (be a guest, not just a tourist) และภายใต้การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวชนบท (rural tourism) สำหรับความเป็นมาของโฮมสเตย์ในประเทศไทยนั้น จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชนและการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ จากการติดตามความเป็นมาพบว่า โฮมสเตย์ ภายในประเทศไทยเกิดขึ้นมานานแต่รูปแบบและกิจกรรมอาจแตกต่างกันออกไป หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ตามยุคสมัย ดังนี้

#### 1. ยุคเริ่มต้น (ปี 2503 - 2525)

กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิตนักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทต้องเรียนรู้วิถีชีวิต รับทราบปัญหาในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ นอกจากนี้ยังกระจายอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางเดินป่า

#### 2. ยุคกลาง (ปี 2526 – 2536)

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่าเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น การพักค้างในรูปแบบโฮมสเตย์ ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขาที่กว้างขวางมากขึ้น ในระยะนี้การท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัดโฮมสเตย์ เริ่มสร้างปัญหาสังคม อาทิปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้นขโมย ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์ กลุ่มนักพัฒนา นักกิจกรรม ที่เติบโตมาจากการทำกิจกรรมในสมัยนักศึกษาเริ่มทำงานในรูปแบบ

ขององค์กรพัฒนาเอกชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม มีรูปแบบการเดินทางเพื่อศึกษา ดูงาน ด้านการพัฒนา ซึ่งก็เป็นลักษณะหนึ่งของ home stay แต่ยังคงเผยแพร่ในคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

### 3. ยุคตั้งแต่ปี 2537 – ปัจจุบัน

ยุคนี้เป็นการเน้นกระแสการพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะพบได้ว่าการท่องเที่ยว จะมีแนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ในระยะประมาณปี 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยว ในรูปแบบโฮมสเตย์ โดยกลุ่มนำร่องก็คือ กลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคมทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ ทำที่สืบค้นพบว่าพื้นที่ที่ดำเนินการเรื่องโฮมสเตย์ก็จะเป็นพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทยเข้าไป ดำเนินการ เช่น เกาะยาว จังหวัดพังงา (กลุ่มชุมชนประมงชายฝั่ง/อวนลาก อวนลุน) หลังจากพื้นที่ เกาะยาว จังหวัดพังงา ได้มีพื้นที่อื่นเพิ่มขึ้นอาทิ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จังหวัดเชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก) บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เซยเฉลิม (เกษตรยั่งยืน) ปี 2539 เป็นต้น ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบ การท่องเที่ยวผสมผสานระหว่าง adventure ecotourism และ home stay จากการที่รัฐบาล ได้ประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย (amazing thailand 1998-1999) ทุกหน่วยงานของ ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรมโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทย บ้านโคกโก่ง อำเภอ กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ บ้านทรงไทยปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อยหมู่บ้านชาวเขาที่มีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ ด้วยเช่นกัน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นทั้งใน กลุ่มชาวไทยและชาวต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชนเพื่อศึกษาเรียนรู้ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ทัศนกรรมของท้องถิ่นมีโฮมสเตย์เป็นที่พัก เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งยึดเอารูปแบบ ที่พักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วยทั้งนี้หน่วยงานที่สนับสนุนกิจกรรมโฮมสเตย์ เช่น ส่วนราชการจังหวัด องค์กรบริหารส่วนตำบล องค์กรเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีแนวคิดหลักที่จะใช้ โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในชุมชนซึ่งบางพื้นที่อาจไม่จำเป็นต้องจัดเป็นโฮมสเตย์ แต่เป็นเพียงการท่องเที่ยวลักษณะ home visit หรือการเรียนรู้วิถีชีวิต โดยไม่ต้องพักแรมก็ได้ โดยสรุปแล้วกิจกรรมที่พัก โฮมสเตย์ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงชุมชน (community based tourism) หรือการท่องเที่ยวในชนบท (rural tourism)

สำหรับในประเทศไทยโฮมสเตย์จะดำเนินการโดยชุมชนที่มีความพร้อมเรื่องบ้านพัก ความพร้อมของเจ้าบ้าน ความพร้อมของชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวพักร่วมกับ เจ้าของบ้านพร้อมที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

ปัจจุบันทิศทางการท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนแปลงไปในเส้นทางของการศึกษาและแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมซึ่งกันและกันควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวในรูปแบบ “โฮมสเตย์” ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปใช้ ชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกับคนในท้องถิ่น อยู่บ้านเดียวกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้นักท่องเที่ยวจะได้ปฏิบัติตน เหมือนกับชีวิตประจำวันของชาวบ้าน เช่น เข้าขึ้นทำอาหาร เตรียมใส่บาตร สายหน่อยออกไปทำไร่ ทำนา ปลูกผัก ผู้หญิงอาจอยู่บ้านทำงานฝีมือ ทอผ้า จักสาน ได้รับประทานอาหารท้องถิ่น ซึ่งอาจเก็บผัก ตกปลาตนเอง ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนที่ต่างไปจากที่เราเป็นอยู่ เป็นต้น

## มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ทางสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๕๓) มีภารกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านการพัฒนามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการสนับสนุนการประกอบธุรกิจ นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในระดับมาตรฐาน เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และเพื่อให้เป็นไปตามภารกิจ ทางสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้ทำการศึกษาและสร้างมาตรฐาน โฮมสเตย์มีความสมบูรณ์และสร้างความเชื่อมั่นมั่นอีกทางหนึ่งให้แก่นักท่องเที่ยว ตามมาตรฐาน โฮมสเตย์ไทย 7 (ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง กำหนดมาตรฐานบริการท่องเที่ยวมาตรฐาน โฮมสเตย์ไทย พ.ศ. ๒๕๕๔ ,กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. ๒๕๕๓) ด้านดังกล่าวนี้มีดังนี้

### มาตรฐานที่ 1 ด้านที่พัก

1. โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคง
2. บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และแสงสว่างส่องเข้าถึงไม่มีกลิ่นอับ และหลังคาสามารถกันน้ำฝนได้
3. มีที่นอนที่สบายตามสภาพชุมชน และเครื่องนอนที่สะอาด
4. มีห้องน้ำ และห้องส้วมที่สะอาด
5. มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์สำหรับการนอนทุกครั้งเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก
6. มีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอโดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน

7. มีการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณบ้าน

### มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหารและโภชนาการ

1. มีอาหารปรุงมาอย่างดี
2. ภาชนะที่ใช้สะอาดและปลอดภัย
3. คราวอยู่ในสภาพที่สะอาดไม่มีกลิ่น
4. อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวสะอาดถูกสุขลักษณะ
5. มีน้ำดื่ม และน้ำใช้ที่สะอาด
6. มีร้านอาหารชุมชน

### มาตรฐานที่ 3 ด้านความปลอดภัย

1. มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย
2. มีเครื่องมือ และวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้ายหรือในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย
3. มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
4. มีการซักเดือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรักษาทรัพย์สินส่วนตัว และเตรียมพร้อมเกี่ยวกับยาในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีโรคประจำตัว
5. มีการดูแลและซ่อมแซมสิ่งต่าง ๆ ในที่พักเพื่อความปลอดภัยอยู่เสมอ

### มาตรฐานที่ 4 ด้านการจัดการ

1. มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านจัดการในรูปแบบของชมรมหรือสหกรณ์
2. มีคณะกรรมการบริหาร โครงการ
3. มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณี ความเชื่อของชุมชน
4. มีระบบการจองล่วงหน้า และการลงทะเบียน เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
5. มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียม และบริการต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบชัดเจน
6. มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างละเอียดให้นักท่องเที่ยวเลือก
7. ชุมชนไม่หวังสร้างรายได้จากโฮมสเตย์ และต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน
8. มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่เป็นคนท้องถิ่น และมีความพร้อมในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ทราบชัดเจน

### มาตรฐานที่ 5 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

1. มีกิจกรรมท่องเที่ยว

2. มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน
3. มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น
4. มีกิจกรรมบันเทิง
5. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
6. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น กิจกรรม

เกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชน และการถ่ายทอดตำนานหรือประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

#### มาตรฐานที่ 6 ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. มีคู่มือหรือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวเป็นของตนเอง
2. มีการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์
3. มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยว โสมสเดย์ของกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา

#### มาตรฐานที่ 7 ด้านมูลค่าเพิ่ม

1. มีร้านขายของที่ระลึกในชุมชน
2. มีผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้าน และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิต
3. มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน
4. มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนด้านการให้บริการที่ประทับใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโสมสเดย์ไทย การท่องเที่ยวโสมสเดย์นั้นประกอบด้วยทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น และทรัพยากรที่มุ่งเน้นด้านการดำเนินการ ซึ่งในการพัฒนาโสมสเดย์นั้น เห็นได้ว่ามีหลายปัจจัยที่ควรคำนึงถึง ทั้งสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกกิจการ การเตรียมการเรื่องความพร้อมในด้านต่าง ๆ อาทิ เรื่องของที่พักร้านอาหาร และสิ่งจำเป็นอื่น ๆ รวมถึงมาตรฐานโสมสเดย์ทั้ง 7 ด้าน จากสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวได้แก่ ที่พัก อาหาร และโภชนาการความปลอดภัย การจัดการ กิจกรรมท่องเที่ยว มูลค่าเพิ่ม และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งในการศึกษากครั้งนี้ได้นำมาตรฐานทั้ง 7 ด้าน มาเป็นกรอบการบริหารจัดการโสมสเดย์ รวมทั้งหาแนวทางการบริหารจัดการโสมสเดย์ เพื่อที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มาเยือน รวมถึงมีโสมสเดย์ที่ดำเนินงานให้สอดคล้องตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืนต่อไป

เพื่อให้ผู้ประกอบการโสมสเดย์สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาโสมสเดย์ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ซึ่งมีจำนวน 7 มาตรฐานคุณภาพ และ 38 ตัวชี้วัด ดังรายละเอียดตามตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโสมสเดย์ไทย

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
1 ด้านที่พัก	1.1 โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคง	<p>โครงสร้างบ้านมีความมั่นคง หมายถึง ลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตัวบ้านต้องมั่นคงแข็งแรง ไม่อยู่ในสภาพชำรุดและเสี่ยงต่ออันตรายจากการใช้สอย</li> <li>2. วัสดุที่ใช้ก่อสร้างบ้านแข็งแรงซึ่งไม่ควรใช้ไม้ไผ่หรือฝาขัดแตะหรือ ไม้เป็นวัสดุ เว้นแต่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ซึ่งจะต้องอยู่ในสภาพที่แข็งแรง</li> </ol>
	1.2 บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวกและแสงสว่างส่องเข้าถึง ไม่มีกลิ่นอับ และมีหลังคาที่สามารถกันน้ำฝนได้	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะบ้านที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และไม่มีกลิ่นอับ หมายถึง ห้องต่าง ๆ ของบ้าน ออกแบบให้ลมผ่านได้ทุกจุด เช่น ห้องนอน ห้องรับแขก ห้องครัว และห้องน้ำ ในขณะที่เดียวกัน ต้องมีความปลอดภัยควบคู่ไปด้วย</li> <li>2. หลังคากันน้ำฝนได้ หมายถึง วัสดุที่ใช้มุงหลังคาควรเป็นกระเบื้อง หรือสังกะสีและหากเป็นวัสดุอื่น ต้องไม่มีรอยรั่ว/ซึมลงตัวบ้านเมื่อฝนตก หรือหากตรวจพบว่ามีรูรั่วก็ควรซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพเดิม</li> </ol>
	1.3 มีที่นอนที่สบายตามสภาพชุมชนและเครื่องนอนที่สะอาด	<p>ที่นอน หมายถึง ที่นอนที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอาจเป็นฟูก และเตียงหรือฟูกอย่างเดียวกันก็ได้ โดยทำจากวัสดุที่ดูดีส่วนประเภทของห้องพักอาจมีห้องเดี่ยว ห้องคู่ หรือ ห้องรวมตามสภาพของบ้าน</p>

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
		<p><b>เครื่องนอน</b> หมายถึง อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้นอน ได้แก่ที่นอน หรือฟูก ผ้าปู หมอน ปลอกหมอน มีผ้าห่ม อาจจะมีโต๊ะเครื่องแป้ง กระจก และควรมีม่านหน้าต่างทุกบาน ควรมีพัดลมด้วย ที่สำคัญ อุปกรณ์เครื่องนอนต้องสะอาด</p>
	<p><b>1.4 มีห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด</b></p>	<p>1. มีสบู่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน ผ้าเช็ดตัว ล้างรองไว้ในห้องน้ำกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่ได้นำติดตัวมา และควรมีที่แขวนหรือราวในห้องน้ำด้วย</p> <p>2. ประตูห้องน้ำมีล็อกและการปิดเปิดอยู่ในสภาพดี และปลอดภัยไม่มีรู และรอยร้าวหรือช่องที่มองเห็นได้จากภายนอก มีสวิทช์ไฟฟ้าหรือที่จุดไฟให้แสงสว่าง</p>
	<p><b>1.5 มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์สำหรับการนอน ทุกครั้ง เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก</b></p>	<p>มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพัก หมายถึง ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าห่มจะต้องเปลี่ยนใหม่เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพัก ถ้าผ้าห่มเป็นผ้าฉวมควรซักปลอกผ้าฉวมด้วย แต่ในระหว่างที่แขกเข้าพักอาจไม่ต้องเปลี่ยนปลอกหมอน หรือผ้าปูที่นอนทุกวัน ก็ได้เว้นแต่มีความจำเป็นหรือแขกต้องการ</p>
	<p><b>1.6 มีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอโดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน</b></p>	<p>การกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ หมายถึง บริเวณบ้านหรือภายในบ้านอาจมีแมลง หรือสัตว์บางชนิด เช่น แมลงสาบ หนู ยุง มด เป็นต้น</p> <p>การกำจัดไม่ควรใช้สารเคมีที่อาจมีผลกระทบต่อสุขภาพของเจ้าของบ้านและแขกที่มาพัก แต่ควรจัดหาวัสดุ และอุปกรณ์ที่เป็นสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น สมุนไพร เครื่องดักสัตว์ เป็นต้น</p>



ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
	<p><b>1.7 มีการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณบ้าน</b></p>	<p>การดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณรอบ ๆ บ้าน หมายถึง การดูแลเอาใจใส่รายละเอียดต่าง ๆ บริเวณบ้าน เช่น สวนหย่อม สวนครัว ต้นไม้ ร่องน้ำ ควรมีการปลูกต้นไม้ เช่น ไม้ดอกไม้ประดับ ไม้ผล เป็นต้น</p>
<p><b>2. ด้านอาหารและโภชนาการ</b></p>	<p><b>2.1 มีอาหารปรุงมาอย่างดี</b></p>	<p>อาหารที่ปรุงมาอย่างดี หมายถึง ชนิดของอาหาร เครื่องปรุง รสชาติของอาหารที่ทำและขั้นตอนการปรุงอาหารต้องพิถีพิถัน สะอาดและถูกหลักโภชนาการ</p> <p>ชนิดของอาหาร ควรเป็นอาหารพื้นบ้านซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เช่น แกงเหลืองของภาคใต้ แกงอ่อมของภาคอีสาน แกงฮังเลของภาคเหนือ เป็นต้น</p> <p>เครื่องปรุง ควรเป็นสิ่งที่หาได้ในพื้นที่เป็นหลัก และใช้พืชผักสวนครัวหรือของในชุมชน โดยเน้นความสด สะอาด และควรเป็นพืชผักปลอดสารพิษ</p> <p>รสชาติของอาหาร ควรเป็นรสชาติที่ไม่จัดเกินไป หรือหากเป็นนักท่องเที่ยวคนไทยอาจสอบถามเกี่ยวกับความชอบก่อนปรุง ทั้งนี้การปรุงทุกขั้นตอนต้องเน้นความสะอาด</p>

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
	<b>2.2 ภาชนะที่ใช้สะอาดและปลอดภัย</b>	ภาชนะที่เกี่ยวกับการปรุงทุกชนิด และจานถ้วยชาม ต้องสะอาดและต้องมีช้อนกลางสำหรับตักอาหารทุกครั้งภาชนะต่าง ๆ ที่ใช้ปรุงอาหารและใช้รับประทานอาหารจะต้องทำความสะอาดและล้างด้วยน้ำสะอาด โดยใช้ น้ำยาล้างจานโดยเฉพาะ ห้ามใช้ผงซักฟอกล้างโดยเด็ดขาดและหลังจากล้างควรวางไว้ให้แห้งก่อนเก็บ สำหรับแก้วดื่มน้ำจะต้องใสสะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็นคาวและควรวางแยกต่างหาก
	<b>2.3 ครีวอยู่ในสภาพที่สะอาดไม่มีกลิ่น</b>	ห้องครัวอาจอยู่ในตัวบ้าน หรือ แยกจากตัวบ้านก็ได้แต่ควรมั่น ทำความสะอาดอยู่เสมอ โดยเฉพาะหลังจากการปรุงอาหารทุกครั้ง
	<b>2.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวสะอาดถูกสุขลักษณะ</b>	<p>ตู้กับข้าวในห้องครัวและอุปกรณ์เครื่องปรุง เช่น พริก กระเทียม กะปิ น้ำปลา ปลาร้า เกลือ เป็นต้น ต้องเก็บให้มีฝาปิดและกันแมลงได้ด้วย ส่วนอุปกรณ์ต่าง ๆ ในครัวควรมีลักษณะดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เตา อาจเป็นเตาแก๊ส หรือเตาถ่านก็ได้ ซึ่งต้องอยู่ในสภาพที่สะอาดและปลอดภัย หมั่นตรวจสอบอุปกรณ์ของเตาที่อาจชำรุดเพื่อมิให้เกิดอันตรายในขณะที่ปรุงอาหาร</li> <li>2. ตู้กับข้าว ควรมีฝาปิดเปิดได้สะดวกและสะอาด กันแมลงได้ และมีระบายอากาศถ่ายเทได้</li> <li>3. อุปกรณ์และเครื่องปรุงต่าง ๆ ในครัว เช่น พริก กระเทียม หอม กะปิ น้ำปลา ปลาร้า ควรเก็บไว้ในภาชนะที่สะอาดและมีฝาปิด เป็นต้น</li> <li>4. หากมีตู้เย็นจะต้องดูแลความสะอาดอยู่เสมอและใช้เก็บอาหารและเครื่องดื่อย่างเหมาะสม</li> </ol>

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
		<p>โดยอาหารที่มีกลิ่นให้ใช้ถุงพลาสติก หรือ กล่องปิดมิดชิด ส่วนอุณหภูมิควรอยู่ที่ 5 องศาเซลเซียส หรือ น้อยกว่านั้น เมื่อสังเกตดูว่ามีน้ำแข็งเกาะมาก ควรกดปุ่มละลายน้ำแข็งนั้นทันที</p>
	<p><b>2.5 มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด</b></p>	<p>น้ำดื่ม หมายถึง น้ำที่จะนำมาใช้ดื่มตลอดเวลาที่บ้าน ต้องเป็นน้ำที่สะอาด หากเป็นน้ำประปา ถ้าไม่แน่ใจควรต้มในภาชนะที่สะอาดก่อนบรรจุขวดหรือภาชนะอื่น ๆ และหากเป็นน้ำฝนที่รองไว้ในตุ่ม ต้องแน่ใจว่าหลังคาบ้านสะอาดจริง สังกะสีไม่เป็นสนิม ไม่มีฝุ่นละอองเกาะและเก็บไว้ในตุ่มที่สะอาดมีฝาปิดมิดชิด</p> <p>น้ำใช้ หมายถึง น้ำที่ใช้อาบน้ำและซักล้างหากมิใช่ น้ำประปาจะต้องผ่านการทำน้ำให้สะอาด เช่น ใช้สารส้ม หรือ กรอง เป็นต้น โดยดูแลภาชนะทุกชนิดที่บรรจุต้องสะอาด ไม่มีลูกน้ำหรือสัตว์น้ำตลอดจนตะไคร่น้ำเกาะติดภาชนะนั้น</p>
	<p><b>2.6 มีร้านอาหารในชุมชน</b></p>	<p>มีการบริการอาหารของเจ้าของบ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวอาจมีเพียงอาหารเช้า หรือ บางมื้อเท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีร้านอาหารในชุมชนคอยให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารตามสั่งหรือร้านข้าวแกง เป็นต้น และร้านอาหาร ดังกล่าวควรเป็นเครือข่ายในชุมชนที่ร่วมมือกันต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องร่วมมือในเรื่องของความสะอาดของอาหาร ร้านและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่สำคัญราคาปกติไม่แพงจนเกินไป นอกจากนี้ควรมีบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และน่าประทับใจ</p>

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
3. ด้านความปลอดภัย	3.1 มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย	ควรมีการจัดให้มีเวรยามเฝ้าระวังและดูแลความปลอดภัย ให้นักท่องเที่ยวโดยมีตารางเวรยามชัดเจน และอาจมีหัวหน้าซึ่งเป็นผู้นำในชุมชนเพื่อรับผิดชอบ มีการอบรม และฝึกปฏิบัติให้กับเวรยามเมื่อมีเหตุร้าย และขอความร่วมมือให้ทุกคนในชุมชนสอดส่องดูแลคนแปลกหน้า และรีบแจ้งผู้เป็นเวรยามทันทีเมื่อมีเหตุร้าย
	3.2 มีเครื่องมือและวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้ายหรือกรณีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย	เครื่องมือ หมายถึง อุปกรณ์หรือสิ่งที่ใช้เป็นสื่อเพื่อติดต่อเจ้าหน้าที่ ตำรวจ ทหาร พยาบาล สาธารณสุข พนักงานดับเพลิงในกรณีที่เกิดเหตุร้าย เช่น นักท่องเที่ยวเจ็บป่วยประสบอุบัติเหตุ จี๊ป ปลั๊ก และอื่น ๆ เครื่องมือดังกล่าว ได้แก่ โทรศัพท์ โทรสาร วิทยุ เป็นต้น ซึ่งควรจะมีอยู่อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างก็ได้ โดยสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ ดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง และควรมีการฝึกอบรมโดยใช้สถานการณ์จำลองเพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติเมื่อเกิดเหตุการณ์จริง
	3.3 มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	การปฐมพยาบาลเบื้องต้น หมายถึง เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวเจ็บป่วย ถูกแมลงสัตว์กัดต่อยและอุบัติเหตุต่าง ๆ ควรมีการปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้ ก่อนนำส่งสถานพยาบาล เช่น การห้ามเลือด การปฐมหัวใจ การประคบ การทำแผล นอกจากนี้ควรมีอาสาสมัครประจำบ้านและที่เก็บยาดังกล่าวอย่างเหมาะสมและหาง่าย อาจมีตู้ยาเฉพาะติดตั้งไว้ในจุดที่มองเห็นในบ้านพัก

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
	3.4 มีการตกแต่ง นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ การเก็บรักษาทรัพย์สิน และเตรียมความพร้อม เกี่ยวกับยา ในกรณีที่ นักท่องเที่ยวมีโรค ประจำตัว	วิธีการเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับรักษาทรัพย์สิน ควรบอกให้ระวังทรัพย์สินมีค่าต่าง ๆ เช่น กระเป๋าเงิน แหวน สร้อย และเครื่องประดับอื่น ๆ เป็นต้น ควรสอบถามเกี่ยวกับโรคประจำตัว นักท่องเที่ยวและควรเตือนให้เตรียมยาไว้ล่วงหน้า ทั้งนี้ควรระบุเรื่องดังกล่าวไว้ในเอกสารการ ลงทะเบียนด้วย เพื่อมีให้นักท่องเที่ยวหลงลืม
	3.5 มีการดูแลและ ซ่อมแซมสิ่งต่าง ๆ ในที่พัก เพื่อความ ปลอดภัยอยู่เสมอ	เจ้าของบ้านต้องหมั่นดูแลสิ่งต่าง ๆ ในบ้าน เช่น ประตู หน้าต่าง ตู้ เป็นต้น ให้อยู่ในสภาพ ที่แข็งแรง และใช้งานได้อยู่ตลอดเวลา หากชำรุด ให้รีบดำเนินการซ่อมแซมทันที
4 ด้านการจัดการ	4.1 มีการรวมกลุ่มของ ชาวบ้าน จัดการในรูป ของชมรม หรือ สหกรณ์	การจัดการโฮมสเตย์ ควรจะเป็นการรวมกลุ่มของ ชุมชนในรูปแบบของกลุ่มชมรม หรือ สหกรณ์ เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุดและจะต้อง มีความพร้อมด้วยในทุก ๆ ด้านสำหรับ การดำเนินการโดยองค์กร หรือบุคคลอื่นจาก นอกพื้นที่ อาจเข้ามาสนับสนุนให้ชุมชนรวมกลุ่ม กันทำได้ แต่ไม่ควรดำเนินการในเชิงธุรกิจ ซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลัง
	4.2 มีคณะกรรมการ บริหารโครงการ	เมื่อชุมชนรวมกลุ่มทำโฮมสเตย์ได้แล้ว ควรจัดให้มี คณะกรรมการบริหารโครงการ โดยยึดหลักการ มีส่วนร่วมของประชาชน และหลักประชาธิปไตย เป็นสำคัญ กรรมการ ดังกล่าวจะมีบทบาทและ หน้าที่ชัดเจนในการดำเนินการโฮมสเตย์ของชุมชน

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
		<p>ทำไม่ได้ เช่นการแต่งกายไม่สุภาพ การแสดงออกของชายและหญิง ลักษณะผู้สาว การใช้สารเสพติด เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวยอมรับ และเข้าใจก่อนเดินทาง ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรมของชุมชน</p>
	<p><b>4.3 มีการกำหนดข้อปฏิบัติ สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีตประเพณี ความเชื่อของชุมชน</b></p>	<p>กรรมการบริหาร โฮมสเตย์ของชุมชนต้องร่วมกันกำหนดข้อปฏิบัติต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้า โดยกำหนดสิ่งที่นักท่องเที่ยวทำได้และทำไม่ได้ เช่น การแต่งกายไม่สุภาพ การแสดงออกของชายและหญิง ลักษณะผู้สาว การใช้สารเสพติด เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวยอมรับ และเข้าใจก่อนเดินทาง ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรมของชุมชน</p>
	<p><b>4.4 มีระบบการจองล่วงหน้า และลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว</b></p>	<p>ระบบจองล่วงหน้า หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวจะต้อง สามารถจองล่วงหน้าได้ โดยควรจัดเตรียมดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ใช้โทรศัพท์ หรือ เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ ไปรษณีย์จองโดยตรงกับกรรมการของโฮมสเตย์</li> <li>2. จองผ่านบริษัทนำเที่ยว การจองล่วงหน้าดังกล่าวต้องมีการตอบรับและต้องแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบข้อปฏิบัติล่วงหน้าด้วย</li> </ol>
	<p><b>4.5 มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบ</b></p>	<p>ค่าธรรมเนียม และค่าบริการต่าง ๆ ควรระบุไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก/คน/คืน ค่าอาหาร/คน/มื้อ ค่านำเที่ยว/คน หรือกลุ่ม เป็นต้น</p>

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
	4.6 มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างละเอียดให้ นักท่องเที่ยวเลือก	เนื่องจากกิจกรรมที่จัดให้นักท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนมีลักษณะหลากหลาย และแตกต่างกันตามสภาพของแต่ละชุมชน ดังนั้นจึงควรระบุกิจกรรมที่ชุมชนสามารถจัดไว้ให้ครบถ้วน และให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้เลือกตามความต้องการ
	4.7 ชุมชนไม่หวังจะสร้างรายได้จากโฮมสเตย์อย่างเดียว และต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน	สมาชิกในชุมชนที่จัดโฮมสเตย์จะต้องตระหนักเสมอว่าโฮมสเตย์เป็นเพียงอาชีพเสริม มิใช่อาชีพหลักทั้งนี้สมาชิกของชุมชน หน่วยงานภายนอกที่สนับสนุน และบริษัททัวร์ต้องเข้าใจตรงกัน
5 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	5.1 มีกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น เดินป่า ตกปลา จิ๋มป่า ปีนเขา ขี่จักรยาน ฯลฯ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน	เนื่องจากกิจกรรมท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนมีหลากหลายตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ชุมชนจะร่วมกันจัดขึ้นและกำหนดไว้ชัดเจน มีผู้นำเที่ยว มีความปลอดภัย และเตรียมอุปกรณ์ไว้ให้พร้อม เช่น การตกปลาต้องเตรียมพร้อมว่าใครนำเที่ยว อุปกรณ์ตกปลาคืออะไรและสถานที่ตกปลาอยู่ที่ไหน เป็นต้น
	5.2 มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ทอผ้า จักสาน ฯลฯ	โดยทั่วไปชาวบ้านมีความรู้ความสามารถในด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอยู่แล้ว จึงควรจัดให้มีกิจกรรมนี้ให้นักท่องเที่ยวเลือกด้วย เช่น ฝึกหัดการทอผ้า การจักสาน เป็นต้น
	5.3 มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ ฯลฯ	เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางถึงชุมชน ควรจัดกิจกรรมต้อนรับ โดยอาศัยวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่เคยปฏิบัติอยู่แล้ว เช่น การบายศรีสู่ขวัญ หรือการต้อนรับด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใสและอบอุ่น เป็นต้น โดยกิจกรรมดังกล่าวไม่ควรปรุงแต่ง

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
		จนขัดแย้งกับประเพณีดั้งเดิมของชุมชน
	5.4 มีกิจกรรมบันเทิง เช่น ดนตรี การเต้นรำ การแสดงพื้นบ้าน ฯลฯ	กิจกรรมด้านบันเทิง หรือ นันทนาการในยามว่าง หรือ ตอนเย็น หรือตามเวลาที่เหมาะสม ควรจัดให้นักท่องเที่ยวเลือกด้วย เช่น ดนตรีพื้นเมือง การเต้น/รำ และการแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น โดยการแสดงต่าง ๆ ควรเป็นของชุมชน
	5.5 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	กิจกรรมทุกชนิดทุกประเภทที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวจะต้องยึดหลักการเดียวกันคือไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่ทิ้งขยะ ไม่ขีดเขียนบนแผ่นดิน ไม่ส่งเสียงดัง เป็นต้น
	5.6 มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชน และการถ่ายทอดตำนานหรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น	ในระหว่างนักท่องเที่ยวอยู่ในชุมชนจะต้องตระหนักเสมอว่าเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ด้านนักท่องเที่ยวควรต้องเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในขณะเดียวกันชุมชนก็ได้เรียนรู้วัฒนธรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ



ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
<p>6 ด้านการส่งเสริมการตลาด</p>	<p>6.1 มีคู่มือหรือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวเป็นของตนเอง และเป็นข้อมูลจริงโดยคู่มือหรือเอกสารดังกล่าวมีรายละเอียดต่าง ๆ ครบถ้วน เช่น รายการกิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว แผนที่เดินทาง</p>	<p>โฮมสเตย์แต่ละแห่ง ควรมีคู่มือหรือแผ่นพับ หรือเอกสารที่รวบรวมข้อมูลให้นักท่องเที่ยวรับทราบ โดยคู่มือดังกล่าวควรระบุรายละเอียดทุกประเภทให้นักท่องเที่ยวทราบด้วย อย่างน้อยควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยว รายละเอียดค่าใช้จ่าย และการติดต่อเป็นต้น</p>
	<p>6.2 มีการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์</p>	<p>เนื่องจากปัจจุบันการติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำค่อนข้างง่าย โดยคนในท้องถิ่นสามารถทำได้เอง ดังนั้นโฮมสเตย์จึงควรสร้างโฮมเพจของตนเอง ซึ่งเป็นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (หากมีปัญหาในการดำเนินการขอความช่วยเหลือจากฝ่ายสนับสนุน)</p>
	<p>6.3 มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา</p>	<p>ปัจจุบันสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำคู่มือและทำเนียบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ของประเทศไทย ดังนั้นโฮมสเตย์ต่าง ๆ จึงควรติดต่อเพื่อให้อยู่ในระบบดังกล่าวและในขณะเดียวกันอาจมีการเชื่อมโยงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตของกระทรวงฯ ซึ่งมีโฮมเพจด้านนี้โดยเฉพาะ</p>

ตารางที่ 2.1 มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (ต่อ)

มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	แนวปฏิบัติ/รายละเอียด
7 ด้านมูลค่าเพิ่ม	7.1 มีร้านขายของที่ระลึกในชุมชน	ควรจัดให้มีร้านค้าหรือมุมเล็ก ๆ ของชุมชนเป็นจุดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก หากไม่มีชุมชนควรจัดการให้มีร้านค้าของชุมชนเกิดขึ้น
	7.2 มีผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้านและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิต	ชุมชนควรใช้โอกาสนี้ใช้ภูมิปัญญาที่ชุมชนสั่งสมมา หรือสิ่งที่ชุมชน ริเริ่มขึ้นใหม่ ทำของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งของที่ระลึกดังกล่าว อาจเป็นสิ่งของเครื่องใช้ เครื่องประดับ เสื้อผ้า ตลอดจนของตกแต่ง หรืออาหาร ขนม โดยควรใช้วัสดุหรือวัตถุดิบที่มีในชุมชนเป็นหลัก
	7.3 มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน	ชุมชนได้ใช้โอกาสที่นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชนทุก ๆ ด้านให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและชื่นชม ซึ่งถือว่าเป็นการทำนุบำรุงวัฒนธรรมของคนอีกด้วย
	7.4 มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนในด้านการให้บริการที่ประทับใจ	การที่ชุมชนมีโอกาสด้อนรับนักท่องเที่ยว แต่ละครั้ง คนในชุมชนได้มีโอกาสแสดงความสามารถของตนเองตามที่ตนถนัด เช่น การต้อนรับ มัคคุเทศก์ การปรุงอาหาร การทอผ้า จักสาน เป็นต้น

ที่มา: [www.homestaythailand.org](http://www.homestaythailand.org) มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

## ประวัติสวนสันติภาพโฮมสเตย์

สวนสันติภาพโฮมสเตย์ ก่อตั้งโดย คุณชัยวิทย์ และคุณรุ่งรัตน์ มั่นทน เปิดให้บริการบ้านพักและอาหารในบรรยากาศที่แวดล้อมไปด้วยสายน้ำและขุนเขา ตั้งอยู่ที่ 52/3 หมู่ 2 ตำบลยางหัก อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ด้วยทำเลที่ตั้งที่แวดล้อมไปด้วยขุนเขารอบ ๆ บริเวณพื้นที่ และอยู่ติดกับอ่างเก็บน้ำบ้านตากแดด จึงมีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การมาพักผ่อน ผ่อนคลายจากการทำงาน และได้สัมผัสอากาศที่ยังบริสุทธิ์และธรรมชาติที่ยังสมบูรณ์ รวมทั้งยังมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเข้ามาพักได้สัมผัส เช่น พายเรือตกปลา เดินขึ้นเขาเพื่อชมวิวดูโดยรอบแบบ 360 องศา สนุกสนานกับการเล่นน้ำกับสไลด์เดอร์แบบธรรมชาติ พืชผลทางการเกษตรที่ปลูกภายในสวนโดยปราศจากสารพิษ ผจญภัยกับการขับรถ ATV เป็นต้น สวนสันติภาพโฮมสเตย์มีพื้นที่ 5 ไร่ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักได้ ประมาณ 30 คน ราคาที่พักพร้อมอาหาร 2 มื้อ ราคาท่านละ 800 บาท หรือเลือกพักตามบ้านพักที่ทางสวนสันติภาพโฮมสเตย์จัดไว้ มีจำนวนบ้านพักทั้งหมด 7 หลัง ได้แก่



**เรือนชานอ้อย รองรับผู้เข้าพักได้ 8-10 ท่าน ราคา 4,000 บาท/คืน (รวมอาหารเช้า)**

เรือนชานอ้อย เป็นเรือนพักหลังใหญ่สไตล์ธรรมชาติ ภายในบ้านตกแต่งให้มีห้องพัก 2 ห้องนอน (เล็ก) และ 1 ห้องนอน (ใหญ่) มีระเบียงด้านหน้าไว้ ทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือนั่งชมบรรยากาศขุนเขาและสายน้ำ รวมทั้งยังพื้นที่สำหรับไว้กางเต็นท์ ภายในห้องพักแต่ละห้องมีเตียงนอนไว้บริการ (ห้องนอนใหญ่ มี 2 เตียง) เหมาะสำหรับการมาพักเป็นครอบครัวหรือหมู่คณะ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่ โทรทัศน์ และตู้เย็น



เรือนมะกอก , เรือนมะละกอ , เรือนมะยม รองรับผู้เข้าพักได้ 1-2 คน ต่อหลัง ราคา 500 บาท/คืน (รวมอาหารเช้า)

เรือนมะกอก , เรือนมะละกอ , เรือนมะยม เป็นเรือนพักแบบเดี่ยว ตัวบ้านตกแต่งแบบธรรมชาติ มีระเบียงด้านหน้าห้อง เพื่อนั่งชมบรรยากาศ ภายในห้องมีเตียงนอน ห้องน้ำในตัว เหมาะสำหรับการมาพักเป็นคู่ มีจำนวนทั้งหมด 3 หลัง



เรือนบุษกร รองรับผู้เข้าพักได้ 4-6 คน ราคา 2,800 บาท/คืน (รวมอาหารเช้า)

เรือนบุษกร เป็นเรือนพักหลังใหญ่ ในบรรยากาศกลางบึงน้ำ ตัวบ้านมี 2 ชั้น ชั้นบนมีห้องพัก 1 ห้อง ห้องน้ำในตัว ชั้นล่างมีโต๊ะนั่งไว้ทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือนั่งชมบรรยากาศเหมาะสำหรับการมาพักเป็นครอบครัว



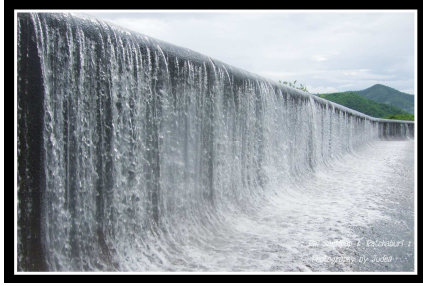
**เรือนธารน้ำ รองรับผู้เข้าพักได้ 6-8 คน ราคา 2,800 บาท/คืน (รวมอาหารเช้า)**

เรือนธารน้ำ เป็นเรือนพักสไตล์ธรรมชาติ เหมาะสำหรับผู้ที่ชอบความสงบ ตัวบ้านตกแต่งอย่างเรียบง่าย มีระเบียงไว้ทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือนั่งชมบรรยากาศ ริมสายน้ำ เหมาะสำหรับการมาพักเป็นครอบครัว หรือหมู่คณะ



**เรือนหางนกยูง รองรับผู้เข้าพักได้ 12-15 คน ราคา 3,000 บาท/คืน (รวมอาหารเช้า)**

เรือนหางนกยูง เป็นเรือนพักสไตล์ธรรมชาติแฝงไว้ด้วยลูกเล่น ภายในบ้านมี 4 ชั้นตกแต่งอย่างเรียบง่าย มีระเบียงไว้ทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือนั่งชมบรรยากาศและพื้นที่สำหรับไว้กางเต็นท์ ภายในห้องพัก มีที่นอนที่จัดให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพัก เหมาะสำหรับการมาพักเป็นครอบครัว หรือหมู่คณะ



### สำหรับกิจกรรม เสริมนอกเหนือ จากการพักผ่อน

1. การเพลิดเพลินกับการร้อง Karaoke และ ดนตรีสด
2. การพายเรือ ชมวิว กับบรรยากาศ สายน้ำ ในอ่างเก็บน้ำ
3. ผจญภัยกับการขับขี่ ATV
4. สนุก และมันส์ กับ Slider ขนาดใหญ่
5. เรียนรู้ ชีวิต ของ นกกระจอกเทศ และสัตว์ ต่างๆ ที่ กล้วยฟาร์ม

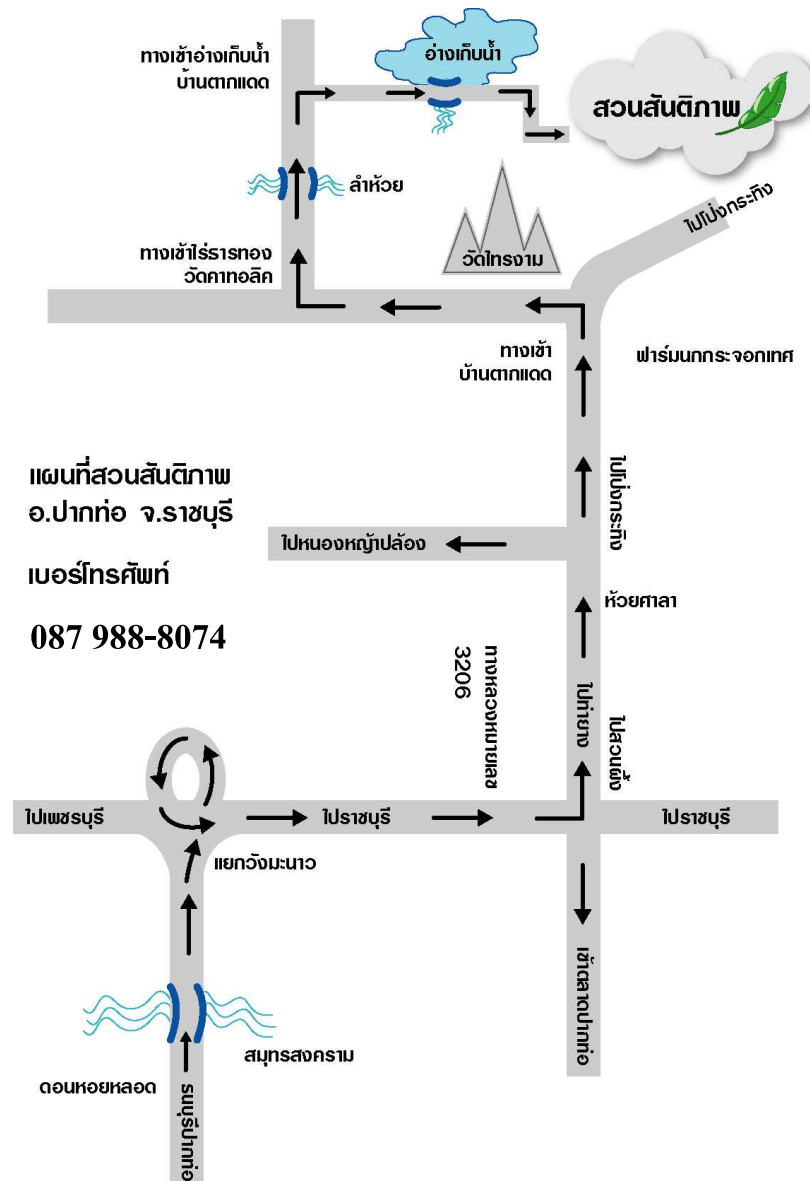
### สำหรับสถานที่ ท้องเที่ยว ในบริเวณ ใกล้เคียง

1. วัดไทรงาม ทำบุญ และนมัสการ "หลวงพ่อรวย" เพื่อความเป็นสิริมงคล
2. ผ่อนคลาย สไตล์การบำบัดกับการแช่ น้ำพุร้อน ที่โป่งกระทิง
3. นมัสการ เจ้าแม่กวนอิม พันมือ

### แผนผัง



## แผนที่การเดินทาง



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยและ(2)เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานไทยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเป็นครั้งแรก จำนวน 260 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการของโฮมสเตย์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวสูงสุด ในปัจจัยด้านผู้บริโภค คือความสวยงาม และความหลากหลายของทิวทัศน์ สภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านต้นทุน คือ ความเหมาะสมของราคาที่พัก ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย คือ ความสามารถเดินทางไป-มาสะดวก และปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร คือ การติดต่อขอข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์และการท่องเที่ยวทางโทรศัพท์

การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด แต่มีความคาดหวังไว้ก่อนไปท่องเที่ยวเพียงระดับมาก อย่างไรก็ตามด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับปานกลาง การบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จึงควรเน้นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด เพราะเป็นจุดอ่อนของบริการโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเนื่องจากพบที่เกิดช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวมากที่สุด จึงควรปรับปรุงในประเด็น การมีเว็บไซต์แนะนำที่พักและบริการรวมถึงการติดต่อของห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตได้ เป็นลำดับสำคัญ

วิภาดา พิศดู (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ : กรณีศึกษา หาดส้มแป้น จ.ระนอง การศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงของการให้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ หาดส้มแป้น จ.ระนอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคาดหวัง ระดับการรับรู้จริง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ หาดส้มแป้น จ.ระนอง การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวโฮมสเตย์ หาดส้มแป้น จ.ระนอง จำนวน 210 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยใช้ค่า t-test และทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของประชากร



ที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ค่า F-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของประชากรที่ไม่เป็นอิสระต่อกันด้วยค่า paired t-test ผลการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 40-49 ปี มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีสถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 บาท ลงนามมีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ระนอง

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ หาดส้มแป้น จ.ระนอง ในด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านการให้บริการของนักท่องเที่ยว ด้านการบริการด้านอาหาร ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการจัดกิจกรรมในการสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด และด้านมาตรฐานที่ใช้ในการให้บริการที่พักและความปลอดภัย มีคาดหวังอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวโฮมสเตย์หาดส้มแป้น จ.ระนอง ในด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านการจัดกิจกรรมในการสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ด้านการให้บริการของนักท่องเที่ยว ด้านการบริการด้านอาหาร การรับรู้จริงอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ด้านมาตรฐานที่ใช้ในการให้บริการที่พักและความปลอดภัย การรับรู้จริงอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวโฮมสเตย์ หาดส้มแป้น จ.ระนอง พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงในทุกด้าน ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ หาดส้มแป้น จ.ระนอง

ณิชากร ณิชูเจริญลาภ (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ของชุมชนชาวเขาในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจโฮมสเตย์ของชุมชนชาวเขาในด้านโครงสร้างและการบริหารจัดการ ตลอดจนการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโฮมสเตย์ โดยการเปรียบเทียบระหว่างโฮมสเตย์ที่ประสบความสำเร็จที่ได้รับตราสัญลักษณ์การผ่านมาตรฐานโฮมสเตย์จากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทยคือ โฮมสเตย์บ้านผานกกก และโฮมสเตย์ที่ยังไม่ได้รับตราสัญลักษณ์คือ โฮมสเตย์บ้านระเบียงดา วิธีการศึกษาใช้การสัมภาษณ์ประธานโฮมสเตย์และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการของโฮมสเตย์ทั้งสองแห่ง และใช้แบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ทั้งสองแห่ง แห่งละ 100 คน การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปของความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการให้ระดับคะแนน

ผลการศึกษาพบว่าโฮมสเตย์บ้านผานกกกที่ได้รับตราสัญลักษณ์การผ่านมาตรฐาน มีการจัดการโดยนำหมู่บ้านมาทำเป็นธุรกิจโฮมสเตย์ มีคณะกรรมการจำนวน 10 คนเป็นผู้บริหาร การจัดการ มีการออกกฎเกณฑ์ปฏิบัติร่วมกันอย่างชัดเจน ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในธุรกิจโฮมสเตย์ร้อยละ 80% ของประชากรทั้งหมด โดยการจัดบ้านพักของตนรองรับนักท่องเที่ยวจำนวน 11 หลัง กิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยการแสดงวิถีชีวิตของชุมชนชาวเขา เช่น การเขียนเทียน เพื่อทำพิมพ์ผ้า การปักผ้า การเล่นรถล้อเลื่อน การยิงหน้าไม้ การตีเหล็ก การชมพิพิธภัณฑสถานผ้าไหม กัญชาและบ้านจำลอง การชมสวนเกษตรในภาคกลางวัน ส่วนภาคกลางคืนประกอบไปด้วย การละเล่น

ส่วนโฮมสเตย์บ้านระเบียงดาวที่ยังไม่ได้รับตราสัญลักษณ์การผ่านมาตรฐานเป็นธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว มีลักษณะเป็นรีสอร์ทที่เปิดบริการขึ้นในชุมชนลีซุนาเลาใหม่ บนคอยหลวง เชียงดาว การจัดการชุมชนเป็นลักษณะชักนำกึ่งจ้างงาน โดยชาวบ้านมีส่วนร่วมในธุรกิจโฮมสเตย์ร้อยละ 24% ของประชากรทั้งหมด และมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวของโฮมสเตย์แบบรับจ้างบริการเป็นส่วน ๆ ไป กิจกรรมการท่องเที่ยวมีเพียงการล่องแพ และการเดินขึ้นคอยหลวงชมธรรมชาติกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ มีอายุในช่วง 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว เหตุผลในการท่องเที่ยวโฮมสเตย์นี้คือต้องการสัมผัสธรรมชาติที่สวยงาม ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากับบริษัทท่องเที่ยวระยะเวลาในการพำนัก 2 วัน 1 คืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากเพื่อน

ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า โฮมสเตย์บ้านผานกกกได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวมากกว่าโฮมสเตย์บ้านระเบียงดาวในด้านการให้บริการจากชาวบ้านในชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยที่พัก อาหาร ของที่ระลึกและกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนในด้านภาพลักษณ์คือความสวยงามของทัศนียภาพ โฮมสเตย์บ้านระเบียงดาวได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวมากกว่าโฮมสเตย์บ้านผานกกก

พนมพร สารสิทธิ์ยศ (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหารเป็นจังหวัดที่มีหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมให้คนไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้น แนวทางที่เหมาะสมในการจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาประวัติ สภาพปัจจุบัน ปัญหา และแนวทางการจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

(โฮมสเตย์) จังหวัดมุกดาหาร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้รู้จำนวน 20 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติ จำนวน 60 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 20 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกต และการสนทนากลุ่ม ตรวจสอบข้อมูลโดยใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้าและเสนอผลการวิจัยโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า หมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) จังหวัดมุกดาหาร เป็นหมู่บ้านของชาวไทย ที่ถูกกวาดต้อน อพยพ และติดตามญาติพี่น้องมา ส่วนมากมาจากเมืองในแถบลุ่มแม่น้ำโขง ทิศใต้แห่งสิบสองจุไทย เช่น เมืองวัง เมืองเซโปน เมืองพิณ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อมาก่อตั้งรากฐานทำมาหากินในประเทศไทย

สภาพปัจจุบันของหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) จังหวัดมุกดาหาร พบว่า ด้านที่พักอาศัย ที่พักอาศัยมีโครงสร้างแข็งแรง ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องส้วม และห้องครัว สะอาดพร้อมสำหรับการใช้ ด้านอาหาร มีการปรุงอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ และอาหาร ส่วนใหญ่เป็นอาหารพื้นบ้าน ด้านวัฒนธรรม มีการแต่งกาย มีภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ มีร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน และจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า OTOP ด้านแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีโบราณสถานซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีกิจกรรมท่องเที่ยวและกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการจัดพิมพ์ทำคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และจัดทำเว็บไซต์ สำหรับปัญหาปัจจุบันพบว่า ด้านที่พักอาศัย จำนวนที่พักไม่เพียงพอกรณีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก ฤดูร้อนอากาศร้อนจัด ฤดูฝนมีแมลงรบกวน ด้านอาหาร นักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างภูมิภาคบางส่วนรับประทานอาหารพื้นบ้านไม่ได้ ด้านวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่เข้าใจวัฒนธรรมพื้นบ้านบางอย่าง เช่น พิธีกรรม รักษาโรคแบบผู้ไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บางอย่างไม่เพียงพอต่อความต้องการของ นักท่องเที่ยว ขาดวัตถุดิบในการผลิต ขาดผู้ชำนาญการเฉพาะในการผลิต ด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางส่วนทิ้งขยะในสถานที่ท่องเที่ยว และด้านการประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านส่วนใหญ่ ขาดผู้รู้ในการจัดทำเว็บไซต์ หน่วยราชการไม่ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่ และขาดงบประมาณในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ แนวทางการจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) จังหวัดมุกดาหาร ทั้ง 3 หมู่บ้าน มีแนวทางการจัดการหมู่บ้าน ทั้ง 6 ด้าน ดังนี้ ด้านที่พักอาศัย มีการจัดสร้างที่พักสำรองในกรณีที่มีนักท่องเที่ยวมาพักเป็นจำนวนมาก ด้านอาหาร มีการปรับปรุงเกี่ยวกับรสชาติ ของอาหารให้มีรสชาติปานกลาง ตามความแตกต่างทางรสชาติการบริโภคของนักท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม มีการให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมพื้นบ้านแก่นักท่องเที่ยว เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน ด้านแหล่งท่องเที่ยว มีการแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรักษา

ความสะอาดในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ มีการเพิ่มการผลิตด้วยการอบรมทักษะการผลิตแก่ผู้ผลิต ส่งเสริมให้มีการผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่น และด้านการประชาสัมพันธ์ มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดทำเว็บไซต์แก่บุคลากรที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

โดยสรุป ผู้ไทย : แนวทางการจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์) จังหวัดมุกดาหาร พบว่า แต่ละหมู่บ้านมีการจัดการด้านที่พักอาศัย ด้านอาหาร ด้านวัฒนธรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวผู้ไทย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

จันทิมา อภिवิษุทธิ์ และปรียาพร ดิสสะมาน (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาใช้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา ในระหว่างเดือนตุลาคม – ธันวาคม 2551 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (purposive Sampling) ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1. วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และส่วนที่ 2. วิเคราะห์สมมติฐาน โดยหาค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ (chi-Square test) และสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่า (T-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง 2 กลุ่ม และสถิติทดสอบหาค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) เพื่อเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเซฟเฟ้ (Scheffe)

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

เอกลักษณ์เฉพาะพึงพอใจเรื่องการสัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ อันดับ 2 คือ ด้านสถานที่ และด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท ซึ่งด้านสถานที่พึงพอใจเรื่องมีอากาศถ่ายเทสะดวก ส่วนด้านวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบทนั้น พึงพอใจเรื่องการได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและ อากาศบริสุทธิ์ อันดับ 3 คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พึงพอใจเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จากสมมติฐานนั้น เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวโปรแกรมโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/ พบปะ เพื่อนฝูง โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 26 - 45 ปี เดินทางท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เพื่อการพักผ่อน เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ไหว้พระและซื้อสินค้าท้องถิ่นตามลำดับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเดินทางมาเพื่อทัศนศึกษา/ดูงาน และยังพบว่า กลุ่มที่ว่างงานเดินทางมาเพื่อสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนฝูง ในส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 11,501 - 15,000 บาท มากที่สุดเดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติ/พบปะเพื่อนฝูง ร้อยละ 4.25 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมื่อเดินทางมาพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยสนใจการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและวัดต่างๆ และการท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปหัตถกรรม ภายในชุมชน (สินค้า OTOP)มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 45 ปี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด ร้อยละ 14.00 และ 13.25 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านสถานที่และด้านการอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวเพศหญิงพึงพอใจมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ช่วงอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษาพึงพอใจด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะด้านสถานที่ การอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุด เกี่ยวกับ ด้านสถานที่ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,501 - 15,000 บาทพึงพอใจด้านสถานที่และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มากที่สุด และยังพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 6,500 บาทมีความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวกมากที่สุด ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพ การให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์ ตลาดน้ำอัมพวา มากที่สุดคือควรเพิ่มถังขยะ รองลงมาคือการบริหารจัดการท่องเที่ยวยังไม่ดีพอ ควบคุมมาตรฐานของบริการไม่สมบูรณ์ และบ้านพักบางแห่งมีที่พักน้อยเกินไปคนเข้ามามากขึ้น ทำให้ธรรมชาติเสื่อมโทรม