

อิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช*

THE INFLUENCE OF GUEST EXPERIENCE AND SATISFACTION ON BEHAVIORAL INTENTIONS OF HOMESTAY TOURISTS IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ศิวพร ถาวรวงศา, อรจันทร์ ศิริโชติ*

Siwaporn Thawornwongsa, Oracham Sirichote*

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา ประเทศไทย

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: sorachan@tsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จ.นครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโฮมสเตย์ จ.นครศรีธรรมราช 400 คน มีอายุระหว่าง 20 - 60 ปี สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สถิติถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 228 คน มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี 256 คน ระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี 239 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท 196 คน มีอาชีพอิสระ 140 คน สัญชาติไทย 400 คน ท่องเที่ยวเพื่อสานสัมพันธ์ในครอบครัว/กลุ่มเพื่อน 218 คน เดินทางกับครอบครัว 270 คน ใช้เวลาในการเข้าพัก 1 วัน 309 คน เมื่อพิจารณาประสบการณ์ของผู้เข้าพัก พบว่า สิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.58) รองลงมา คือ อาหาร การเข้าถึง ที่พัก บริการนำเที่ยว ความสะอาด วัฒนธรรม บริการทั่วไป ความพึงพอใจของผู้เข้าพักโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.50) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม พบว่า ความตั้งใจเยี่ยมเยียนซ้ำมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.50) รองลงมา คือ ความตั้งใจบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.50) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านอาหาร ด้านความพึงพอใจ ด้านวัฒนธรรม และด้านบริการทั่วไป โดยเรียงลำดับอิทธิพลจากมากไปน้อย แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมได้ร้อยละ 57.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: อิทธิพลของประสบการณ์, ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก, ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม, นักท่องเที่ยวโฮมสเตย์

Abstract

The research aimed to investigate the impact of guest experience and satisfaction on the behavioral intention of homestay tourists in Nakhon Si Thammarat Province. The sample consisted of 400 tourists aged between 20 and 60 years who had stayed in homestays in Nakhon Si Thammarat. A convenience sampling method was employed, and data were collected using an online questionnaire.

*Received November 12, 2025; Revised December 2, 2025; Accepted December 8, 2025



The statistical methods used included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results revealed that most respondents were male (228 persons), aged between 21 and 30 years (256 persons), held an education level higher than a bachelor's degree (239 persons), had a monthly income of 15,001 - 25,000 Baht (196 persons), worked as freelancers (140 persons), and were all Thai nationals. Most participants traveled to strengthen relationships with family and friends (218 persons), traveled with family (270 persons), and stayed for one day (309 persons). Regarding guest experience, the environmental dimension had the highest mean score ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.58), followed by food, accessibility, accommodation, tour services, cleanliness, culture, and general services. Overall guest satisfaction was at a high level ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.50). For behavioral intentions, revisit intention had the highest mean score ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.50), followed by electronic word-of-mouth intention ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.50). The multiple regression analysis indicated that the factors significantly influencing tourists' behavioral intentions at the 0.01 level included food, guest satisfaction, cultural aspects, and general services, ranked in descending order of influence. The model explained 57.40% of the variance in behavioral intentions, which was statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Influence of Experience, Guest Satisfaction, Behavioral Intentions, Homestay Tourists

บทนำ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะกลไกหลักในการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการธำรงรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570 ที่มุ่งเน้น “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและความยั่งยืน” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีความโดดเด่นในระดับนานาชาติ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ชายหาด ภูเขา น้ำตก และระบบนิเวศที่อุดมสมบูรณ์ ตลอดจนทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เช่น ศิลปะ ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชุมชน และโบราณสถาน ซึ่งล้วนเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย โดยสร้างรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก ส่งเสริมการจ้างงาน กระตุ้นระบบเศรษฐกิจฐานราก และช่วยกระจายรายได้จากเมืองสู่ชนบท ทั้งยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน) ที่มุ่งผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ตลอดจนสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ถือเป็นรูปแบบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนฐานราก โดยอาศัยแนวคิดด้านความยั่งยืนและทฤษฎีทุนทางสังคม ซึ่งสะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงพึ่งพาระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และสิ่งแวดล้อมในฐานะผู้ร่วมสร้างคุณค่า การพัฒนาโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (สำนักงานสถิติจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2568) จึงเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริการ เพิ่มความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย ส่งเสริมการบริหารจัดการที่เป็นระบบ รวมถึงผลักดันให้ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) โดยภาพรวม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

และโฮมสเตย์จึงไม่เพียงช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก แต่ยังสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การคงอยู่ของอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศไทยสู่ความยั่งยืนทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

แม้โฮมสเตย์จะเป็นแนวทางที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ปัจจุบันยังพบปัญหาความไม่ต่อเนื่องของคุณภาพบริการและการสร้างประสบการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Word-of-Mouth: eWOM) มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทาง (Litvin, S. W. et al., 2008) เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นสินค้าประเภท “สินค้าประสบการณ์” (Experience Goods) ที่ไม่สามารถทดลองใช้ก่อนซื้อ (Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J., 2003) ผู้บริโภคจึงต้องพึ่งพาข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious Experience) เป็นหลัก หากประสบการณ์ที่ได้รับไม่สอดคล้องกับความคาดหวังย่อมส่งผลให้ความพึงพอใจและความตั้งใจในการบอกต่อทางออนไลน์ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยืนยันความคาดหวัง (Expectation Confirmation Theory) ที่ระบุว่าความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อประสบการณ์จริงตรงกับหรือสูงกว่าความคาดหวัง (Oliver, R. L., 1980) เท่านั้น ในระดับมหภาค อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกเศรษฐกิจสำคัญของประเทศไทย โดยในปี 2566 การท่องเที่ยวสร้างรายได้กว่า 1.2 ล้านล้านบาท และมีสัดส่วนคิดเป็นกว่า 12% ของ GDP ประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) อีกทั้งยังเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญที่ช่วยรองรับแรงงานกว่า 4 ล้านคนทั่วประเทศ การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวจึงส่งผลโดยตรงต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบจากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชุมชนที่มีความหลากหลายและโดดเด่น ซึ่งเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพในระยะยาว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและโฮมสเตย์จึงเป็นรูปแบบที่ตอบโจทย์ต่อกระแสการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่ใกล้ชิดชุมชน เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม วิถีชีวิต และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อม การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นโดยตรง ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างคุณค่าเชิงสังคมและวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน ในด้านการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานของโฮมสเตย์เชิงนิเวศต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ได้แก่ ชุมชน หน่วยงานรัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคการศึกษา โดยครอบคลุมกระบวนการสำคัญ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 3) การกำหนดมาตรฐานบริการและความปลอดภัย 4) การสื่อสารการตลาดและการทำแบรนด์ชุมชน 5) การบริหารรายได้แบบกระจายประโยชน์เป็นธรรม และ 6) การติดตามประเมินผลร่วมกันของทุกภาคส่วน ดังนั้น การพัฒนาโฮมสเตย์เชิงนิเวศที่มีคุณภาพจึงไม่เพียงเสริมสร้างความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของนักท่องเที่ยว แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศ ตลอดจนสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570 ที่มุ่งเน้นการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในด้านการพัฒนาโฮมสเตย์ เนื่องจากมีความหลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น อย่างไรก็ตาม จากข้อมูล พบว่า โฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระหว่างปี พ.ศ. 2564 - 2568 มีเพียง 3 แห่ง ได้แก่ บ้านแหลมโฮมสเตย์ วิสาหกิจชุมชนเพชรศิรีโฮมสเตย์ และเพชรศิรีวงศ์โฮมสเตย์ (สำนักงานสถิติจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2568) สะท้อนให้เห็นว่าศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่ยังมีข้อจำกัด แม้ว่าผู้ประกอบการเอสเอ็มอีจำนวนมากจะผ่านการรับรองมาตรฐานการบริหารจัดการ (มอก.เอส 185 - 2564) แต่ยังคงขาดการพัฒนาในด้านประสบการณ์บริการและการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Voon, B. H. et al. ที่ได้ศึกษาว่าประสบการณ์บริการโฮมสเตย์ควรประกอบด้วย 8 มิติ ได้แก่ วัฒนธรรม การบริการนำเที่ยว อาหาร สิ่งแวดล้อม ความสะอาด ที่พัก บริการทั่วไป



และการเข้าถึง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว (Voon, B. H. et al., 2022) อย่างไรก็ตาม โสมสเทย์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชยังไม่สามารถพัฒนาให้ครอบคลุมทุกมิติได้อย่างครบถ้วน ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าและการบอกต่อเชิงบวกบนสื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยว จากบริบทและข้อจำกัดดังกล่าว การในวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโสมสเทย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” จึงมีความสำคัญ เนื่องจากช่วยให้เข้าใจกลไกความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ ความพึงพอใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เช่น การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ การกลับมาใช้บริการซ้ำ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและชุมชนในการวางกลยุทธ์ด้านการบริการ พัฒนาคุณภาพ การตลาดดิจิทัล และการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังสามารถใช้เป็นแนวทางการประกอบการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570 เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโสมสเทย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโสมสเทย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโสมสเทย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือน จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งหมด 364,946 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) ซึ่งเป็นจำนวนประชากรที่ใช้เป็นฐานในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่างการวิจัย ใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยอาศัยระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% (Yamane, T., 1973) ซึ่งทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 400 คน ทั้งนี้ ได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20 - 60 ปี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลตามเกณฑ์ดังกล่าว

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

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของกลุ่มประชากร
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่า
$$\frac{n = 364,946}{1 + 364,946 (0.05)^2}$$

โดย
$$n = 399.56 \approx 400 \text{ คน}$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเรื่อง “อิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยการศึกษาทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสอบถามจัดทำในรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ กูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) เพื่อให้ผู้ตอบสามารถเข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ สัญชาติ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้งที่เข้าพัก และระยะเวลาในการเข้าพักโฮมสเตย์ ส่วนที่ 2 ประสบการณ์ของผู้เข้าพัก ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ส่วนที่ 4 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งทั้งหมดเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (คะแนน 5 = มากที่สุด ถึง 1 = น้อยที่สุด) และส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับสิ่งที่ประทับใจที่สุดจากการพักโฮมสเตย์ และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาโฮมสเตย์

วิธีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรม ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การท่องเที่ยว ความพึงพอใจ ความตั้งใจบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ความตั้งใจเยี่ยมเยือนซ้ำ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโฮมสเตย์ เพื่อพัฒนาแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2. นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบ พบว่า ข้อคำถามทั้งหมดมีค่า IOC มากกว่า 0.6 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในระดับที่ยอมรับได้

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรด้านประสบการณ์ของผู้เข้าพัก มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.828 และตัวแปรด้านความพึงพอใจของผู้เข้าพักมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.802 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ เนื่องจากมีค่าที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 0.70 (Nunnally, J. C., 1978)

4. เมื่อเครื่องมือผ่านเกณฑ์ทั้งด้านความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ในรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบกูเกิ้ลฟอร์มเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ในส่วนที่ 1 และ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ในส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 4

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์สถิติถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรต้น ได้แก่ ประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรตาม



ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

การศึกษาเรื่องอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ สัญชาติ วัตถุประสงค์ เดินทางกับใคร จำนวนครั้งที่มา และระยะเวลาในการเข้าพัก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 และเป็นเพศหญิง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และอายุระหว่าง 51 - 60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 รองลงมา ระดับปริญญาตรี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 และต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 50,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ มีอาชีพอิสระ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา อื่น ๆ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 นักศึกษา จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ข้าราชการ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 เกษตรกร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 Influencer จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 มัคคุเทศก์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ผู้เกษียณอายุ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และเจ้าของธุรกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ มีสัญชาติไทย จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ท่องเที่ยวเพื่อสานสัมพันธ์ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา ท่องเที่ยวพักผ่อน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูจิตใจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และทำธุรกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ เดินทางกับครอบครัว จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา เดินทางมาคนเดียว จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 เดินทางมาคนเดียว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 เดินทางกับคู่รัก/คู่สมรส จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 เดินทางกับกลุ่มทัวร์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.25 รองลงมา เดินทางมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 เดินทางครั้งที่ 2 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และเดินทางครั้งที่ 3 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และใช้เวลาในการเข้าพัก 1 วัน จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 รองลงมา ใช้เวลาในการเข้าพัก 2 - 3 วัน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และใช้เวลาในการเข้าพักมากกว่า 3 วัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ด้านประสบการณ์ของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช			
1. ด้านวัฒนธรรม	4.20	0.66	มาก
1.1 กิจกรรมทางวัฒนธรรมของโฮมสเตย์มีความน่าสนใจมาก	4.12	0.65	มาก
1.2 สนุกกับการเรียนรู้ภาษาของคนท้องถิ่น	4.17	0.54	มาก
1.3 มีโอกาสในการเรียนรู้ภาษาแม่ของพวกเขา	4.21	0.71	มาก

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1.4 คนในโฮมสเตย์มีความพิเศษ/เป็นเอกลักษณ์	4.30	0.70	มาก
1.5 โฮมสเตย์แห่งนี้มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์	4.18	0.70	มาก
2. ด้านบริการนำเที่ยว	4.21	0.59	มาก
2.1 มีข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์อย่างเพียงพอก่อนการเดินทาง	4.30	0.71	มาก
2.2 ผู้รับผิดชอบการเดินทางเข้าใจความต้องการของข้าพเจ้า	4.11	0.43	มาก
2.3 ไกด์มีความเป็นมิตร	4.27	0.52	มาก
2.4 ไกด์ให้ความสนใจเป็นส่วนตัว	4.21	0.60	มาก
2.5 ไกด์มีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ	4.14	0.57	มาก
2.6 ไกด์มีความรู้เกี่ยวกับโฮมสเตย์เป็นอย่างดี	4.20	0.68	มาก
3. ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.43	0.77	มาก
3.1 มีอาหารและเครื่องดื่มให้เลือกหลากหลาย	4.45	0.83	มาก
3.2 ได้รับอาหารท้องถิ่นที่แปลกใหม่ (พิเศษ) ในโฮมสเตย์	4.35	0.80	มาก
3.3 สามารถลิ้มรสอาหารที่ไม่เคยทานมาก่อน	4.50	0.68	มาก
4. สิ่งแวดล้อม	4.56	0.58	มากที่สุด
4.1 มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่ดีอยู่ใกล้โฮมสเตย์	4.48	0.50	มาก
4.2 มีความเงียบสงบรอบ ๆ โฮมสเตย์	4.56	0.69	มากที่สุด
4.3 มีบรรยากาศที่ผ่อนคลายและน่าพักผ่อนที่โฮมสเตย์	4.44	0.50	มาก
4.4 สิ่งแวดล้อมของโฮมสเตย์ทำให้ข้าพเจ้าผ่อนคลาย	4.74	0.61	มากที่สุด
5. ความสะอาด	4.21	0.57	มาก
5.1 มีสิ่งแวดล้อมที่สะอาดรอบ ๆ พื้นที่โฮมสเตย์	4.23	0.61	มาก
5.2 ความสะอาดของห้องพักเป็นที่ยอมรับได้	4.08	0.64	มาก
5.3 อาหารและเครื่องดื่มที่เสิร์ฟมีสุขอนามัย	4.26	0.44	มาก
5.4 ห้องน้ำและห้องส้วมสะอาด	4.28	0.58	มาก
6. ที่พัก	4.24	0.55	มาก
6.1 มีห้องน้ำ/ห้องส้วมเพียงพอสำหรับผู้เข้าพัก	4.13	0.53	มาก
6.2 ไม่ต้องจ่ายเงินมากสำหรับที่พักโฮมสเตย์	4.32	0.51	มาก
6.3 มีการจ่ายไฟฟ้าเพียงพอในโฮมสเตย์	4.39	0.54	มาก
6.4 การจ่ายน้ำเพียงพอสำหรับการใช้งานของผู้เข้าพัก	4.13	0.61	มาก
7. บริการทั่วไป	4.20	0.59	มาก
7.1 มีบริการโทรคมนาคมที่ดี (เช่น โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต)	4.33	0.47	มาก
7.2 มีการให้บริการนำเที่ยว	4.30	0.66	มาก
7.3 มีแพ็คเกจ/โปรแกรมโฮมสเตย์ที่ดี	3.97	0.64	มาก
8. การเข้าถึง	4.36	0.60	มาก
8.1 สามารถหาตำแหน่งของโฮมสเตย์ได้อย่างง่ายดาย	4.33	0.65	มาก
8.2 โฮมสเตย์สามารถเข้าถึงได้ง่ายด้วยการขนส่งที่เหมาะสม	4.25	0.64	มาก
8.3 สภาพถนนระหว่างการเดินทางเป็นที่น่าสนใจ	4.50	0.51	มาก
รวม	4.30	0.61	มาก



ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช			
1. โดยรวมแล้วข้าพเจ้ามีความพึงพอใจกับการท่องเที่ยว	4.43	0.50	มาก
2. ความคาดหวังจากการท่องเที่ยวของข้าพเจ้าได้รับการตอบสนองเกินกว่าที่คาดไว้	4.37	0.48	มาก
3. สิ่งที่ข้าพเจ้าคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองเกินความคาดหมาย	4.57	0.50	มากที่สุด
รวม	4.46	0.50	มาก
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช			
1. ความตั้งใจบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์	4.44	0.50	มาก
1.1 คุณภาพของการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์	4.47	0.50	มาก
1.2 ปริมาณของการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์	4.38	0.48	มาก
1.3 ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบอกต่อออนไลน์	4.48	0.50	มาก
1.4 ภาพลักษณ์ของแบรนด์	4.49	0.50	มาก
1.5 ความเชี่ยวชาญของผู้ส่งข้อมูล	4.38	0.49	มาก
2. ความตั้งใจเยี่ยมเยือนซ้ำ	4.47	0.5	มาก
2.1 ในโอกาสหน้า ข้าพเจ้าจะกลับมาอีก	4.46	0.50	มาก
2.2 ข้าพเจ้าจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวนี้ให้กับคนอื่น	4.47	0.50	มาก
รวม	4.45	0.50	มาก
เฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.40	0.54	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสบการณ์ผู้เข้าพัก ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ในส่วนของตัวแปรต้น เมื่อพิจารณาประสบการณ์ผู้เข้าพักออกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.58) รองลงมา ได้แก่ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.77) ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.60) ด้านที่พัก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.55) ด้านบริการนำเที่ยว ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.59) ด้านความสะอาด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.57) ด้านวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.66) และด้านบริการทั่วไป ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.59) ตามลำดับ สำหรับด้านความพึงพอใจของผู้เข้าพัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.50) และในส่วนของตัวแปรตาม เมื่อพิจารณาความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ออกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจเยี่ยมเยือนซ้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.50) รองลงมา ด้านความตั้งใจบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.50)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์สถิติถดถอยแบบพหุคูณ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรประสบการณ์ของผู้เข้าพัก และความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตัวแปร	การวิเคราะห์ผลทางสถิติ						
	b	Std.Error	BETA	t	p	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.564	.329		7.784	< .001		
ด้านวัฒนธรรม	.029	0.35	0.33	.827	0.409	.706	1.417
ด้านบริการนำเที่ยว	-.009	.028	-.011	-.307	0.759	.787	1.271

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรประสบการณ์ของผู้เข้าพัก และความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

ตัวแปร	การวิเคราะห์ผลทางสถิติ						
	b	Std.Error	BETA	t	p	Tolerance	VIF
ด้านอาหาร	.220	.031	.476	7.031	< .001	.238	4.203
ด้านสิ่งแวดล้อม	-.486	.066	-.433	-7.339	< .001	.313	3.191
ด้านความสะดวก	.013	.038	.014	.332	0.740	.593	1.687
ด้านที่พัก	-.075	.030	-.088	-2.464	0.014	.857	1.167
ด้านบริการทั่วไป	.174	.034	.228	5.159	< .001	.561	1.784
ด้านการเข้าถึง	-.009	.035	-.013	-.247	0.805	.425	2.354
ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก	.580	.068	.463	8.488	< .001	.366	2.729
R = .758, R ² = .574, Adj.R ² = .565, SEE = .20576							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของตัวแปรประสบการณ์ของผู้เข้าพัก และความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ระหว่าง 1.167 ถึง 4.203 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ระหว่าง .238 ถึง .857 ไม่ต่ำกว่า .10 จึงไม่ก่อให้เกิดภาวะพหุร่วมเชิงเส้น (Multicollinearity) ต่อการวิเคราะห์ถดถอยพหุ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

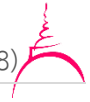
ประสบการณ์ของผู้เข้าพัก และความพึงพอใจของผู้เข้าพัก มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .758 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ได้ร้อยละ 57.4 ($R^2 = .574$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์กับ .20576

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย พบว่า ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ด้านอาหาร ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ด้านวัฒนธรรม และด้านบริการทั่วไป โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ .476, .463, .33 และ .228 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมการพยากรณ์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถเขียนในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ = $2.564 + .476$ (ด้านอาหาร) + $.463$ (ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก) + $.33$ (ด้านวัฒนธรรม) + $.228$ (ด้านบริการทั่วไป)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามสมมติฐานชี้ให้เห็นว่า ประสบการณ์ของผู้เข้าพักและความพึงพอใจของผู้เข้าพักมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยทั้งสองข้อที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ยังพบว่า ทั้งสองปัจจัยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .758 และสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมได้ร้อยละ 57.4 ($R^2 = .574$) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ .20576 สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเมื่อพิจารณาร่วมกัน พบว่า



ด้านอาหารมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ด้านวัฒนธรรม และด้านบริการทั่วไป ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ .476, .463, .330 และ .228 ตามลำดับ โดยทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของคุณภาพประสบการณ์และความพึงพอใจในการกำหนดพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการหรือการบอกต่อของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในพื้นที่ดังกล่าว

1. ผลการศึกษาศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์ของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ชี้ให้เห็นว่าประสบการณ์ในมิติต่าง ๆ ได้แก่ คุณภาพการบริการ มิติทางวัฒนธรรม สภาพแวดล้อม คุณภาพอาหาร มาตรฐานความสะอาด คุณภาพที่พัก และความสะดวกในการเข้าถึง มีบทบาทเชิงสำคัญต่อการสร้างความประทับใจและกระตุ้นความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยประสบการณ์ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น คั่นเคย และบรรยากาศเสมือนเป็นสมาชิกของครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์เชิงบวก ซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เช่น การบอกต่อบนช่องทางออนไลน์และความตั้งใจจะมาเยือนซ้ำ (Salehi, N., 2024); (Lam, H.-P. et al., 2025) ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบและบริหารจัดการประสบการณ์ผู้เข้าพักอย่างเป็นระบบและมีคุณภาพเป็นหัวใจสำคัญในการเสริมสร้างความภักดีและความยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์ ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการกำหนดมาตรฐานการให้บริการที่ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

2. ผลการศึกษาศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช สะท้อนให้เห็นว่า อารมณ์เชิงบวกที่เกิดจากประสบการณ์การใช้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดความพึงพอใจในระดับสูง ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมเชิงบวก เช่น ความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการอีกครั้งและการแนะนำบอกต่อแก่ผู้อื่น (Bagheri, F. et al., 2023) นอกจากนี้ ความพึงพอใจยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์ของผู้เข้าพักและความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยประสบการณ์ที่มีคุณภาพสามารถส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจและความภักดีอย่างต่อเนื่อง (Paulose, D. & Shakeel, A., 2021) ทั้งนี้ ความพึงพอใจยังถูกมองว่าเป็นกลไกที่เชื่อมโยงประสบการณ์การท่องเที่ยวเข้ากับความภักดีต่อแบรนด์ โดยเมื่อผู้เข้าพักได้รับประสบการณ์ที่ตรงหรือเกินความคาดหวัง จะเกิดความพึงพอใจซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมเชิงบวก เช่น การใช้บริการซ้ำและการแนะนำเชิงบวก (Wang, X. & Li, X., 2023) ขณะเดียวกัน ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการยังส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมเชิงบวกด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนความยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์ (Nazarian, A. et al., 2024)

โดยสรุปผลการศึกษาชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ประสบการณ์ของผู้เข้าพักที่ดีและครอบคลุมในทุกมิติ ประกอบกับความพึงพอใจในระดับสูง ล้วนส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านความตั้งใจบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์และความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวและการเสริมสร้างความยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์ในระยะยาว

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยเรื่องอิทธิพลของประสบการณ์และความพึงพอใจของผู้เข้าพักต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ คือ ปัจจัยด้านอาหาร รองลงมา ด้านความพึงพอใจของผู้เข้าพัก ด้านวัฒนธรรม และด้านบริการทั่วไป โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ได้ร้อยละ 57.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากงานวิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ ดังนี้ 1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างรอบด้าน ควรมุ่งเน้นการอนุรักษ์

และส่งเสริมเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาโปรแกรม และเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงทรัพยากรท้องถิ่นหลากหลายมิติ พร้อมยกระดับคุณภาพบริการนำเที่ยว อาหาร และที่พักให้ได้มาตรฐาน ทั้งด้านความปลอดภัย สุขอนามัย และความสะอาดสบาย ควบคู่กับการรักษาสภาพแวดล้อม และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการจัดการขยะ การใช้พลังงานสะอาด และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ อีกทั้งควรพัฒนาระบบบริการทั่วไปให้มีประสิทธิภาพ รองรับการสื่อสารหลายภาษา และสนับสนุนข้อมูลท่องเที่ยว ที่เข้าถึงได้ง่าย ตลอดจนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานโฮมสเตย์ในระดับจังหวัด ควบคู่กับการสร้างเครือข่าย การอบรมบุคลากร และการส่งเสริมงานวิจัยเพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในระยะยาว

2) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรมุ่งเน้นการยกระดับ คุณภาพและความยั่งยืนในทุกมิติ โดยเริ่มจากการจัดทำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผสมผสานเส้นทาง ท่องเที่ยวกับกิจกรรมชุมชน เพื่อรักษาและถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการพัฒนามาตรฐาน คุณภาพโฮมสเตย์ระดับจังหวัดที่ครอบคลุมด้านที่พัก บริการ ความปลอดภัย สุขอนามัย และอาหาร พร้อมกำหนด ระบบอบรมและรับรองมาตรฐานอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัล ผ่านการสร้างฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวแบบเรียลไทม์ ระบบจองออนไลน์กลาง และแอปพลิเคชันท่องเที่ยวเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการบริหารจัดการ อีกทั้งควรพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวชุมชนผ่านศูนย์ฝึกอบรมเพื่อ ยกระดับทักษะที่จำเป็นด้านบริการ ภาษา และการจัดการอย่างเป็นระบบ ตลอดจนสนับสนุนเครือข่ายโฮมสเตย์และ กลยุทธ์การตลาดร่วมกันในระดับจังหวัด เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดให้โดดเด่นและยั่งยืนในระยะยาว และ 3) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมุ่งขยาย กรอบการวิจัยให้ครอบคลุมปัจจัยเพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เช่น ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง ความไว้วางใจ หรือคุณค่าที่รับรู้ เพื่อเพิ่มความเข้าใจในมิติต่าง ๆ ของพฤติกรรม ผู้บริโภคท่องเที่ยว และสามารถนำผลลัพท์ไปพัฒนาคุณภาพบริการอย่างสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้อย่างตรงจุด รวมถึงควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการศึกษาในพื้นที่อื่นที่มีบริบทใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านพฤติกรรมและปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการวางแผน พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเภทที่พักและ ความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ เพื่อระบุจุดแข็ง - จุดอ่อน และกำหนดแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับแต่ละพื้นที่ สุดท้ายควรส่งเสริมการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้ชุมชน หน่วยงานรัฐ และภาคเอกชน ร่วมออกแบบ แนวทางพัฒนาโฮมสเตย์ เพื่อสร้างความร่วมมือในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงชุมชนอย่างยั่งยืนและสนับสนุน การเติบโตของโฮมสเตย์จังหวัดนครศรีธรรมราชในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). รายงานประจำปี 2566. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2568). สรุปลานการณพัคกรรม จำนวนผู้เยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน เดือนตุลาคม 2568. เรียกใช้เมื่อ 17 พฤศจิกายน 2568 จาก <https://shorturl.asia/ZLIXJ>
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2568). ผู้ประกอบการที่ผ่านมาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียน. เรียกใช้เมื่อ 17 สิงหาคม 2568 จาก <https://shorturl.asia/YqkdW>
- Bagheri, F. et al. (2023). From tourist experience to satisfaction and loyalty: Exploring the role of a sense of well-being. *Journal of Travel Research*, 63(8). <https://doi.org/10.1177/00472875231201509>



- Lam, H.-P. et al. (2025). Homestay experience and eWOM among Generation Z tourists: The role of guest delight, guest satisfaction, and the need for uniqueness. *Acta Psychologica*, 255. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104980>
- Litvin, S. W. et al. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.
- Nazarian, A. et al. (2024). Determinants of intention to revisit in hospitality industry: A cross-cultural study based on GLOBE Project. *Journal of International Consumer Marketing*, 36(1), 62-79.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Paulose, D. & Shakeel, A. (2021). Perceived experience, perceived value, and customer satisfaction as antecedents to loyalty among hotel guests. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(2), 447-481.
- Salehi, N. (2024). The impact of servicescape on consumer behavioral intentions in high-end rural homestays: A study on the mediating role of perceived value. Retrieved October 1, 2025, from <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17139.34080>
- Voon, B. H. et al. (2022). Homestay service experience for tourist satisfaction and sustainability amidst COVID-19 challenges. *International Journal of Business and Society*, 23(2), 1127-1146.
- Wang, X. & Li, X. (2023). The five influencing factors of tourist loyalty: A meta-analysis. *PLOS ONE*, 18(4), e0283963. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283963>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2003). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.