

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง

: พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และปัจจัยการตลาด
ในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ

: นายฉัตรวัต ไชยวุฒิ

อาจารย์ที่ปรึกษา

: ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ

หลักสูตร

: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ

วันที่อนุมัติผลงาน

: พฤษภาคม 2551

จำนวนหน้า

: 68

การศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และปัจจัยการตลาดในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และปัจจัยการตลาดในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) โดยรวบรวมจากประชากรกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) จำนวน 55 ตัวอย่าง ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentages) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 17 ธันวาคม 2550 ถึงวันที่ 11 มกราคม 2551

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชายที่มีอายุ 31-50 ปี ประกอบอาชีพ ข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยระหว่าง 5001-10,000 บาท ต่อเดือน สมรสแล้ว และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากไม่เคยท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ได้มีการวางแผนและหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ก่อนการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ไม่มีการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการท่องเที่ยว เหตุผลที่เลือกการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น เพราะ

ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และมีโอกาสได้เรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น โดย
ช่วงเวลาที่เลือกใช้ท่องเที่ยวที่นั่นขึ้นอยู่กับความสะดวกของนักท่องเที่ยวว่าจะใช้ช่วงใด ส่วน
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว จะประมาณ 1-3 วัน โดยส่วนใหญ่ผู้ท่องเที่ยวจะมีเพื่อนเป็นผู้ร่วม
เดินทาง และเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เดินทางเป็นกลุ่มตั้งแต่ 7
คนขึ้นไปโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มีการพักค้างแรม โดยมีเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกที่พัก ส่วนใหญ่
จะเลือกใช้บริการ โฮมสเตย์ที่ได้รับเครื่องหมายสัญลักษณ์มาตรฐาน โฮมสเตย์Thailand และ
เครื่องหมายสัญลักษณ์มาตรฐาน โฮมสเตย์Thailand มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์
ของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
โฮมสเตย์ บ้านแม่กำปอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้าน
บุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

