

## ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 4 พ.ศ. 2563-2567 และวารสารใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ฐานข้อมูล TCI พ.ศ. 2562 และ พ.ศ. 2563

[ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 3 \(รับรองผลถึง 31 ธันวาคม 2562\)](#)

Show  entries

Search:

| No. | Journal Name English                | Journal Name Local           | ISSN      | E-ISSN    | TCI Tier | Date for next submission  |
|-----|-------------------------------------|------------------------------|-----------|-----------|----------|---------------------------|
| 532 | Lampang Rajabhat University Journal | วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง | 2286-8658 | 2672-9598 | 2        | ไม่ก่อนวันที่ 1 ม.ค. 2565 |

ที่ อว ๐๖๑๓.๘/๐๘๕



สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง  
๑๑๙ หมู่ ๙ ถนนลำปาง-แม่ทะ ตำบลชมพู  
อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ๕๒๑๐๐

๑๓ พฤษภาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ตอบรับการลงตีพิมพ์บทความวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์

ตามที่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้ส่งบทความวิจัยเรื่อง รูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ในเขตภาคเหนือ ซึ่งคณะกรรมการกลั่นกรองบทความ (Peer Review) ได้พิจารณาแล้วนั้น

กองบรรณาธิการวารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ยินดีที่จะนำบทความของท่านลงตีพิมพ์ในวารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ เดือน มกราคม – มิถุนายน ๒๕๖๓

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ดวงใจ พุทวงศ์)

บรรณาธิการวารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง



ISSN 2286-8658 (Print) ISSN 2672-9598 (Online)

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Lampang Rajabhat University Journal

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2563

Volume 9 No. 1 January – June 2020

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

119 ถ.ลำปาง-แม่ทะ ต.ชมพู อ.เมือง จ.ลำปาง 52100

โทรศัพท์ 054-237399 ต่อ 3832 มือถือ 083-1563928

โทรสาร 054-241038

<http://www.rsc.lpru.ac.th>

## วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (Lampang Rajabhat University Journal)

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ISSN 2286-8658 (Print) ISSN 2672-9598 (Online)  
เป็นวารสารระดับชาติที่ทุกบทความได้รับการกลั่นกรองจากคณะกรรมการ (Peer Review) ซึ่งเป็น  
ผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง อย่างน้อยบทความละ 2 ท่าน

### วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เป็นองค์ความรู้ทางด้าน  
มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และสาขาที่เกี่ยวข้องของคณาจารย์ นักศึกษา ตลอดจนนักวิชาการอิสระ  
เพื่อนำไปสู่ประโยชน์ต่อบุคคล สังคมและประเทศชาติ โดยครอบคลุมสาขานิติศาสตร์ รัฐศาสตร์  
ด้านการเมืองการปกครอง รัฐประศาสนศาสตร์ มนุษยศาสตร์ด้าน ภาษาไทย ภาษาจีน  
และภาษาต่างประเทศ ดนตรี สังคมศึกษา การพัฒนาชุมชน ศิลปะและการออกแบบ บริหารธุรกิจ  
ด้านการจัดการ การตลาด บัญชี คอมพิวเตอร์ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ การเงินการธนาคาร  
ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจต่างประเทศ และการจัดการโลจิสติกส์ ครุศาสตร์ ด้านเทคโนโลยี  
การศึกษา การบริหารการศึกษา การศึกษาปฐมวัย จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว หลักสูตร  
และการสอน วัดและประเมินผลทางการศึกษา ศิลปศาสตร์ ด้านนิเทศศาสตร์ และการท่องเที่ยว  
 เป็นต้น

### กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน)

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม-ธันวาคม

### กำหนดปิดรับต้นฉบับ

ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน) กำหนดออกเดือนมิถุนายน ปิดรับ 30 ธันวาคม

ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม) กำหนดออกเดือนธันวาคม ปิดรับ 30 มิถุนายน

### ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง  
รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง  
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา

### บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ดวงใจ

พุทธรังค์

### ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก

ทองลาด

รองศาสตราจารย์ธิดิมา

คุณยศยิ่ง

### กองบรรณาธิการ : (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก Peer Review)

|                                            |                               |                                                |                            |
|--------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------|
| ศ.เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ                | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่          | รศ.ยุพิน จันทร์เรือง                           | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  |
| ศ.กิตติคุณ ดร.วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา    |                               | รศ.เอนก ชิตเกษร                                | มหาวิทยาลัยพายัพ           |
| มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต                    |                               | ผศ.ดร.กมลทิพย์ คำใจ                            | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ศ.ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์                   | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่          | ผศ.ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล                        | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต    |
| ศ.ดร.อานันท์ กาญจนพันธุ์                   | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่          | ผศ.ดร.เกศริน มนูญผล                            |                            |
| รศ.ดร.กนกอร สมปราชญ์                       | มหาวิทยาลัยขอนแก่น            | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช                 |                            |
| รศ.ดร.การกาญจน์ อรุณรัตน์                  | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่          | ผศ.ดร.ชูศรี สุวรรณ                             | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  |
| รศ.ดร.กิตติมา ปรีดีติลอก                   | สำนักงานการศึกษาเอกชน         | ผศ.ดร.นฤนาถ ศราภีวานิช                         | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่       |
| รศ.ดร.เกียรติสุดา ศรีสุข                   | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่          | ผศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม                         | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี  |
| รศ.ดร.ฉัตรนภา พรหมมา                       | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต์     | ผศ.ดร.ปัญญาธิ ชำนาญกิจ                         | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| รศ.ดร.ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์                  | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์          | ผศ.ดร.บุษยารัณ ธีระพุดติกุลชัย                 | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| รศ.ดร.ชูชีพ พุทธประเสริฐ                   | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่          | ผศ.ดร.ประเสริฐ อินทร์รักษ์                     | มหาวิทยาลัยศิลปากร         |
| รศ.ดร.นิดา สุวรรณศรี                       | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต์     | ผศ.ดร.ปานฉัตร อาการักษ์                        | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  |
| รศ.ดร.บำรุง คำเอก                          | มหาวิทยาลัยศิลปากร            | ผศ.ดร.มลิวดี สมศักดิ์                          |                            |
| รศ.ดร.กรไชย พลภักดิ์สรขร                   | มหาวิทยาลัยนครพนม             | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช                 |                            |
| รศ.ดร.ประจักษ์ สายแสง                      | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์          | ผศ.ดร.รัชมี ตันเจริญ                           |                            |
| รศ.ดร.ปราโมทย์ จันทร์เรือง                 | มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี      | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา           |                            |
| รศ.ดร.ปจวีย์ ผลประเสริฐ                    | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร    | ผศ.ดร.เรชา อรัญวงศ์                            |                            |
| รศ.ดร.พิทยาภรณ์ มานะจตุ                    | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่    | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ |                            |
| รศ.ดร.พิมพ์นธ์ เดชคุปต์                    | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย         | ผศ.ดร.วรรณรัตน์ ไรจน์วิเชียร                   | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต        |
| รศ.ดร.เพ็ญพิศุทธิ์ ใจสนิท                  | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย     | ผศ.ดร.วัชรีย์ ร่วมคิด                          | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย       |
| รศ.ดร.มนตร์ พิริยะกุล                      | มหาวิทยาลัยรามคำแหง           | ผศ.ดร.วิไลวรรณ วิชาจักษณกุล                    | มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ |
| รศ.ดร.เมฆม สอดส่องกุล                      | มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี        | ผศ.ดร.วีระ เลิศสมพร                            | มหาวิทยาลัยพะเยา           |
| รศ.ดร.ยุพร ริมชลการ                        | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม  | ผศ.ดร.ศุภวรรณ เล็กวิไล                         | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร    |
| รศ.ดร.วารีพัฒน์ มงคล                       | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่    | ผศ.ดร.สมบัติ เวชกามา                           | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต์  |
| รศ.ดร.สนม ครุฑเมือง                        | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์          | ผศ.ดร.สิทธิชัย สาเอี่ยม                        | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| รศ.ดร.สมคิด พรหมจ้อย                       | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช | ผศ.ดร.สุนทรพจน์ ดำรงพานิช                      | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่       |
| รศ.ดร.สุกัญญา เอมอัมธรรม                   | มหาวิทยาลัยขอนแก่น            | ผศ.ดร.เสกสรรค์ แยมพิณิจ                        |                            |
| รศ.ดร.สิริโสม พิเชษฐบุญเกียรติ             |                               | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี          |                            |
| มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย |                               | ผศ.ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒนา                      | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย      |
| รศ.ดร.ธิดา ศิริวรรณ                        |                               | ผศ.ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา                         | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต์  |
| มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย        |                               | ผศ.ดร.อุดม คำชาติ                              | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต์  |
| รศ.ดร.จำเนียร บุญมาก                       | มหาวิทยาลัยแม่โจ้             | ผศ.ดร.อุไรวรรณ หาญวงศ์                         | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่       |

### กองบรรณาธิการ : (ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน Peer Review)

|                   |               |                  |             |
|-------------------|---------------|------------------|-------------|
| รศ.ดร. บุญทวรรณ   | วิงวอน        | ผศ.ดร. ดวงจันทร์ | เต๋ยววิไล   |
| รศ.ดร. พรชนก      | ทองลาด        | ผศ.ดร. ธนกร      | สิริสุคันธา |
| รศ.ดร. ไพฑูรย์    | อินตะขัน      | ผศ.ดร. บุญเหลือ  | ใจมโน       |
| รศ.ดร. วันทนา     | สุวรรณอัคร์   | ผศ.ดร. ปราโมทย์  | พรหมขันธ    |
| รศ. สุวรรณ        | โพธิศรี       | ผศ.ดร. พิสิษฐ์   | ฉอน บัวกนก  |
| ผศ.ดร. จตุรภัทร   | วงศ์ศิริสถาพร | ผศ.ดร. วิยดา     | แหล่มตระกูล |
| ผศ.ดร. จวีร์รัตน์ | สุวรรณ        | ผศ.ดร. อัมเรศ    | เนดาสิทธิ์  |
| ผศ.ดร. ชุติกานต์  | วัชรธรรม      | ผศ.ดร. อนุรักษ์  | อาทิตย์กวัน |
| ผศ.ดร. ณัฐนันท์   | ฐิตยาปราโมทย์ | ผศ.ดร. สมาน      | ฟูแสง       |

## บทบรรณาธิการ

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2563 ฉบับนี้ มุ่งมั่นที่จะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิจัย และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ ศาสตร์มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ของอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา ตลอดจนนักวิชาการ ทั้งภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ทั้งนี้เพื่อเป็นส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ที่สนใจ และการใช้ประโยชน์ต่อบุคคล สังคม ท้องถิ่น และประเทศชาติต่อไป

วารสารฉบับนี้ ประกอบด้วยบทความจำนวนทั้งสิ้น 15 บทความ จำแนกเป็นบทความวิจัย จำนวน 12 บทความ และบทความวิชาการ จำนวน 3 บทความ เนื้อหาโดยรวมของบทความสะท้อน ผลการวิจัยหรือมุมมองที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษา การตลาด การเงิน - การบัญชี การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการดูแลสุขภาพ

กองบรรณาธิการวารสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผู้อ่าน นักวิจัย นักศึกษา นักวิชาการ หรือผู้สนใจทั่วไป จะได้สาระคุณค่าทางวิชาการที่เป็นประโยชน์จากวารสาร ฉบับนี้ หายนี้ขอขอบคุณเจ้าของบทความทุก ๆ ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกฝ่าย ที่ทำให้วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี สามารถดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง และพร้อมที่จะพัฒนา สู่วารสารที่มีคุณภาพยิ่ง ๆ ขึ้นต่อไป

อาจารย์ ดร.ดวงใจ พุทธวงศ์  
บรรณาธิการ

## สารบัญ

หน้า

### บทความวิจัย

|                                                                                                                                                     |                         |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------|
| 1. คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ                   | กัลย์สุตา แหวนทองคำ     | 1    |
| 2. การศึกษาสัญญาณเตือนการทุจริต: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 1                                                    | ขวัญกมล ใจกล้า          | 12   |
| 3. ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารภาษีที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปในประเทศไทย                                                        | ชุตติกาญจน์ ทองชัย      | 27   |
| 4. ผลกระทบของประสิทธิภาพการบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเซรามิคในประเทศไทย                                                              | ณัฐธิดา มุลทา           | 39   |
| 5. การจัดการเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และการเฝ้าระวังการนำวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดเชียงราย                                      | นพชัย ฟองอิสสระ         | 51   |
| 6. แนวทางการพัฒนาสมรรถนะเทคโนโลยีดิจิทัลของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยราชภัฏ                                                                            | มะยุรีย์ พิทยาเสนีย์    | 64   |
| 7. การพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอมัดหมี่ที่บ้านช้าง ตำบลนาชุม อำเภอบ้านโคก จังหวัดอุดรธานี                     | สินีนารถ วิกรมประสิทธิ์ | 74   |
| * 8. รูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ | สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์  | 86 * |
| 9. ผลของการพัฒนาความสามารถทางการพูดภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์น้อย ด้วยชุดฝึกอบรมแบบสร้างเสริมประสบการณ์ด้วยบริบทชุมชน                                  | เอี่ยมพร พุ่มเม้งค์     | 99   |
| 10. การพัฒนาคุณภาพข้อมูล เพื่อพัฒนาคุณภาพโรงพยาบาลลำปาง                                                                                             | โอภาส วงศ์ศิลป์         | 112  |
| 11. ครู : คุณค่าและนัยยะ                                                                                                                            | Truong Thi Hang         | 126  |
| 12. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารระหว่างครูสอนทำอาหารชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ: กรณีศึกษาโรงเรียนสอนทำอาหารไทยสมุทรศึกษา จังหวัดเชียงใหม่   | ธิดารัตน์ ชูรีรัง       | 137  |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                                                                                                               |                     | หน้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------|
| บทความวิชาการ                                                                                                                                                 |                     |      |
| 13. การประยุกต์ใช้ Google Earth สำหรับพัฒนา<br>สื่อโฆษณา: แนะนำเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยว<br>ในจังหวัดจันทบุรีด้วยวิธีการทางการตลาด<br>ผ่านสังคมออนไลน์         | วชิรธร จันทรชมภู    | 150  |
| 14. วิธีปฏิบัติทางการบัญชีและการเปิดเผยข้อมูล<br>ในงบการเงินสำหรับการด้อยค่า ของสินทรัพย์<br>ของบริษัทในหมวดสื่อและสิ่งพิมพ์ในตลาด<br>หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย | อรฤดี ศรีธราพิพัฒน์ | 160  |
| 15. การปรับขึ้นภาษีอุปโภคบริโภคของประเทศญี่ปุ่น                                                                                                               | วิรัญญา สุทธิกุล    | 171  |

## CONTENTS

|                                                                                                                                                           |                           | Page |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|------|
| <b>Research Articles</b>                                                                                                                                  |                           |      |
| 1. The Effects Of Disclosures of Social Responsibility and environmental Quality On Stock Price of mai Listed Company                                     | Kunsuda Waentongkom       | 1    |
| 2. A Study of fraudulent scheme warning signs: A case study on the Agriculture Cooperative in the Cooperative Auditing Office Region 1                    | Kwangamol Jaigla          | 12   |
| 3. The Effect of Tax Management Efficiency on Business Success of Instant food in Thailand                                                                | Chutikan Thongchai        | 27   |
| 4. Effects of Management Accounting Efficiency on Success of Ceramic Business in Thailand                                                                 | Nattida Moolta            | 39   |
| 5. Creative economy management and Cultural surveillance for sustainable tourism in Chiang Rai province                                                   | Noppachai Fongissara      | 51   |
| 6. Guidelines for the development of digital technology competency of teacher students Rajabhat University                                                | Mayuree Phitthayasenee    | 64   |
| 7. The developing of capacity and Standard of MudmeeCloth: A Case Study on MudmeeKeeLan Chang's weaving in Na Khum, Ban Khok district, Uttaradit province | Sineenat Vikromprasit     | 74   |
| * 8. Model of Homestay Characteristic, Perceived Values of Price, Perceived Values of Emotional and Behavioral Intention of Homestay Customers            | Suttisinee Thirathammason | 86 * |
| 9. Effects of Enhancing English Speaking Abilities of Young Tour Guides by Using Community-Based Training Package through Experiential Learning Model     | Euamporn Foutemwong       | 99   |
| 10. Data Quality Improvement For Lampang Hospital Quality Improvement                                                                                     | Opas Wongsin              | 112  |
| 11. The Guru : Value and Implication                                                                                                                      | Truong Thi Hang           | 126  |

## CONTENTS (Continued)

|                                                                                                                                                                            |                         | Page |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------|
| 12. Communication Strategies Employed by Both Thai-Cooking Instructor and Foreign Tourists: The Smart Cook Thai Cookery school in Chiang Mai                               | Thidarat Khureerang     | 137  |
| <b>Academic Article</b>                                                                                                                                                    |                         |      |
| 13. Application of Google Earth in Advertising Development: An Introduction of Tourist Routes in the Chanthaburi Province                                                  | Wachirathorn Janchomphu | 150  |
| 14. Accounting Practices and Disclosure on Financial Statements for Assets Impairment of Listed companies in Media and Publishing Sector on the Stock Exchange of Thailand | Onrueedee Sritarapipat  | 160  |
| 15. Japan Consumption Tax Hike                                                                                                                                             | Wiranya Sutthikun       | 171  |

รูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์  
ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ  
Model of Homestay Characteristic, Perceived Values of Price, Perceived  
Values of Emotional and Behavioral Intention of Homestay Customers  
in Northern Region

สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์<sup>1\*</sup>

(Suttisinee Thirathammasorn<sup>1\*</sup>)

<sup>1\*</sup>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

อีเมลผู้แต่งหลัก : note\_pom@hotmail.com เบอร์โทรศัพท์ : 09 1838 9921

วันที่รับบทความ 4 มีนาคม 2563

Received: Mar. 4, 2020

วันที่รับแก้ไขบทความ 10 พฤษภาคม 2563

Revised: May. 10, 2020

วันที่ตอบรับบทความ 13 พฤษภาคม 2563

Accepted: May. 13, 2020

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ในเขตภาคเหนือ 3) เพื่อสร้างรูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ การดำเนินการวิจัยแบ่งเป็นสองขั้นตอน ขั้นตอนหนึ่งเป็นการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ประกอบการและผู้มีประสบการณ์โฮมสเตย์ ขั้นตอนที่สองเป็นการตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ มีขนาด 480 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ได้แก่ คุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ 2) อิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ปัจจัยคุณลักษณะโฮมสเตย์ ส่งผลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่าด้านราคามากที่สุดรองลงมา คือ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมตามลำดับ และส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมโดยผ่านตัวแปรการรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 3) รูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ประกอบด้วย คุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ รูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 71.08,

df เท่ากับ 72,  $\chi^2/df$  เท่ากับ 1.27, P เท่ากับ 0.06, GFI เท่ากับ 0.98, AGFI เท่ากับ 0.95, SRMR เท่ากับ 0.01 และ RMSEA เท่ากับ 0.02

**คำสำคัญ:** คุณลักษณะโฮมสเตย์; การรับรู้คุณค่าด้านราคา; การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์; ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

### Abstract

The purpose of this research were 1) was to study factors Homestay characteristic, Perceived values of price, Perceived values of emotional affecting behavioral Intention of Homestay customers in Northern Region, 2) study a causal relationship model of factors influencing behavioral intentions of Homestay customers in Northern Region, 3) create a model of Homestay characteristic, Perceived values of price, Perceived values of emotional influenced to behavioral intentions of Homestay customers in Northern Region. The study was divided into 2 phases. Phase 1 was the definition of conceptual framework in study by examining related papers and research, Interview 5 people. Phase 2 was the examination of the study hypothesis. The sample of the quantitative was the Homestay customers in Northern Region. The group sampling was selected 480 of Thai customers and foreign customers. The Research instruments consisted of questionnaire with the total reliability at 0.92 and focus Interview question guideline. The statistics to be analyzed by the computer program were descriptive statistics, and Path Analysis.

The research findings were as follows: 1) The result of the first objective: the causal factors influenced behavioral intentions of Homestay customers in Northern Region. Include 3 factors: Homestay characteristic, Perceived values of price and Perceived values of emotional. 2) The Homestay characteristic have direct influenced to the Perceived value price, Perceived value emotional and behavioral intentions. The Homestay characteristic indirect influenced to the behavioral intentions through the Perceived value emotional, at the 0.05 significant levels. 3) The findings of this research were revealed that factors affecting to behavioral intentions of Homestay customers in Northern Region consisted of Homestay characteristic, Perceived values of price and Perceived values of emotional. The causal relationships of model constructed had fit with the empirical data by considering from  $\chi^2$  as 71.08, df as 72,  $\chi^2/df$  as 1.27, P as 0.06, GFI as 0.98, AGFI as 0.95, SRMR as 0.01, RMSEA as 0.02.

**Keywords:** Homestay characteristic; Perceived values of price; Perceived values of emotional; Behavioral Intention

## บทนำ

ธุรกิจบริการที่พักแรมจัดเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมรายได้หลักของประเทศ สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2553) ทั้งนี้ สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2560 ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย ยังคงมีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากในปี พ.ศ.2559 และส่งผลให้ธุรกิจที่พักแรมได้รับผลกระทบที่ดีตามไปด้วยจากการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ในปี พ.ศ.2560 ธุรกิจที่พักแรมน่าจะมีรายได้ 564,000 - 574,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.7 - 5.5 ชะลอลงจากปี พ.ศ.2559 ที่เติบโตร้อยละ 6.0 จากปีก่อนหน้า ธนากรกลสิกรไทย (2560) ซึ่งแสดงให้เห็นการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งประเทศไทยนั้นได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมานานกว่า 40 ปี และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจอีกหลายประเภท ได้แก่ การขนส่ง ที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยวเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องซื้อสินค้าหรือบริการในธุรกิจดังกล่าว จึงได้รับประโยชน์ทางอ้อมจากนักท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551) ซึ่งธุรกิจโฮมสเตย์จัดเป็นธุรกิจที่ได้ผลประโยชน์ดังกล่าว ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเพื่อใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นผู้จัดการที่พักของชาวบ้านในชุมชนให้แก่ผู้มาเยือนด้วยความยินยอมและเต็มใจของเจ้าของบ้าน ซึ่งบ้านพักที่ให้บริการต้องมีห้องพักหรือพื้นที่ที่สามารถรองรับ และสามารถให้บริการแก่ผู้มาเยือนได้ตามขีดความสามารถพักร่วมกับชาวบ้านก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวเป็นการสร้างความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ในวิถีชีวิตชุมชน เกิดทัศนคติ (Attitude) ที่ดีต่อชุมชน ที่มาจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันรวมทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจและความพึงพอใจ (Appreciation and Impression) จากวิถีชีวิตและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน วีรชัย กุลชัย (2557) สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเดินทางเยี่ยมชมได้ รวมถึงที่พักแรมแบบโฮมสเตย์สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตเรียนรู้ประสบการณ์แปลกใหม่ ปัญหาและสาเหตุที่สำคัญคือ ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์อาจสร้างความไม่มั่นใจเกี่ยวกับคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการ โฮมสเตย์ในการตัดสินใจพักแรมได้ เนื่องจากการบริหารจัดการโดยชุมชนไม่มีหน่วยงานใดรับรองการบริหารจัดการการส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวจากทางภาครัฐ กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงสร้างมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการพักแรมให้กับนักท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2557)

ดังนั้นดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษารูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือในเขตภาคเหนือ เพื่อสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจ อันจะส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการ และองค์ความรู้ที่ได้จะช่วยสนับสนุนให้เกิด

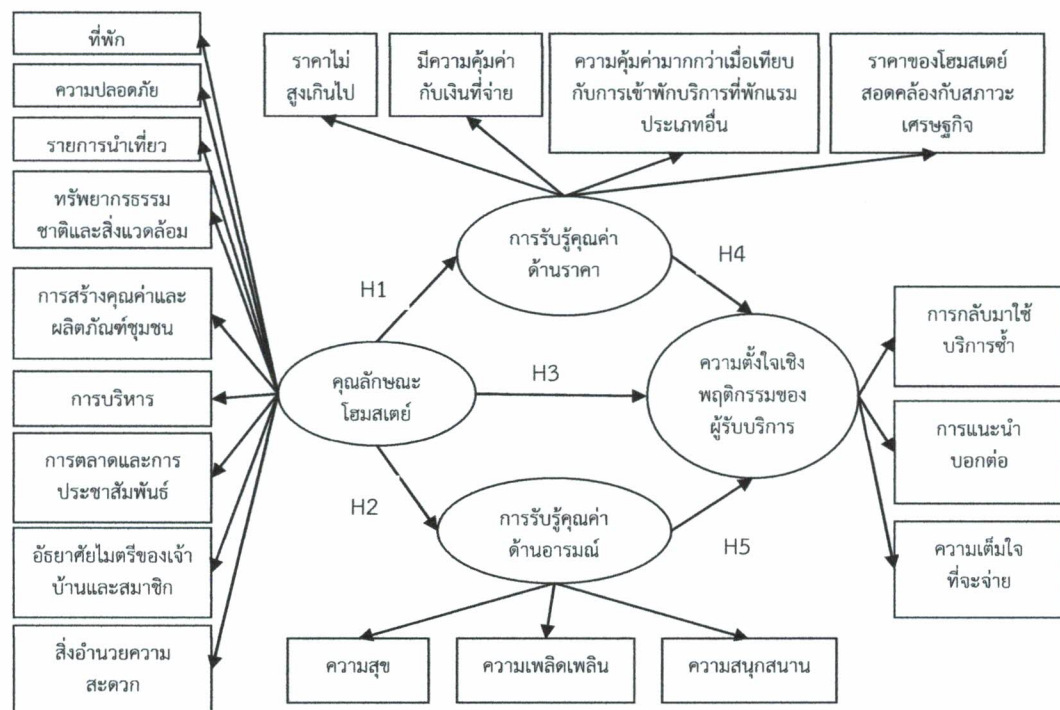
มุมมองต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่มีความหลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพ และยังสนับสนุนการพัฒนาโฮมสเตย์ในแต่ละท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ในเขตภาคเหนือ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ในเขตภาคเหนือ
3. เพื่อสร้างรูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ในเขตภาคเหนือ

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการศึกษาวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ธเนศ เฮ้ประโคน (2559); กรมการท่องเที่ยว (2557); Boksber & Melsen (2011); Hui & Malliga (2014); Ivyanno (2013) รวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ประกอบการและผู้มีประสบการณ์ธุรกิจโฮมสเตย์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ด้วยการสังเคราะห์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างรูปแบบสมมติฐาน และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ประกอบการ และผู้มีประสบการณ์โฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เพื่อสอบถามข้อมูลความคิดเห็นและระดับความสำคัญ ที่เกี่ยวกับรูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ เครื่องมือที่ใช้คือโดยใช้แบบสัมภาษณ์ และกำหนดเป็นรูปแบบสมมติฐานการวิจัย และขั้นตอนที่ 2 ตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ

กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 480 จากตารางของ Hair, et al. (2010) โดยกำหนดอัตราส่วนระหว่างจำนวนตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์ 20 เท่า ต่อ 1 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ขนาดตัวอย่างที่เป็นสัดส่วน และใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน กลยา วานิษฐ์ปัญญา (2550) โดยการมีขั้นตอนดังนี้ กรอบขนาดตัวอย่างแบ่งออกเป็น 9 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง แพร่ พะเยา น่าน อุตรดิตถ์ จากนั้นกำหนดขนาดตัวอย่างที่เป็นสัดส่วน (Proportional to size) เท่า ๆ กันทั้ง 9 จังหวัด ครอบคลุมทุกพื้นที่ตามสัดส่วนของพื้นที่ทั้ง 9 จังหวัด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่เก็บรวบรวมข้อมูลจำแนกตามสัดส่วนของพื้นที่จังหวัด

| ลำดับ | จังหวัด           | จำนวนสถานประกอบการ | ร้อยละตามพื้นที่ | กลุ่มเป้าหมาย (คน) |
|-------|-------------------|--------------------|------------------|--------------------|
| 1     | จังหวัดเชียงราย   | 4                  | 22.23            | 54                 |
| 2     | จังหวัดเชียงใหม่  | 3                  | 16.67            | 54                 |
| 3     | จังหวัดแม่ฮ่องสอน | 4                  | 22.23            | 54                 |
| 4     | จังหวัดลำพูน      | 2                  | 11.12            | 53                 |
| 5     | จังหวัดลำปาง      | 1                  | 5.55             | 53                 |
| 6     | จังหวัดแพร่       | 1                  | 5.55             | 53                 |
| 7     | จังหวัดพะเยา      | 1                  | 5.55             | 53                 |
| 8     | จังหวัดน่าน       | 1                  | 5.55             | 53                 |
| 9     | จังหวัดอุตรดิตถ์  | 1                  | 5.55             | 53                 |
| รวม   |                   | 18                 | 100              | 480                |

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2557

### ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ คุณลักษณะโฮมสเตย์ ตัวแปรส่งผ่าน คือ การรับรู้คุณค่าด้านราคาและการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ตัวแปรผล คือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ประกอบการ ผู้มีประสบการณ์และผู้ให้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ขั้นตอนที่ 2 แบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัย แบ่งเป็น 5 ตอน ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการรับบริการ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนตอนที่ 2 - 5 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งแบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.92

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ คือ ผู้บริหารระดับสูง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ประกอบการ ผู้มีประสบการณ์และผู้ให้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ จำนวน 5 คน ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการธุรกิจโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ เป็นการส่งและรับคืนแบบสอบถามโดยทางไปรษณีย์ผ่านผู้ประสานงานของแต่ละสถานประกอบการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation method) จากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัย ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง Structural equation modeling (SEM)

### ผลการวิจัย

#### สรุปผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ประกอบการ ผู้มีประสบการณ์ และผู้ให้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ในมิติคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วสรุปประเด็นที่สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์เพิ่มขึ้นอีก 10 ตัวแปร ได้แก่ 1) มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีท้องถิ่น 2) เจ้าของบ้านและสมาชิกให้การต้อนรับและบริการอย่างดี 3) เจ้าของบ้านและสมาชิกมีความสนใจและเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการมีความเป็นมิตร และเอาใจใส่ในการบริการ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ 4) เจ้าของบ้านและสมาชิกรับฟังปัญหาหรือข้อซักถาม

ของผู้รับบริการอย่างเต็มที่ 5) เจ้าของบ้านและสมาชิกมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามความต้องการของผู้รับบริการ 6) น้ำดื่มและน้ำใช้สะอาดเพียงพอ 7) มีร้านอาหารตั้งอยู่ในชุมชน 8) ภาชนะที่ใช้บรรจุอาหารต้องสะอาด มีห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวที่ถูกสุขลักษณะ 9) เครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ เครื่องทำน้ำอุ่น และ 10) มีการบริการอินเทอร์เน็ต wifi ซึ่งจากการวิเคราะห์ตัวแปรสามารถจัดอยู่ในตัวแปรคุณลักษณะของโฮสเตย์ โดยพิจารณาจากตัวแปรที่ได้จากการสัมภาษณ์ ให้สอดคล้องครอบคลุมรายการตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ แล้วนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก ผลการวิจัย พบว่า

ผลการวิเคราะห์ค่า Kaiser-Meyer-Olkin เท่ากับ 0.922 ซึ่งมากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1 Chi-Square เท่ากับ 110.133 ค่า Significant เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่นำไปวิเคราะห์องค์ประกอบแบบเชิงสำรวจได้ ผลการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่า ค่าความร่วมกันของตัวแปรแต่ละตัวที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ คุณลักษณะของโฮสเตย์ ในเขตภาคเหนือ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.594 - 0.801 มีแนวโน้มที่น่าจะสามารถเข้าอยู่ในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งได้ ผลการจัดตัวแปรเข้าองค์ประกอบปรับโครงสร้างและตั้งชื่อองค์ประกอบค่า Total Variance Explained จากการวิเคราะห์ตัวแปรทั้ง 10 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มได้ 2 ปัจจัย โดยปัจจัยที่ 1 สำคัญที่สุดเนื่องจากสามารถอธิบายหรือตีความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุด สำหรับการวิเคราะห์ครั้งนี้อธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ถึงร้อยละ 31.397 ส่วน ปัจจัยที่ 2 จะมีความสำคัญรองลงมาคิดเป็นร้อยละ 27.782 ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัย และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลร่วมกันได้ร้อยละ 59.289 ผลการ Rotated Component Maxtrix ในแต่ละปัจจัยจะประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ ที่อยู่ในองค์ประกอบร่วม ซึ่งในการตั้งชื่อองค์ประกอบร่วมที่เกิดขึ้นจะพิจารณาจากกลุ่มตัวแปรที่พบโดยส่วนใหญ่เป็นหลัก และได้ตั้งชื่อให้สื่อความหมายได้สอดคล้องครอบคลุมรายการตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบแบบเชิงสำรวจในครั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่มตัวแปรใหม่ได้ทั้งหมด 2 องค์ประกอบ ประกอบด้วย 10 ตัวแปร ดังนี้ ปัจจัยที่ 1 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.627 - 0.801 ค่าไอเกนเท่ากับ 4.918 ค่าความแปรปรวนรวมสะสมเท่ากับ 49.181 หมายถึงองค์ประกอบที่ 1 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 49.181 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่ 1 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค เท่ากับ 0.711 ซึ่งมีความเชื่อมั่นสูงเชื่อถือได้และเรียงลำดับความสำคัญ (Factor Loading) จากมากไปน้อย ได้แก่ 1) เครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ เครื่องทำน้ำอุ่น 2) ภาชนะที่ใช้บรรจุอาหารต้องสะอาดมีห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวที่ถูกสุขลักษณะ 3) มีร้านอาหารตั้งอยู่ในชุมชน 4) น้ำดื่มและน้ำใช้สะอาดเพียงพอ และ 5) มีการบริการอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่ 2 ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าบ้านและสมาชิก ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.594 - 0.782 ค่าไอเกนเท่ากับ 1.011 ค่าความแปรปรวนรวมสะสมเท่ากับ 59.289 หมายถึงองค์ประกอบที่ 2 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 59.289 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่ 2 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค เท่ากับ 0.745 ซึ่งมีความเชื่อมั่นสูงเชื่อถือได้

และเรียงลำดับความสำคัญน้ำหนักของปัจจัยจากมากไปน้อย ได้แก่ 1) เจ้าของบ้านและสมาชิกรับฟังปัญหาหรือข้อซักถามของผู้รับบริการอย่างเต็มที่ 2) เจ้าของบ้านและสมาชิกมีความสนใจและเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการมีความเป็นมิตร และเอาใจใส่ในการบริการ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ 3) มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีท้องถิ่น 4) เจ้าของบ้านและสมาชิกให้การต้อนรับและบริการอย่างดี และ 5) เจ้าของบ้านและสมาชิกมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการตามความต้องการของผู้รับบริการ

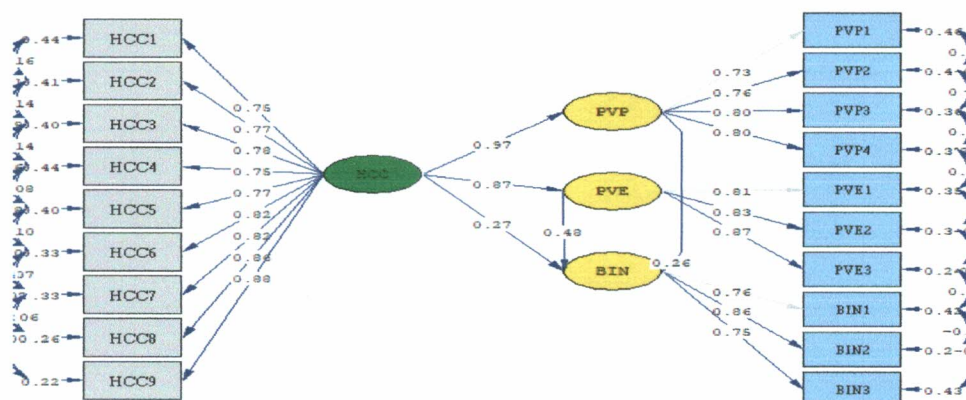
สรุปผลการวิจัยภายหลังการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis Model: EFA) พบว่า องค์ประกอบเชิงสำรวจของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ 3 องค์ประกอบ 16 ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยคุณลักษณะโฮมสเตย์ ได้แก่ ด้านที่พัก ความปลอดภัย รายการนำเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมการสร้างคุณค่า และผลิตภัณฑ์ชุมชน การบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ การตลาดและการประชาสัมพันธ์ อุตสาหกรรมของเจ้าบ้านและสมาชิก และสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านราคา ได้แก่ ราคาไม่สูงเกินไป มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ความคุ้มค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับการเข้าพักบริการที่พักรูปแบบประเภทอื่น และราคาของโฮมสเตย์สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ และ 3) ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ได้แก่ การรับรู้ของผู้รับบริการด้านความสุข ความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน

### สรุปผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ผลการทดสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการมีอิทธิพลของเส้นทางของโมเดล คือ คุณลักษณะโฮมสเตย์ส่งผลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่าด้านราคา (DE เท่ากับ 0.97) คุณลักษณะโฮมสเตย์ส่งผลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (DE เท่ากับ 0.87) คุณลักษณะโฮมสเตย์ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (DE เท่ากับ 0.27) การรับรู้คุณค่าด้านราคาส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (DE เท่ากับ 0.26) การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (DE เท่ากับ 0.28) คุณลักษณะโฮมสเตย์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรแฝงปัจจัยความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านการรับรู้คุณค่าด้านราคา (TE เท่ากับ 0.98, DE เท่ากับ 0.27 + IE เท่ากับ 0.71) และคุณลักษณะโฮมสเตย์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรแฝงปัจจัยความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ (TE เท่ากับ 0.84, DE เท่ากับ 0.13 + IE เท่ากับ 0.71)

### สรุปผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

ผลการทดสอบรูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังภาพที่ 2



Chi-Square=91.41, df=72, P-value=0.06105, RMSEA=0.024

ภาพที่ 2 รูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ในเขตภาคเหนือ

ตารางที่ 2 ดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้อง และความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแบบของปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ

| ลำดับที่ | ค่า         | เกณฑ์          | ตัวแบบก่อนปรับ |   | ตัวแบบหลังปรับ |   |
|----------|-------------|----------------|----------------|---|----------------|---|
| 1        | $\chi^2$    | ( $p > 0.05$ ) | 1435.64        |   | 91.41          | ✓ |
| 2        | $\chi^2/df$ | น้อยกว่า 5     | 9.77           |   | 1.27           | ✓ |
| 3        | RMSEA       | น้อยกว่า 0.05  | 0.13           |   | 0.02           | ✓ |
| 4        | NFI         | 0.9 ขึ้นไป     | 0.95           | ✓ | 1.00           | ✓ |
| 5        | CFI         | 0.9 ขึ้นไป     | 0.96           | ✓ | 1.00           | ✓ |
| 6        | GFI         | 0.9 ขึ้นไป     | 0.76           |   | 0.98           | ✓ |
| 7        | AGFI        | 0.9 ขึ้นไป     | 0.69           |   | 0.95           | ✓ |
| 8        | SRMR        | น้อยกว่า 0.05  | 0.51           |   | 0.01           | ✓ |

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง ผ่านเกณฑ์ผลการทดสอบดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้อง และความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์รูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ พบว่า รูปแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีความกลมกลืนของรูปแบบดังนี้ การวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 71.08 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 72 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์  $\chi^2/df$  เท่ากับ 1.27 ค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.06 ดัชนีของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการ

ประมาณ RMSEA เท่ากับ 0.02 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคาดเคลื่อนมาตรฐาน SRMR เท่ากับ 0.01 และเมื่อพิจารณาถึงดัชนีตัวอื่นตามกลุ่มที่ได้กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัว ได้แก่ ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.00 ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.98 ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.95 แสดงว่ารูปแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

รูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ โดยพิจารณาความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนของรูปแบบโครงสร้างพบอิทธิพลของเส้นทางของรูปแบบ ดังนี้ ตัวแปรคุณลักษณะโฮมสเตย์ส่งผลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่าด้านราคาของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (DE เท่ากับ 0.97) ตัวแปรคุณลักษณะโฮมสเตย์ส่งผลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (DE เท่ากับ 0.87) ตัวแปรคุณลักษณะโฮมสเตย์ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ในเขตภาคเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (DE เท่ากับ 0.27) ตัวแปรการรับรู้คุณค่าด้านราคาส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (DE เท่ากับ 0.26) ตัวแปรการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ 0.05 (DE เท่ากับ 0.48) ตัวแปรคุณลักษณะโฮมสเตย์ส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ โดยผ่านตัวแปรการรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (IE เท่ากับ 0.71) ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ พบว่า มีความเที่ยงตรง เนื่องจากมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง เท่ากับ 0.94 หรือคิดเป็นร้อยละ 94 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ร้อยละ 40 ขึ้นไป ย่อมถือว่ารูปแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนี้มีความสามารถในการพยากรณ์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือได้ดีและยอมรับได้

### อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง รูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้ รูปแบบสมการโครงสร้าง พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานต้องยอมรับสมมติฐานหลัก หมายถึงรูปแบบสมการโครงสร้างตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการทบทวนวรรณกรรมเมื่อผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบย่อยที่ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปรและตัวแปรตามอีก 1 ตัวแปร เมื่อนำรูปแบบทั้ง 4 รูปแบบ มาประกอบกันเพื่อนำมาทดสอบสมมติฐานความสอดคล้องของรูปแบบแล้ว พบว่า รูปแบบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามทฤษฎีได้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามที่ได้เก็บข้อมูลมาและเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ในเขตภาคเหนือ นั่นคือ คุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่า

ด้านอารมณ์ ซึ่งความตั้งใจนี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ ด้านการแนะนำบอกต่อ และด้านความเต็มใจที่จะจ่าย สอดคล้องกับแนวความคิดของ Boksber & Melsen (2011, pp.229-240) และแนวคิดและทฤษฎีคุณลักษณะปัจจัย แนวคิดและทฤษฎีคุณลักษณะปัจจัย ความสำเร็จโฮมสเตย์พื้นที่ตามองค์ประกอบหลัก 9 ด้าน ธเนศ เฮ้ประโคน (2559); กรมการท่องเที่ยว (2557) ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านความปลอดภัย ด้านรายการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านการสร้างคุณค่าและผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ด้านอภยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชน และแนวคิดและทฤษฎี Iyanno (2013, pp. 86-91); Lee, et al. (2007, pp. 11-51) การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ หมายถึง การรับรู้ของผู้รับบริการถึงคุณค่าด้านราคา ราคาไม่สูงเกินไป มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ความคุ้มค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับการเข้าพักบริการที่พักประเภทอื่น และราคาของโฮมสเตย์สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Hui & Malliga (2014, pp. 532-541) แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ของผู้รับบริการถึงคุณค่าด้านราคา การรับรู้ของผู้รับบริการถึงคุณค่าด้านราคา ราคาไม่สูงเกินไป มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ความคุ้มค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับการเข้าพักบริการที่พักประเภทอื่น และราคาของโฮมสเตย์สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Kontogeorgopoulos et al. (2014, pp. 106-124) ค้นพบว่า การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้นำชุมชนที่มีความสามารถ การสนับสนุนจากเครือข่ายการท่องเที่ยวทั้งภาคต่าง ๆ การวางแผนด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์การตรวจวัดและการประเมินผลเพื่อพัฒนาการให้บริการ คือ ปัจจัยความสำเร็จโฮมสเตย์ สอดคล้องกับแนวคิด ธเนศ เฮ้ประโคน (2560) ปัจจัยความสำเร็จเกิดจากการรับรู้คุณค่าผ่านประสบการณ์เชิงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน โดยนัยของปัจจัยความสำเร็จแต่ละตัวมีลักษณะเป็นปัจเจก ในโครงสร้างแบบจำลองการวัดการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยว นำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ การจัดการด้านที่พักโฮมสเตย์ของบ้านเรือนอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชน และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกแบบ กลุ่มเฉพาะที่มีความหลากหลาย แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มเดิมที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Murthi & Rao (2012: pp.34-46) ที่ค้นพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลมาจากคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา ปัจจัยการรับรู้คุณค่าด้านราคามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ในการนำรูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงคุณลักษณะโฮมสเตย์ที่พึงประสงค์ของผู้รับบริการ ดังนี้

ด้านคุณลักษณะโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านที่พัก ความปลอดภัย รายการนำเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมการสร้างคุณค่าและผลิตภัณฑ์ชุมชน การบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ การตลาดและการประชาสัมพันธ์ อภยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการ

ด้านการรับรู้คุณค่าด้านราคา ผู้ประกอบการควรตั้งราคาไม่สูงเกินไป ให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย คุ้มค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับการเข้าพักบริการที่พักรูปแบบประเภทอื่น และราคาของโฮมสเตย์สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ

ด้านการรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ผู้ประกอบการควรสร้างการรับรู้ของผู้รับบริการด้านความสุข ความเพลิดเพลิน และความสนุกสนาน เหล่านี้จะเป็นตัวสร้างให้ผู้รับบริการเห็นความแตกต่าง ช่วยสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจ และสนองความต้องการให้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม การเข้ารับบริการ

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุน โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย และแผนพัฒนาเพื่อทำให้เกิดการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงหน่วยงานท้องถิ่นควรมีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการจัดการรูปแบบคุณลักษณะโฮมสเตย์ เพื่อสร้างการรับรู้ด้านต่าง ๆ เป็นการดึงดูดผู้รับบริการให้มาพักแรมโฮมสเตย์

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้คัดเลือกมาศึกษาเพิ่มเติมที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้รับบริการโฮมสเตย์ ในเขตภาคเหนือศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้ได้รูปแบบอื่น ๆ

### เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). โฮมสเตย์ที่ผ่านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ภาคตะวันออก. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://homestay/HomestayList>, สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2557.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2551). แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว.

กรมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนาคารกสิกรไทย. (2560). ธุรกิจโรงแรมแข่งขันรุนแรงขึ้น คาดปี' 60 รายได้ธุรกิจโรงแรม

ขยายตัวร้อยละ 3.7-5.5 (กระแสรายการ ฉบับที่ 2826). [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com>. สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2557.

ธนศ เฮ้ประโคน. (2559). ปัจจัยความสำเร็จโฮมสเตย์พื้นถิ่นในประเทศประชาคมอาเซียน.

ปรัชญาคุณภูมิบัณฑิต. สาขาสหวิทยาการสภาพแวดล้อมสรรค์สร้าง. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วีรชัย กุลชัย. (2557). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จังหวัดระยองจันทบุรี

ตราด. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). บทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

ปี 2553. สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. สำนักงานพัฒนาหน่วยบริการอุตสาหกรรม. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. กระทรวงอุตสาหกรรม.

- Boksber, P.E. & Melsen, L. (2011). Perceived Value: A critical Examination of definitions, Concepts and Measures for the Service Industry. **Journal of Services Marketing**, 25(3): 229-240.
- Francis, J., LaFond, R., Olsson, P. & Schipper, K., (2004). Costs of equity and earnings attributes. **The Accounting Review**, 79 (4): 967–1010.
- Hui, W. C., Malliga, M., & Ramayah, T. (2014). The effect of perceived value on the loyalty of generation Y mobile internet subscribers: A proposed conceptual framework. **Procedia – Social and Behavioral Sciences**, 130, 532-541.
- Ivyanno U. C. (2013). An Empirical Investigation of Service Quality, Tourist Satisfaction and Future Behavioral Intentions among Domestic Local Tourist at Borobudur Temple. **International Journal of Trade, Economics and Finance**, 4(2): 86-91.
- Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A. & Duangsaeng, V. (2014). Success factors in community-based tourism in Thailand: the role of luck, external support and local leadership. **Tourism Planning & Development**, 11(1), 106-124.
- Lee, I., Choi, B., Kim, J., & Hong, S.J. (2007). Culture-technology fit: Effects of cultural characteristics on the post-adoption beliefs of mobile Internet users. **International Journal of Electronic Commerce**, 11(4), 11-51.
- Matzler, K., Würtele, A., & Renzl, B. (2006). Dimensions of price satisfaction: A study in the retail banking industry. **International Journal of Bank Marketing**, 24(4), 216- 231.
- Murthi, B.P.S., & Rao, R.C. (2012). Price awareness and consumers' use of deals in brand choice. **Journal of Retailing**, 88(1), 34-46.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. **Journal of Retailing**, 77(2), 203-220.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. **Journal of Retailing**, 77(2), 203-220.
- Wang, Y., Lo, H. P., & Yang, Y. (2004). An integrated framework for service quality, customer value, satisfaction: Evidence from China's telecommunication industry. **Information Systems Frontiers**, 6(4), 325-340.
- Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. **Journal of Marketing**, 52, 2-22.