

ความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)  
ของนักดำน้ำชาวไทย

สารนิพนธ์  
ของ  
เปมิกา เทสากิริติ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
มีนาคม 2549

ความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)  
ของนักดำน้ำชาวไทย

บทคัดย่อ  
ของ  
เปมิกา เทสากิริติ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
มีนาคม 2549

เปมิกา เทศาภริติ. (2549). ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อการศึกษา ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้จะศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ และ จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน ข้อมูลพฤติกรรมของนักดำน้ำชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 385 คน โดยเป็นนักดำน้ำชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และจบหลักสูตรการเรียนดำน้ำลึกขั้นต่ำระดับเบื้องต้น (Open Water) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การหาค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ค่าไค-สแควร์ สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลสถิติใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows ผลการวิจัยพบว่า

1. นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 25-34 ปี โสด มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป สำเร็จระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำสูงสุดในระดับ Advanced Open Water และ ดำน้ำมาแล้ว 101 – 200 Dives จนถึงปัจจุบัน

2. นักดำน้ำชาวไทยส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป โดยเคยไปท่องเที่ยวที่แหล่งดำน้ำอันดามันเหนือ ได้แก่ หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ มากที่สุด มีความต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือด้วย กิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำน้ำมากที่สุด คือ นอนพักผ่อน ส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันหยุดเทศกาล

3. นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่ามีความต้องการด้านที่พัก และ ความต้องการที่มีต่อการให้บริการบุคลากรในระดับมากที่สุด ส่วนความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว อาหาร และ ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก มีความต้องการอยู่ในระดับมาก

4. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือด้านการให้บริการของบุคลากรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอายุ สถานภาพสมรส ระดับรายได้

และ จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำ ลีบบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

5. ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน แต่มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรม การท่องเที่ยว จำนวน Dive ต่อวัน และ มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวัน ไม่แตกต่างกัน แต่มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว และ ความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือ (Live Aboard) ได้แก่ จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือในประเทศไทย วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือ ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือในประเทศไทย และ ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วน บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือ (Live Aboard) รายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

8. บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลีบบนเรือที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

THE REQUIREMENT OF THAI DIVERS FOR SCUBA DIVING TRAVEL ON  
LIVE ABOARD PROGRAM

AN ABSTRACT  
BY  
PEMIKA TESAPIRUT

Presented in partial fulfillment of the requirements  
For the Master of Business Administration degree in Marketing  
At Srinakharinwirot University  
March 2006

Pemika Tesapirut. (2006). *The Requirement of Thai Divers for Scuba Diving Travel on Live Aboard Program*. Master Thesis, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School. Srinakharinwirot University.

Project Advisor: Dr. Warangkana Adisornprasert.

The purpose of the research is to study the requirement of Thai divers for scuba diving travel on live aboard program which emphasize in two factors: demographic characteristics of Thai divers including gender, age, income, marital status, highest diving course level and diving time up to the present. Another is behavior of Thai divers. The sample consists of 385 Thai divers who are 15 years old and above and have earned at least Open Water diving certificate. The questionnaire is used as a tool to collect the data. Descriptive statistics used in this analysis are frequency, percentage, mean and standard deviations. Inferential statistics used for hypotheses testing are analysis of Independent Sample t-Test, One-Way Analysis of Variance and Chi-Square. The data are analyzed by using SPSS for Windows results of the study are as follows :

1. Most Thai divers are female, aged between 25-34, single, in the ฿40,000 or higher income bracket. The highest diving course level earned are Advanced Open Water. Most of them have 101 – 200 dives up to the present.

2. Most Thai divers have traveled scuba diving on live aboard since 7 times up. The most visited diving site is North Andaman dive sites such as Similan and Surin Island. Thai divers require to see the beauty of nature under the sea which is also their main purpose to travel scuba diving on live aboard program. The most influential person for diver's decision in traveling scuba diving on live aboard program is their friends who are also their companions when traveling scuba diving on live aboard program. The most preferable activity during living on the boat of these individuals is rest. Their most preferable time to travel scuba diving on live aboard is during holiday.

3. Thai divers have high overall requirement for scuba diving travel in live aboard program in product and service aspects. There are highest requirement for accommodation and service. For diving program attribute requirement in diving route, food and amenity, Thai divers have those requirements in high level.

4. Different demographic characteristics of Thai divers in gender and highest diving course level have different requirement for scuba travel on live aboard program in service aspect at the statistically significant level of 0.05. In contrast, different demographic

characteristics including age, income, marital status and diving number up to the present do not have different requirement for scuba travel on live aboard program.

5. Different highest diving course level do not have different number of diving days per travel program but have different dive number per travel program, diving number per day and night diving requirement per travel program at the statistically significant level of 0.05.

6. Different diving number up to present of Thai divers do not indicate the different diving number per day but have different day number, diving number and night diving requirement per travel program at the statistically significant level of 0.05.

7. Different behavior of Thai divers in number of scuba diving travel on live aboard, main purpose for scuba diving travel on live aboard, most influential for scuba diving travel on live aboard and the most preferable time to travel scuba diving on live aboard have the different requirement for scuba travel on live aboard program in attribute of travel program aspect at the statistically significant level of 0.05. In contrast, different scuba diving travel companion on live aboard do not have different requirement for scuba travel on live aboard program.

8. Different scuba diving travel companion on live aboard have different room type requirement at the statistically significant level of 0.05.

ความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)  
ของนักดำน้ำชาวไทย

สารนิพนธ์  
ของ  
เปมิกา เทสาภิรติ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
มีนาคม 2549  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการการสอบได้  
พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)  
ของนักดำน้ำชาวไทย ของ เปมิกา เทสภักดิ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....  
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน  
(อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(อาจารย์ ดร. ธนัยวงศ์ กীরตวานิชย์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์  
(อาจารย์ ภัคภร สกลรักษ์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)  
วันที่ ..... เดือนมีนาคม พ.ศ.2549

## ประกาศขอบคุณการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความสามารถของอาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือ อีกทั้งยังดูแลตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆในการวิจัยฉบับนี้ นับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์เป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้ภายในกำหนดเวลา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและ กราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ธนียวงศ์ กীরตวานิชย์ และ อาจารย์ ภัคภร สกลรักษ์ ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่างๆเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์และกรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ความช่วยเหลือตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ นักดำน้ำชาวไทยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือสละเวลาตอบแบบสอบถามให้เสร็จตามกำหนดเวลา เพื่อการวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ น้องชาย และ เพื่อนๆทุกคนที่คอยช่วยเหลือสนับสนุน ให้กำลังใจและกำลังใจที่ดีเยี่ยมตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย

เปมิกา เทสาภีร์ติ

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
การกำหนดขนาดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์และความต้องการในการท่องเที่ยว.....	19
การท่องเที่ยวและการจัดนำเที่ยว.....	26
ส่วนประสมการตลาดเพื่อธุรกิจนำเที่ยว.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว.....	34
ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดธุรกิจดำน้ำในประเทศไทย.....	40
ความรู้เกี่ยวกับการดำน้ำลึก (SCUBA).....	43
ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมดำน้ำแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	46
ข้อมูลแหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทย.....	47
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	54
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	150
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	153
ความมุ่งหมายของงานวิจัย สมมติฐานงานวิจัย.....	153
วิธีดำเนินงานศึกษาค้นคว้า.....	153
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	154
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	155
การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล.....	155
สรุปผลการศึกษาวิจัย.....	159
อภิปรายผล.....	168
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	175
ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยครั้งต่อไป.....	178
บรรณานุกรม.....	179
ภาคผนวก.....	185
ภาคผนวก ก	
แบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัย.....	187
ภาคผนวก ข	
รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม.....	193
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	195

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os).....	16
2 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม..	66
3 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่) .....	69
4 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของข้อมูลการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	70
5 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	71
6 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของแหล่งดำน้ำที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	72
7 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	73
8 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	74
9 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	75
10 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของบุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	76
11 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของกิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำน้ำ .....	77
12 แสดงจำนวน (ความถี่) และคำร้อยละ ของช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	78
13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ .....	79
14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) เส้นทางดำน้ำลึกในประเทศไทย .....	80

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการด้านที่พัก .....	81
16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการด้านอาหาร .....	82
17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	83
18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการที่มีต่อการให้บริการ ของบุคลากร .....	86
19 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลความต้องการคุณลักษณะ โปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	87
20 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลความต้องการด้านที่พัก ส่วนของ รูปแบบห้องพัก และ รูปห้องน้ำที่ต้องการบนเรือ (Live Aboard) .....	90
21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามเพศ .....	92
22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามเพศ .....	93
23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมจำแนกตามอายุ .....	94
24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามอายุ .....	95
25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส ...	97
26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามสถานภาพสมรส ...	98
27 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้ .....	100
28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามระดับรายได้ .....	101
29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามระดับหลักสูตร การเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด .....	103

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด .....	104
31 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรของนักดำน้ำที่มีระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดแตกต่างกัน.....	106
32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน .....	108
33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านจำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน .....	109
34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด .....	111
35 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน .....	112
36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด .....	114
37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน .....	115
38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อวัน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด .....	117
39 การทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อวัน จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน .....	118
40 การทดสอบความแตกต่างของความต้องการการดำน้ำกลางคืน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด .....	119
41 การทดสอบความแตกต่างของความต้องการการดำน้ำกลางคืน จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน .....	121

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	123
43 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	124
44 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวยานักดำน้ำที่มีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน .....	126
45 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	128
46 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	129
47 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวยานักดำน้ำที่มีวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	133
48 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	135
49 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) .....	136
50 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวยานักดำน้ำที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยวดำน้ำต่างกัน .....	138



## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
51 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำ ..... 140	140
52 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แต่ละรายด้าน เมื่อจำแนกตามบุคคลที่ไปดำน้ำด้วย ..... 141	141
53 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ..... 144	144
54 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน เมื่อจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ..... 145	145
55 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวนักดำน้ำที่มีช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ (Live Aboard) แตกต่างกัน ..... 147	147
56 แสดงความแตกต่างของความต้องการรูปแบบห้องพัก จำแนกตามบุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้วย ..... 148	148
57 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน ..... 150	150

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย .....	9
2 แสดงลำดับขั้นตอนของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ส .....	20
3 แสดงระดับของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว .....	38

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

ประเทศไทยนับเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกว่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม โดยเฉพาะท้องทะเล ชายหาด และแหล่งดำน้ำที่ติดอันดับโลก อีกทั้งมีภูมิอากาศอบอุ่นเหมาะแก่การเติบโตของปะการัง ฟิช และสัตว์ในทะเล และสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีสลับเปลี่ยนกันได้ระหว่างฝั่งทะเลอ่าวไทยและอันดามัน เป็นผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวทะเลเป็นที่สนใจของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยหนึ่งในธุรกิจที่พบว่าน่าสนใจคือการดำน้ำ มีแบบทั้งผิวน้ำ (Snorkeling) และแบบดำน้ำลึก (Scuba Diving) ที่เป็นทั้งการพักผ่อนและการออกกำลังกายซึ่งเข้ามาแพร่หลายในประเทศไทยกว่า 20 ปีมาแล้ว การท่องเที่ยวแบบดำน้ำ ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ รายได้ของการท่องเที่ยวดำน้ำมีมูลค่าปีละไม่ต่ำกว่า 12,000 ล้านบาท ทั้งการดำน้ำลึก และการดำน้ำตื้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย: 2546) โดยเฉพาะแบบการดำน้ำลึกซึ่งเริ่มเป็นที่นิยมและขยายตัวในเชิงพาณิชย์มากขึ้นในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา

ธุรกิจดำน้ำลึก มีลักษณะของการประกอบธุรกิจหลายรูปแบบทั้งการสอน การจัดทัวร์ และการขายอุปกรณ์ เนื่องจากธุรกิจสามารถกำไรอยู่ในระดับสูงประมาณร้อยละ 30-40 ส่งผลให้มีผู้ประกอบการเข้ามาประกอบธุรกิจนี้มากขึ้นจนทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา เป็นผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการเรียนดำน้ำและการท่องเที่ยวถูกลงมาก เมื่อเทียบกับ 5 ปีก่อน จนทำให้ผู้คนในระดับกลางสนใจและมีกำลังซื้อได้มากขึ้น รวมถึงการเผยแพร่แหล่งดำน้ำที่สวยงามของไทยจากกระแสการรณรงค์การท่องเที่ยวไทยและการอนุรักษ์ธรรมชาติได้ทะเลตามสื่อต่างๆ กระแสความนิยมกิจกรรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกในหมู่ดารา วัยรุ่น และกระจายไปสู่คนทำงานซึ่งมีกำลังซื้อค่อนข้างสูงที่ต้องการพักผ่อนในลักษณะที่มีความสนุกและท้าทายอยู่ในตัว เกิดการขยายตัวของ การเรียน และท่องเที่ยวดำน้ำลึกเพิ่มมากขึ้น ทั้งหมดนี้ส่งผลให้ธุรกิจดำน้ำมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยรายได้หลักของผู้ประกอบการในธุรกิจดำน้ำโดยเฉพาะแบบดำน้ำลึก (Scuba Diving) จะมาจากการจัดทัวร์ดำน้ำซึ่งมีกำไรที่ค่อนข้างสูง ประมาณร้อยละ 30 - 40 ส่งผลให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากสนใจเข้าสู่ธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันมีการแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างสูง อีกทั้งในแต่ละปีคาดว่าจะมีนักดำน้ำใหม่ที่เริ่มเรียนการดำน้ำขึ้นต้นเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าปีละ 1,000 คน ในขณะที่มีนักดำน้ำในประเทศไทยทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินเข้ามาดำน้ำรวมทั้งสิ้นประมาณ 200,000 - 250,000 คนต่อปี (ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์: 2543) จึงเป็นธุรกิจที่มีเงินหมุนเวียนและสามารถสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการและธุรกิจต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก จำนวนนักท่องเที่ยวดำน้ำในประเทศไทยแม้จะไม่มีกรรวบรวมตัวเลขไว้ชัดเจน แต่ประมาณว่า รายได้ของ

ธุรกิจดำน้ำมีประมาณปีละ 5,000-6,000 ล้านบาท หรือคิดเป็น 3-4% ของรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศปีละ 230,000 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์: 2543)

แม้ว่าธุรกิจเกี่ยวกับการดำน้ำสามารถสร้างรายได้และมีเงินหมุนเวียนหลายพันล้านบาทต่อปี และมีธุรกิจต่อเนื่องมากมายที่ได้รับประโยชน์ เช่น การบริการ ท่องเที่ยว โรงแรม ที่พัก และร้านอาหาร แต่จากการที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากภาวะเหตุการณ์ระบาดของโรคไข้หวัดนก รวมถึงการเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อปลายปี 2547 ที่ผ่านมา ซึ่งสร้างผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวทางทะเลในแถบอันดามัน ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศมีอัตราการเติบโตที่ลดลง โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวหลักซึ่งเดิมเป็น ชาวต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงหันมาส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงความต้องการของนักดำน้ำชาวไทยที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีผู้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลในด้านความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนักดำน้ำชาวไทยเป็นทางการอย่างจริงจัง เพื่อรวบรวมและนำข้อมูลที่ได้ เสนอแนะเป็นแนวทางเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวดำน้ำลึกของผู้ประกอบการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักดำน้ำชาวไทยซึ่งมีศักยภาพในการเจริญเติบโตของตลาดสูงขึ้นเรื่อยๆ เพื่อมีส่วนช่วยให้ธุรกิจดำน้ำของไทยขยายตัวไปได้อย่างยิ่งยืนและรายได้จะตกอยู่กับคนไทยในสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้นกว่าในปัจจุบันต่อไปในอนาคต

### ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักดำน้ำชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของนักดำน้ำชาวไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของนักดำน้ำชาวไทย กับ ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของนักดำน้ำชาวไทย และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย

### ความสำคัญของงานวิจัย

1. เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำ เข้าใจลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักดำน้ำชาวไทยมากยิ่งขึ้น รวมถึงความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live

Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย แล้วสามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการวางแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักดำน้ำชาวไทย

2. เพื่อช่วยให้ผู้วางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจดำน้ำ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ประกอบในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โปรแกรมการท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักดำน้ำ รวมถึงความต้องการของนักดำน้ำที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง และ นำไปพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจการท่องเที่ยวดำน้ำลึก ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลในการเผยแพร่ให้ความรู้ ความเข้าใจ และเป็นแนวทางแก่ผู้ที่ศึกษาค้นคว้าวิจัยต่อไป

## ขอบเขตของงานวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักดำน้ำชาวไทย ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักดำน้ำชาวไทยที่จบหลักสูตรการเรียนดำน้ำลึกขั้นต่ำระดับต้น (Open Water) และมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป สามารถตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้ด้วยตนเอง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนนักดำน้ำที่แท้จริง จึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. 2542: 104) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน การเก็บตัวอย่างนี้ได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามตามสะดวกผ่านทางเครือข่ายลูกค้า สมาชิกของร้านดำน้ำต่างๆ และ เว็บไซต์ของชมรมต่างๆ ของนักดำน้ำ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักดำน้ำชาวไทย

### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ด้านข้อมูลส่วนบุคคล แบ่งได้ดังนี้

#### 1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

#### 1.2 อายุ

1.2.1 15 – 24 ปี

1.2.2 25 – 34 ปี

1.2.3 35 – 44 ปี

1.2.4 45 – 54 ปี

1.2.5 ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

- 1.3 สถานภาพสมรส
  - 1.3.1 โสด
  - 1.3.2 สมรส ไม่มีบุตร
  - 1.3.3 สมรส มีบุตร
  - 1.3.4 แยกกันอยู่ / หม้าย / หย่าร้าง
- 1.4 รายได้เฉลี่ย (บาท / เดือน)
  - 1.4.1 ต่ำกว่า 10,001 บาท
  - 1.4.2 10,001 – 20,000 บาท
  - 1.4.3 20,001 – 30,000 บาท
  - 1.4.4 30,001 – 40,000 บาท
  - 1.4.5 ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป
- 1.5 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ
  - 1.5.1 Open Water
  - 1.5.2 Advanced Open Water
  - 1.5.3 Medic First Aid/ Rescue
  - 1.5.4 Dive Master
  - 1.5.5 Instructor
- 1.6 จำนวน Dive ที่ดำน้ำตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน
  - 1.6.1 1 – 50 Dives
  - 1.6.2 51 – 100 Dives
  - 1.6.3 101 – 200 Dives
  - 1.6.4 201 – 300 Dives
  - 1.6.5 ตั้งแต่ 301 Dives ขึ้นไป

2. ตัวแปรด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)  
แบ่งได้ดังนี้

- 2.1 จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ
  - 2.1.1 ไม่เคยไป
  - 2.1.2 1-2 ครั้ง
  - 2.1.3 3-4 ครั้ง
  - 2.1.4 4-6 ครั้ง
  - 2.1.5 ตั้งแต่ 7 ครั้ง ขึ้นไป

## 2.2 แหล่งดำน้ำที่เคยไปท่องเที่ยวในประเทศไทย

- 2.2.1 อันดามันเหนือ ได้แก่ หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์
- 2.2.2 อันดามันใต้ ได้แก่ หมู่เกาะพีพี เกาะราชา หินแดงหินม่วง หมู่เกาะตะรุเตา
- 2.2.3 อ่าวไทยตอนบน ได้แก่ ทะเลชุมพร เกาะเต่า และ เกาะพะงัน
- 2.2.4 อ่าวไทยตอนล่าง ได้แก่ โลซิน ลอปี
- 2.2.5 อ่าวไทยด้านตะวันออก ได้แก่ จุดดำน้ำต่างๆ แถบทะเลระยอง และตราด

## 2.3 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

- 2.3.1 ต้องการไปพักผ่อน
- 2.3.2 ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล
- 2.3.3 ต้องการเพื่อนใหม่
- 2.3.4 ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น
- 2.3.5 ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ เช่น กระเบนราหู ฉลามวาฬ
- 2.3.6 ต้องการถ่ายรูป บันทึกภาพความงามใต้ทะเล สิ่งมีชีวิตในทะเลที่น่าสนใจ
- 2.3.7 ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำด้วยกัน

## 2.4 ผู้ที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

- 2.4.1 เพื่อน
- 2.4.2 คู่สมรส/คนรัก
- 2.4.3 คนในครอบครัว
- 2.4.4 ครูสอนดำน้ำ

## 2.5 บุคคลที่ไปดำน้ำด้วย

- 2.5.1 ไปคนเดียว
- 2.5.2 เพื่อน
- 2.5.3 คู่สมรส / คู่รัก
- 2.5.4 คนในครอบครัว
- 2.5.5 ครูสอนดำน้ำ

## 2.6 กิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำน้ำ

- 2.6.1 นอนพักผ่อน
- 2.6.2 พุดคุยสนทนา

- 2.6.3 อ่านหนังสือ
- 2.6.4 ฟังเพลง
- 2.6.5 ดูวีซีดีภาพยนตร์
- 2.6.6 ร้องเพลง
- 2.6.7 ทานอาหารว่าง ขนม
- 2.6.8 จัดบันทึกดำน้ำ ศึกษารายละเอียดสิ่งมีชีวิตที่พบในการดำน้ำ
- 2.6.9 เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์
- 2.6.10 เล่นเกมส์ สันทนาการต่างๆ เช่น ไพ่
- 2.6.11 เล่นน้ำ ดำน้ำตื้น
- 2.6.12 ถ่ายรูป

### 2.7 ช่วงเวลาที่ไปท่องเที่ยวดำน้ำแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

- 2.6.1 วันหยุดสุดสัปดาห์
- 2.6.2 วันหยุดเทศกาลต่างๆ
- 2.6.3 วันลาพักร้อน
- 2.6.4 วันธรรมดา

3. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แบ่งเป็น

#### 3.1. คุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว

- 3.1.1 เส้นทางแหล่งดำน้ำที่ต้องการจะไป
- 3.1.2 จำนวนวันดำน้ำ
- 3.1.3 จำนวน Dive ที่ดำทั้งหมดต่อโปรแกรมท่องเที่ยว
- 3.1.4 จำนวน Dive ที่ดำต่อวัน
- 3.1.5 จำนวน Dive ที่ดำกลางคืน
- 3.1.6 จำนวนนักดำน้ำที่ต้องการต่อการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

#### 3.2. ความต้องการด้านที่พัก

#### 3.3. ความต้องการด้านอาหาร

#### 3.4. ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก

- 3.4.1 อุปกรณ์ เครื่องใช้อำนวยความสะดวกต่างๆที่มีในเรือ
- 3.4.2 บริการอำนวยความสะดวก

#### 3.5. ความต้องการที่มีต่อการให้บริการบุคลากร

- 3.5.1 ผู้นำดำน้ำ (Dive Leader)
- 3.5.2 พนักงานลูกเรือ



## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักดำน้ำชาวไทย หมายถึงนักดำน้ำที่เป็นคนไทย ผู้ที่สนใจทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทดำน้ำลึก (SCUBA) และสำเร็จการเรียนดำน้ำขั้นต่ำระดับเบื้องต้น (Open Water)
2. โปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) หมายถึงการจัดบริการท่องเที่ยวดำน้ำลึก (SCUBA) ที่มีระยะเวลามากกว่า 1 วันขึ้นไป โดยนักดำน้ำมีการพักค้างแรมบนเรือ
3. การดำน้ำลึก หมายถึง การดำน้ำแบบสกุบบ้า (SCUBA : **Self-Contained Underwater Breathing Apparatus**) ซึ่งต้องใช้อุปกรณ์ในการช่วยหายใจใต้น้ำ
4. ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) หมายถึง ความต้องการของนักดำน้ำที่จะเดินทางท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบที่มีการค้างคืนบนเรือที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีจุดประสงค์เพื่อพักผ่อน ดำน้ำชื่นชมแนวปะการังและสัตว์น้ำ โดยซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากบริษัทร้านค้าดำน้ำ/บุคคลของตัวแทน หรือ ซื้อเหมาโดยตรงจากบริษัทที่ให้บริการเรือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แบ่งเป็นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และบริการในด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการบุคลากร
5. ความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักดำน้ำไทยที่มีต่อโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในด้านเส้นทางแหล่งดำน้ำที่ต้องการจะไป จำนวนวันดำน้ำที่ต้องการต่อโปรแกรม จำนวน Dive ที่ต้องการต่อโปรแกรม จำนวน Dive ที่ดำต่อวัน จำนวน Dive กลางคืนที่ต้องการต่อโปรแกรม จำนวนนักดำน้ำที่ต้องการต่อการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง
6. ความต้องการด้านที่พัก หมายถึง ความต้องการของนักดำน้ำไทยที่มีต่อที่พัก ในด้านความสวยงามของห้องพักบนเรือ ความสะอาดของห้องพัก ห้องน้ำ บนเรือ มาตรการความปลอดภัย และ ความต้องการให้มีห้องสำหรับสันทนาการ พักผ่อน บนเรือ
7. ความต้องการด้านอาหาร หมายถึง ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่นักดำน้ำไทยต้องการให้มีบริการบนเรือตลอดการเดินทางท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ได้แก่ ความหลากหลายของอาหาร ความอร่อยของอาหาร ความต้องการบริการเครื่องดื่ม กาแฟ นม น้ำอัดลม น้ำผลไม้ บนเรือ การให้บริการขนมขบเคี้ยวบนเรือ การให้บริการของหวานผลไม้ หลังอาหารบนเรือ บริการอาหารว่างระหว่างพักดำน้ำ รวมถึงบริการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนเรือ
8. ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีบนเรือ ของนักดำน้ำไทย ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยแบ่งเป็น

8.1 ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกประจำห้องพัก หมายถึง อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆที่มีให้บริการแก่นักดำน้ำประจำห้องพัก ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ พัดลม

8.2 ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกประจำส่วนกลาง หมายถึง อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆที่มีให้บริการให้นักดำน้ำใช้ร่วมกัน ได้แก่ โทรทัศน์ เครื่องเล่นวีซีดี/ ดีวีดี วีซีดี ภาพยนตร์ คอมพิวเตอร์ คาราโอเกะ หนังสือ เครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องชงกาแฟ เครื่องปิ้งขนมปัง ไฟเกมส์ต่างๆ

8.3 ความต้องการบริการอำนวยความสะดวก หมายถึง บริการอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ผู้จัดนำเที่ยวบริการให้แก่นักดำน้ำในการท่องเที่ยว ได้แก่ บริการจองตั๋วโดยสารเครื่องบิน/รถทัวร์ บริการขนย้ายสัมภาระไป-กลับระหว่างกรุงเทพฯ-เรือ บริการรับ-ส่งระหว่างสนามบิน/ท่ารถโดยสารถึงเรือ บริการให้เช่าอุปกรณ์ต่างๆสำหรับดำน้ำ

9. ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร หมายถึง ความต้องการของนักดำน้ำไทยที่มีต่อการบริการของบุคลากร ได้แก่ ผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) และ พนักงานลูกเรือ แบ่งได้ดังต่อไปนี้ คือ

9.1 ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) ได้แก่ ความชำนาญเส้นทางของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) ความสามารถของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) ในการค้นหาสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ การดูแลเอาใจใส่ในความปลอดภัยของนักดำน้ำ ความเป็นมิตรของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader)

9.2 ความต้องการของนักดำน้ำไทยที่มีต่อการบริการของพนักงานลูกเรือ ได้แก่ การช่วยเหลือขนย้ายสัมภาระ การช่วยจัดเตรียมประกอบอุปกรณ์ในการดำน้ำ การบริการเสิร์ฟน้ำดื่มก่อนลงดำน้ำ บริการช่วยเหลือนักดำน้ำขณะขึ้น-ลงดำน้ำ บริการล้างทำความสะอาดอุปกรณ์หลังจากดำน้ำ และ ความเป็นมิตรของพนักงานลูกเรือ

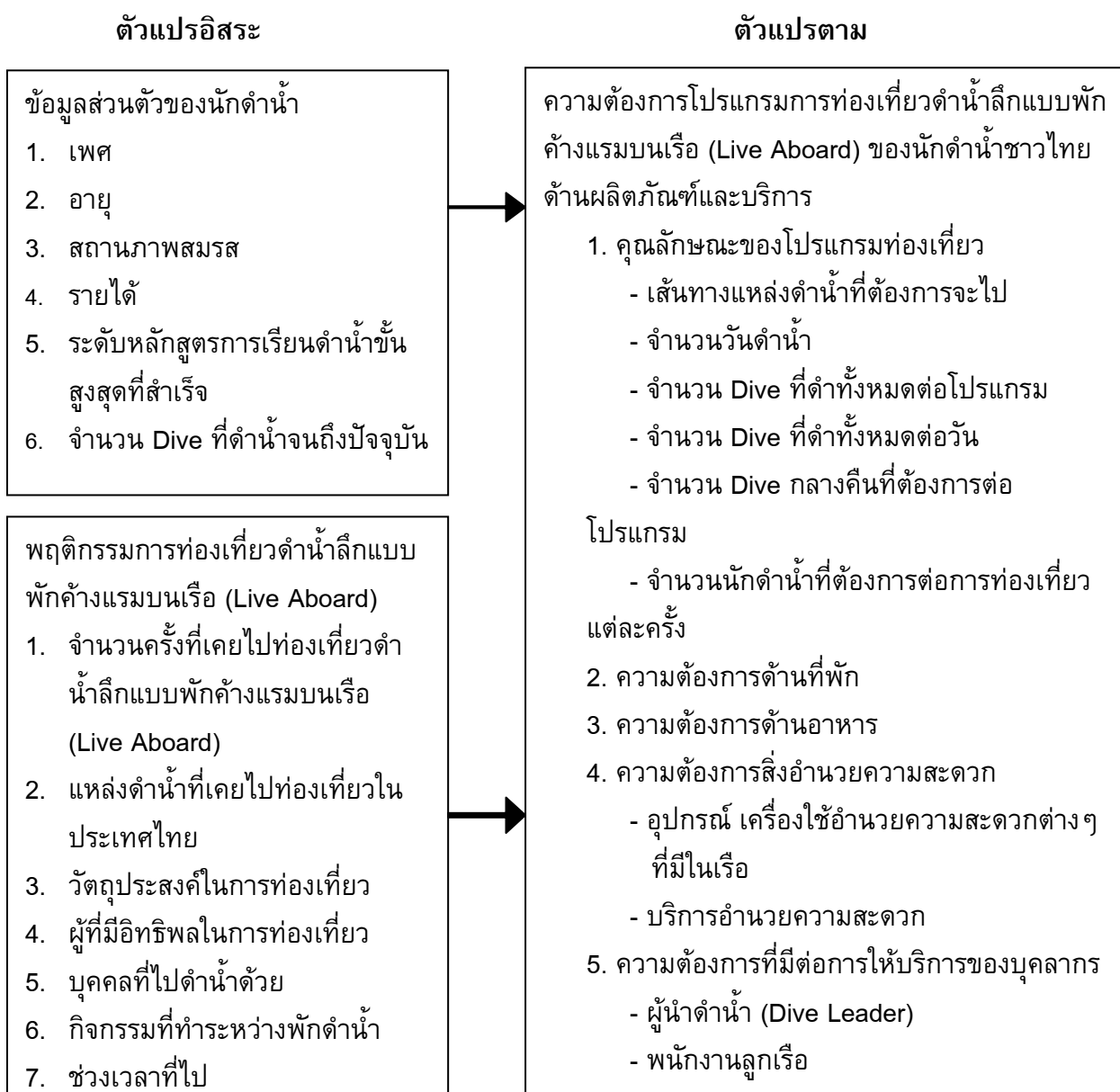
10. ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำลึกขั้นสูงสุดที่สำเร็จ หมายถึง ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำแบบสกูบาตามมาตรฐานสากล เช่น PADI (Professional Association of Diving Instructors) ที่นักดำน้ำผ่านการเรียนการสอนจนจบ และ มีใบประกาศนียบัตรรับรองจากองค์กรดำน้ำสากล หรือที่เรียกว่าบัตรดำน้ำ จึงจะสามารถลงดำน้ำลึกได้

11. จำนวน Dive หมายถึง จำนวนครั้งที่นักดำน้ำลงดำน้ำ โดยในการดำน้ำแต่ละครั้ง จะใช้เวลาดำประมาณ 15 นาที – 1 ชั่วโมง ขึ้นกับระดับความลึก และ สภาพแวดล้อม โดยส่วนใหญ่ใน 1 วัน นักดำน้ำ จะสามารถลงดำน้ำได้ ตั้งแต่ 1 – 4 Dives ขึ้นกับการจัดโปรแกรมการดำน้ำ

12. จำนวน Dive ที่ดำน้ำตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน หมายถึง จำนวนครั้งที่นักดำน้ำลงดำน้ำตั้งแต่สำเร็จหลักสูตรการเรียนดำน้ำลึกระดับเบื้องต้น (Open Water) จนถึงปัจจุบัน ซึ่งจะสื่อถึงประสบการณ์ในการดำน้ำ

## กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

การศึกษาครั้งนี้ในการวิจัยเรื่องความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย มีรายละเอียดดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานงานวิจัย

1. นักดำน้ำชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ และ จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน
2. นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกัน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย

ผู้วิจัยเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์และความต้องการในการท่องเที่ยว
3. การท่องเที่ยวและการจัดนำเที่ยว
4. ส่วนประสมการตลาดเพื่อธุรกิจนำเที่ยว
5. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
6. ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดธุรกิจดำน้ำในประเทศไทย
7. ความรู้เกี่ยวกับการดำน้ำลึก (SCUBA)
8. ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมดำน้ำแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)
9. ข้อมูลแหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทย
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

##### 1.1 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

ชิฟแมน และ คนุก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538: 3; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk .1994: 5.) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้สอย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตน

ปริญ ลักษิตานนท์ (2544: 54) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

เสรี วงษ์มณฑา (2547: 31) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา

โซโลมอน (Solomon. 1996: 7) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการต่างๆที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ

การใช้ หรือการบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการและปรารถนาต่างๆให้ได้รับความพอใจ

โฮเยอร์ และ แม็คอินนิส (Hoyer and Macinnis. 1997: 3) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการบริโภค ซึ่งเป็นผลสะท้อนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการได้รับมา (Acquisition) การบริโภค (Consumption) และการกำจัด (Disposition) อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ เวลา และ ความคิด โดยหน่วยตัดสินใจซื้อ (คน) ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

ศุภร เสรีรัตน์ (2545: 7 อ้างอิงจาก Walters. 1978: 6) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า และบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อน และหลังการกระทำดังกล่าว โดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภค ในที่นี้คือ “บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มา และใช้ไปซึ่งสินค้า และบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด นอกจากนี้ บุคคลต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริโภค ด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 ประการ คือ

1. กำหนดความต้องการของบุคคล หรือของกลุ่ม
2. แสวงหา และซื้อผลิตภัณฑ์
3. ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเพื่อผลประโยชน์ที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์

โดยทั้งสามประเด็นสามารถเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายคนที่แตกต่างกันได้ในเวลาเดียวกัน

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่า คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ในการได้มาและการใช้สินค้า บริการนั้นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของเขา โดยมีกระบวนการในการค้นหา จัดหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล และกำจัด ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ

## 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยมหรือคุณค่า และรูปแบบการดำรงชีวิต ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 204-205)

1.2.1. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกันไป การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ตัวอย่างเช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น

1.2.2. วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีความอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยม

ของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน โดยความสัมพันธ์กับสถานภาพทางการเงินและความสนใจแต่ละบุคคล นักการตลาดจะเลือกกลุ่มเป้าหมายจากวงจรชีวิตครอบครัว ซึ่งวงจรชีวิตครอบครัว มี 9 ชั้น (Kotler. 2003: 172 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 204-205)

ชั้นที่ 1 เป็นโสด (Bachelor Stage) : อยู่ในวัยหนุ่มสาว (Young, Single People Not Living at Home) กลุ่มนี้จะมีภาระทางการเงินน้อย มักจะซื้ออุปกรณ์อุปโภคบริโภคส่วนตัว สนใจด้านการพักผ่อนหย่อนใจ และสินค้าตามความนิยม เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เครื่องประดับ เป็นต้น

ชั้นที่ 2 คู่สมรสใหม่ (Newly Married Couples) : อยู่ในวัยหนุ่มสาวและยังไม่มีบุตร (Young and No Children) กลุ่มนี้จะมีอัตราการซื้อและช่วงระยะเวลาการซื้อสินค้าสูงที่สุด มักจะซื้อสินค้าถาวร เช่น รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และเฟอร์นิเจอร์ที่จำเป็น

ชั้นที่ 3 ครอบครัวที่มีบุตรชั้นที่ 1 (Full Nest I) : บุตรคนเล็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ (Youngest Child Under Six) กลุ่มนี้มักจะซื้อสินค้าถาวรที่ใช้ในบ้านมากที่สุด เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น และผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก รวมทั้งมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นพิเศษ แต่มีสภาพคล่องทางการเงินต่ำ

ชั้นที่ 4 ครอบครัวที่มีบุตรชั้นที่ 2 (Full Nest II) : บุตรคนเล็กอายุหกขวบหรือมากกว่าหกขวบ (Youngest Child Six or Over) กลุ่มนี้จะมีฐานะทางการเงินดีขึ้น ภรรยาอาจจะทำงานด้วยเพราะบุตรเข้าโรงเรียนแล้ว สินค้าบริโภค เช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องเขียนแบบเรียน และรายการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับบุตร

ชั้นที่ 5 ครอบครัวที่มีบุตรชั้นที่ 3 (Full Nest III) : บิดามารดาอายุมากและมีบุตรโตแล้ว แต่บุตรยังไม่แต่งงาน (Older Married Couples with Dependent Children) กลุ่มนี้จะมีฐานะทางการเงินดีขึ้น สามารถซื้อสินค้าถาวรและเฟอร์นิเจอร์มาแทนของเก่า ผลิตภัณฑ์ที่บริโภคอาจจะเป็นรถยนต์ การพักผ่อนและการท่องเที่ยวที่หรูหรา บ้านขนาดใหญ่กว่าเดิม

ชั้นที่ 6 ครอบครัวที่มีบุตรแยกครอบครัวชั้นที่ 1 (Empty Nest I) : บิดามารดาอายุมาก (Older Married Couples) มีบุตรแยกครอบครัวและหัวหน้าครอบครัวยังทำงานอยู่ (No children living with them, head of household in labor force) กลุ่มนี้จะมีฐานะทางการเงินดี มีเงินเก็บ อาจต้องย้ายไปอยู่อพาร์ทเมนท์ ชอบเดินทางเพื่อพักผ่อน บริจาคทรัพย์สินบำรุงศาสนา และช่วยเหลือสังคม แต่ไม่สนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่

ชั้นที่ 7 ครอบครัวที่มีบุตรแยกครอบครัวชั้นที่ 2 (Empty Nest II) : บิดามารดาอายุมาก (Older Married) บุตรแยกครอบครัวและหัวหน้าครอบครัวเกษียณแล้ว (No Children Living at Home, Head of Household Retired) กลุ่มนี้จะมีรายได้ลดลง อาศัยอยู่ในบ้าน จะซื้อยารักษาโรค และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ

ขั้นที่ 8 คนที่อยู่คนเดียวเนื่องจากฝ่ายหนึ่งเสียชีวิตหรือหย่าขาดจากกัน และยังทำงานอยู่ (Solitary Survivors, in Labor Force) กลุ่มนี้ยังคงมีรายได้อยู่ พอใจการท่องเที่ยว แต่ต้องการขายบ้าน

ขั้นที่ 9 คนที่อยู่คนเดียวเนื่องจากฝ่ายหนึ่งเสียชีวิตหรือหย่าขาดจากกัน และออกจากงานแล้ว (Solitary Survivors, Retired) กลุ่มนี้จะมีรายได้น้อยและค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ เป็นค่ารักษาพยาบาล ต้องการความเอาใจใส่ และการดูแลเป็นพิเศษ

1.2.3. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าที่จำเป็น ปรชากร กรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูง หรือตัวเครื่องบิน นักการตลาดจะต้องศึกษาว่า สินค้าและบริการของบริษัท เป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้ สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

1.2.4. โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนวย การซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาด จะต้องสนใจแนวโน้มรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมี รายได้ต่ำ กิจกรรมต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคาลดการผลิตและสินค้าคง คลัง และวิธีการต่างๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

1.2.5. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

1.2.6. ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยม หรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือ หมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยแสดงออกในรูปของ (1) กิจกรรม (Activities) (2) ความสนใจ (Interests) (3) ความคิดเห็น (Opinions) หรือ AIOs

จากแนวคิดปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเบื้องต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการ ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส และ รายได้ ที่มีผลต่อความ ต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย ในงานวิจัย

### 1.3 ปัจจัยภายนอก (สังคมและวัฒนธรรม) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ลักษณะผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสังคม มีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 199-204)



1.3.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) เป็นผลรวมที่เกิดจากการเรียนรู้ระหว่างความเชื่อถือ ค่านิยม และ ประเพณี ซึ่งจะควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภคของสมาชิกในสังคมใดสังคมหนึ่ง อื่น (Schiffman and Kanuk, 2000: G-4) ค่านิยมในวัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดลักษณะของสังคม และ ความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคมไทย ได้แก่ (1) สตรีมีบทบาทในสังคม (2) มนุษย์คำนึงถึงคุณภาพชีวิต (3) บุคคลมีความห่วงใยในสุขภาพตนเอง (4) มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัย (5) ทักษะคิดต่อเรื่องเพศเปลี่ยนแปลง (6) บุคคลต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น (7) บุคคลต้องการความเพลิดเพลิน และ พักผ่อนเนื่องจากการทำงานหนัก

ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคมไทย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวได้แก่

สุวรรณา กาญจนเมธากุล (2538: 62) กล่าวว่า ผู้หญิงมีสิทธิเสรีภาพมากขึ้น มีการออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้นกว่าเดิม มีรายได้เป็นของตนเอง ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว เกิดเงินออมมากขึ้น จึงเป็นผลทำให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้หญิงมีสิทธิเสรีภาพมาก จึงมีความกล้าและนิยมที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง หรือเฉพาะกลุ่มผู้หญิงด้วยกันมากขึ้น

1.3.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

1.3.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) หมายถึง รูปแบบหรือกลุ่มบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคลอื่น (Etzel, Walker and Stanton, 2001: G-10) หรือเป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงจะแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน หรือผู้ร่วมงาน ซึ่งได้มีการพบปะกันอย่างต่อเนื่องแบบไม่เป็นทางการ

กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม ศาสนา เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคมที่มักจะติดต่อกันเป็นแบบทางการแต่มีความต่อเนื่องน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้าน (1) พฤติกรรมและรูปแบบการดำรงชีวิต (2) ทัศนคติและแนวคิดของบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลต้องการเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นของกลุ่ม นอกจากนี้กลุ่มอ้างอิงยังมีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม เช่น บุคคลที่อยากเข้าร่วมในกลุ่ม (Aspiration Groups) หรือบุคคลที่ต้องการแยกตัวออกจากกลุ่ม (Dissociation Groups)

1.3.2.2 ครอบครัวยุคใหม่ ประกอบด้วย บิดามารดา และ พี่น้อง ครอบครัวยุคใหม่เป็นกลุ่มประชากรที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และ ค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

1.3.2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ โดยบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะของตนเองในสังคม

จากแนวคิดปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเบื้องต้น สรุปได้ว่า ปัจจัยภายนอกด้านวัฒนธรรมและสังคม เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักดำเนินค้าชาวไทยในส่วนของผู้ที่มิมีอิทธิพลในการตัดสินใจที่มีผลต่อความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในงานวิจัย

#### 1.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะและพฤติกรรมการซื้อและใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ในการค้นหา ลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7 Os มีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 82 อ้างอิงจาก Kotler. 1997: 172)

ตาราง 1 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1.ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด(4Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และ การส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสม สามารถ ตอบสนองความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมายได้

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ หรือ สิ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และ ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง แข่งขัน	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ บริการ คุณภาพ 3. ผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทาง การแข่งขัน ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ พนักงาน และ ภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้บริโภค ซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการ ของเขาด้านร่างกายและด้าน จิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทาง จิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์การ โฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวการประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย
4. ใครมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆมีอิทธิพล ในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การ โฆษณาและ(หรือ)กลยุทธ์การ ส่งเสริมการตลาด(Advertising and Promotion Strategies) โดย ใช้กลุ่มอิทธิพล

ตาราง 1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1 H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงใดของเดือน ช่วงใดของวัน โอกาสพิเศษ เป็นต้น	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญ ลักษิตานนท์; ศุภร เสรีรัตน์ และ องอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า194.

จากแนวคิดในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเบื้องต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของนักดำน้ำชาวไทยที่มีต่อการใช้บริการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยใช้ในการตั้งคำถามใน 5 ด้าน คือ ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และ รายได้ของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงด้านพฤติกรรมศาสตร์ในส่วนของประสบการณ์การดำน้ำ ได้แก่ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จ จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบัน และ จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ลักษณะโปรแกรมแหล่งดำน้ำที่ผู้บริโภคเคยท่องเที่ยว วัตถุประสงค์

หรือความต้องการในการท่องเที่ยว ผู้ที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยว รวมถึงบุคคลที่ไปด้วย และโอกาสในการใช้บริการ

ทั้งนี้เพื่อนำคำตอบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้มาวิเคราะห์ถึงความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำเนินลักษณะแพคเกจแบบบนเรือ (Live Aboard)

## 2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ และ ความต้องการในการท่องเที่ยว

### 2.1 ทฤษฎี และ แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและ แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) เป็นการศึกษาถึงประเภทความต้องการต่างๆของบุคคลที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมต่างๆออกมา โดยพัฒนาขึ้นในรูปของลำดับความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) สำหรับบุคคลแต่ละคน เพราะความต้องการดังกล่าวเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ลำดับความต้องการของมาสโลว์มี 5 ระดับด้วยกัน โดยเริ่มจากความต้องการระดับพื้นฐานขึ้นไป ดังนี้

ระดับที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการเบื้องต้นเพื่อความอยู่รอด ไม่ได้เกิดจากการเรียนรู้คือ อาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ ความงาม ความต้องการนี้มีสูงอยู่ในกลุ่มที่มีความขาดแคลน เช่น กรรมกรที่ทำงานได้รับค่าจ้างเพื่อนำมาซื้ออาหารบำบัดความหิวเป็นต้น

ระดับที่ 2 ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะหาทางทำให้ตนปลอดภัย จะแสวงหาความมั่นคงในชีวิต ความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการปลอดภัยจากอันตรายต่างๆเป็นต้น

ระดับที่ 3 ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) เป็นความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการรับในเรื่องของความรัก ความต้องการนี้หมายถึงความต้องการเป็นเจ้าของ การเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ต้องการการยอมรับ

ระดับที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการขั้นสูง ได้แก่ความต้องการอำนาจ ความสำเร็จ ชื่อเสียง ความต้องการนี้เป็นการต้องการยกย่องส่วนตัว (Self Esteems)

ระดับที่ 5 ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งได้สำเร็จ นักการตลาดสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้หากศึกษาและให้ความสำคัญกับลำดับขั้นความ

ต้องการของมนุษย์ เป็นความต้องการความสำเร็จ คือ มนุษย์ทุกคนมีความทะเยอทะยานอยู่ในตัวทุกคน และปรารถนาว่าตนเองจะได้เป็นอย่างที่ตนปรารถนา เป็นความพอใจ สมใจในตนเอง ซึ่งการที่มนุษย์ดำรงชีพอยู่ได้นั้น เพราะมีเป้าหมายข้างหน้า ซึ่งทำให้มนุษย์พยายามทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความพอใจในสิ่งที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้นั่นเอง



ภาพประกอบ 2 แสดงลำดับขั้นตอนของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) (Kotler. 2003: 196)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญญ์ ลักษิตานนท์; ศุภกร เสรีรัตน์ และ องอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 210.

นอกจากนี้มาสโลว์ ยังได้เพิ่มความต้องการอีก 2 ประการ ที่ไม่สามารถนำไปจัดเข้ากับลำดับขั้นความต้องการได้คือ

1) ความต้องการด้านความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity Needs หรือ Needs to Know) มนุษย์เราเมื่อเกิดมาแล้วย่อมมีความต้องการที่อยากรู้อยากเห็น ดังนั้นเมื่อเห็นอะไรที่ปกปิด เราก็ออยากจะทำเปิด

2) ความต้องการด้านสุนทรีย์ (Aesthetic Needs) คือการที่มนุษย์ชอบดูในสิ่งที่สวยงาม ถ้ามนุษย์ไม่มีความต้องการข้อนี้ ก็คงไม่มีการแต่งหน้าแต่งตัว สีน้าคงไม่ออกแบบให้มีรูปทรงสวยงาม

ทฤษฎีความต้องการของ Abraham Maslow (1943) มีข้อสมมติฐานดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542: 36-37)

- มนุษย์มีความต้องการหลายประการ และ มีความต้องการอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด
- ความต้องการมีความสำคัญแตกต่างกัน มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย มนุษย์จึงสามารถจัดลำดับความสำคัญของความต้องการได้ (Hierarchy of Needs)
- บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญมากที่สุด หรือสำคัญมากกว่าก่อน และ จะสนใจความต้องการที่มีความสำคัญรองลงมาในลำดับต่อไป

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 38-39) กล่าวถึง ความต้องการ (Need) ว่าเป็นหนึ่งในตัวกำหนดพื้นฐาน (Basic Determinants) ด้านปัจจัยภายใน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ความต้องการ (Need) ประกอบด้วย ความจำเป็น (Need) คือ ความต้องการที่จำเป็นต่อการครองชีพ ความต้องการ (Wants) คือ ความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงขึ้นกว่าความจำเป็น และความปรารถนา (Desire) คือ ความต้องการทางด้านจิตวิทยาที่สูงที่สุด เป็นความปรารถนาอันสูงส่งของมนุษย์ สำหรับความจำเป็น (Need) สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

ความต้องการขั้นปฐมภูมิ หรือ ความต้องการทางชีวภาพ (Primary Needs or Physiological Needs) เป็นสิ่งที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด เป็นลักษณะทางชีวภาพของมนุษย์ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เพราะเป็นสิ่งที่ยังบังคับให้เกิดกับตัวเรา เช่น ความหิว ความกระหาย ความง่วง การพักผ่อน

ความต้องการขั้นทุติยภูมิ หรือ ความต้องการทางสังคม (Secondary Needs or Social Needs) หมายถึง ความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ถึงการอยู่ร่วมในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความต้องการความภูมิใจ ความต้องการเพื่อน ความต้องการความปลอดภัย เป็นต้น จะเป็นตัวกำหนดทางเลือกของการบริโภค

ระวิงค์ เนตรโพธิ์แก้ว (2542: 24-28) กล่าวถึง ความต้องการของมนุษย์มีการพัฒนาไปตามลำดับ จากความต้องการพื้นฐานสู่ความต้องการในระดับสูงขึ้น เมื่อได้สัมผัสจุดมุ่งหมายของความ

ต้องการในระดับใด ก็จะมีความต้องการเปลี่ยนเป็นอีกระดับหนึ่งเรื่อยไป ความต้องการแบ่งออกได้เป็น 2 แนวทางคือ

ความต้องการทางกาย กล่าวได้ว่าเป็นความต้องการเบื้องต้น ได้แก่สิ่งต่อไปนี้

1. อาหารเพื่อบริโภค
2. เครื่องนุ่งห่ม
3. ที่อยู่อาศัย
4. ยารักษาโรค
5. ความต้องการทางเพศ

ความต้องการทางจิตใจ อาจกล่าวได้โดยสรุปดังนี้

1. ความมั่นคง (Security) ทางเศรษฐกิจและชีวิตส่วนตัว
2. ความเป็นใหญ่ (To be Great) และมีศักดิ์ศรี
3. การยกย่องสรรเสริญ (Recognize) จากคนทั่วไป
4. ความก้าวหน้า (Opportunity) แห่งชีวิต
5. ต้องการให้คนชอบ (Belonging)
6. มีประสบการณ์ใหม่ๆ (New Experience)
7. มีอิสระ เสรี (Freedom)

จะเห็นว่า ความต้องการของคนโดยทั่วไปมีองค์ประกอบที่ผลักดันให้มนุษย์ต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนยังขาดอยู่ และเพื่อสนองความต้องการของตนที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิต ความต้องการตามธรรมชาติที่มนุษย์จำเป็นต้องขวนขวายเพื่อให้ได้มา และความต้องการที่มนุษย์แสวงหาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมคุณภาพชีวิต ล้วนแต่ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญอยู่เสมอมา

## 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีการจูงใจของแมคไกร์

แมคไกร์ (Mcguire) ได้พัฒนาระบบการจำแนกประเภทของแรงจูงใจที่มีลักษณะชี้เฉพาะดังนี้ (Hawkins; Best; and Coney. 1998: 369 -372)

ความต้องการสอดคล้องกัน (Need for Consistency) เป็นความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการให้ทุกส่วนทุกด้านของตนเอง สอดคล้องกลมกลืนซึ่งกันและกัน ได้แก่ ทศนคติ พฤติกรรมที่แสดงออกต่างๆ ความคิดเห็น ภาวลักษณ์เกี่ยวกับตนเอง

ความต้องการทราบเหตุผลที่มาของสิ่งต่างๆ (Need for Attribute Causation) เป็นความต้องการเพื่อที่จะทราบว่าใคร หรือ อะไร เป็นสาเหตุที่ทำให้สิ่งต่างๆเกิดขึ้น และ สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเกิดผลในทางดีหรือไม่ดีกับตัวเอง หรือ สิ่งอื่นๆอย่างไร



ความต้องการที่จะสามารถจำแนกสิ่งต่างๆได้ (Need to Categorize) เป็นความต้องการของทุกคน เพื่อที่จะสามารถจำแนกจัดองค์ประกอบข้อมูล และ ประสพการณ์ให้มีความหมายเข้าใจได้ และสามารถนำมาใช้ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งได้ เช่น เราใช้ราคาเป็นเครื่องมือในการจำแนกความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ออกเป็นประเภทต่างๆ

ความต้องการที่จะสามารถบอกความหมายโดยนัยได้ (Need to Cues) แรงจูงใจนี้จะสะท้อนออกมาในรูปของความต้องการที่จะสามารถสังเกตเห็น สิ่งบอกเหตุหรือสัญลักษณ์ต่างๆ อันที่จะทำให้บอกความหมายโดยนัยว่าเรามีความคิดหรือความรู้สึกอย่างไร ความประทับใจ (Impressions) ความรู้สึกต่างๆ (Feelings) และทัศนคติ (Attitudes) สิ่งเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นมาจากจิตใจ โดยการมองพฤติกรรมของเราเอง และ ผู้อื่น แล้วสรุปเป็นความหมายโดยนัย (Drawing Inferences) เพื่อแสดงความคิดออกมาว่า เรามีความรู้สึกและมีความคิดอย่างไร

ความต้องการมีอิสรภาพ (Need for Independence) เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ทุกชาติทุกภาษา และ ทุกวัฒนธรรมมีคุณลักษณะความต้องการนี้ เพียงแต่จะแตกต่างกันที่ระดับของความมีอิสรภาพเท่านั้น

ความต้องการสิ่งแปลกใหม่ (Need for Novelty) เป็นความต้องการของทุกคนที่จะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจและซ้ำซาก

ความต้องการแสดงตนเองให้ประจักษ์ (Need for Self-Expression) แรงจูงใจนี้จะเกี่ยวข้องกับความต้องการเพื่อแสดงออกความเป็นตนเอง ให้ผู้อื่นได้รับรู้ ซึ่งจะออกมาในรูปการกระทำบางอย่างที่สะท้อนให้เห็นความต้องการนี้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองเป็นใครและต้องการจะเป็นอะไร

ความต้องการเพื่อป้องกันตนเอง (Need for Ego-Defense) ความต้องการเพื่อปกป้องคุ้มครองตนเอง เป็นแรงจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่ง เมื่อไรก็ตามที่บุคคลถูกคุกคามต่อภาพลักษณ์ของตนเองก็จะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลนั้นปกป้องภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-Image หรือ Self-Concept) ด้วยการแสดงพฤติกรรมและทัศนคติบางอย่างเพื่อป้องกัน

ความต้องการได้รับการเสริมแรง (Need for Reinforcement) เรามักได้รับแรงกระตุ้นให้กระทำบางสิ่งบางอย่างบ่อยๆด้วยเหตุผล เพราะได้รับความพึงพอใจอันเป็นรางวัลในการกระทำเช่นนั้น

ความต้องการความรักและความผูกพัน (Need for Affiliation) เป็นความต้องการของบุคคลที่ปรารถนาจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความรักความผูกพันให้เกิดขึ้นกับผู้อื่นที่เป็นสมาชิก กลุ่มสมาชิกมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่

ความต้องการยึดถือบุคคลอื่นที่ชื่นชอบเป็นต้นแบบ (Need for Modeling) ความต้องการลักษณะนี้จะสะท้อนให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมต่างๆไปตามรูปแบบของบุคคล

ที่ตนเองชื่นชอบ จึงเป็นแรงจูงใจให้ปฏิบัติตาม การยึดถือผู้อื่นเป็นต้นแบบวิธีปรับตนเอง เพื่อให้สามารถเข้ากันได้กับผู้อื่น ซึ่งจะเกิดภายในกลุ่มอ้างอิง (Reference Groups)

### 2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

แดน (Dann. อ้างใน Pizam and Mansfeld. 1999: 8) กล่าวว่าไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวของคนนั้นจะมีปัจจัย 2 ชนิดที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว คือ

ปัจจัยที่ 1 แรงผลัก (Push Factors) หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการ ดังนี้

ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดเหนือความต้องการด้านอื่นๆ เช่น หากต้องทำงานหนัก ร่างกายย่อมต้องการพักผ่อน การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งในการพักผ่อนร่างกาย หรือหากเราต้องการหลีกเลี่ยงหนีความจำเจ (Escape) การเดินทางท่องเที่ยวเป็นทางเลือกหนึ่งในการคลายความเครียดได้

ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) การเดินทางท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นต่างๆ ย่อมทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวรู้สึกตัวเองว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับจากสังคม และมีโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆหรือเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่าที่ห่างหายกันไปนาน

ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยเดิม (Culture Needs) เนื่องจากคนเรามีสัญชาตญาณความอยากรู้อยากเห็นอยู่ในตัวเอง ความอยากรู้อยากเห็นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว เช่น มีความอยากรู้อยากเห็นวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะของประเทศอื่นที่แตกต่างจากที่ตนอาศัยอยู่ ทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน (Hudman. 1980: 36)

ความต้องการความภาคภูมิใจที่ตนได้ไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ (Esteem / Prestige Needs) เนื่องจากคนที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังที่ต่างๆ ทำให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปเห็นสถานที่ที่แปลกตาจากผู้อื่น ยิ่งเป็นสถานที่ที่เขาค้นพบเอง ย่อมนำความภาคภูมิใจมาสู่ตนเอง ญาติมิตรอาจมาขอคำแนะนำ

ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ (Novelty Needs) เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งแปลกใหม่ให้กับชีวิต โดยเฉพาะคนหนุ่มสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากพบเห็นสิ่งแปลกใหม่จึงเป็นมูลเหตุให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆเพื่อจะได้พบสิ่งที่ตนไม่เคยเห็นมาก่อน

ปัจจัยที่ 2 แรงดึง (Pull Factors) หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่ที่ต้องการเดินทางไป เช่น ต้องการผ่อนคลายความเครียดจากที่ทำงาน อาจเลือกไปสถานที่เงียบ ไม่ต้องการพบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การสร้างความภูมิใจให้กับตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ซึ่งมีชื่อเสียง และ เป็นที่นิยม

อาร์.ดับบลิว.แมคอินทอช (R.W.Mcintoch, 1972: 52) ได้กล่าวว่า การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมักจะมีแรงผลักดัน (Motivator) อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่ง ได้แบ่งแรงผลักดันดังกล่าวไว้ 4 ประการ ดังนี้คือ

แรงผลักดันทางกายภาพ (Physical Motivator) เป็นแรงผลักดันเพื่อต้องการความผ่อนคลายด้านกายภาพ เป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง เช่นกิจกรรมทางกีฬา การบำบัดทางการแพทย์ด้วยวิธีพิเศษ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของแต่ละบุคคล ในกรณีนี้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพการพักผ่อน รวมไปถึงการเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านกีฬา เช่นการเล่นสกีตกปลา ล่าสัตว์ เป็นต้น เพื่อให้พ้นจากภาวะการดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียดและฉุนเฉียว

แรงผลักดันทางวัฒนธรรม (Cultural Motivator) เป็นแรงผลักดันซึ่งก่อให้เกิดความปรารถนาในการเดินทางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศอื่นๆ และความเป็นอยู่ของชีวิตคนในประเทศนั้น เป็นความอยากรู้อยากเห็น ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งแสดงออกในรูปของศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม และนิทานพื้นบ้าน เป็นต้น จึงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งสำคัญของประเทศอื่นๆ เช่น โบราณสถาน วัฒนธรรม ประเพณี และการละเล่นต่างๆ เป็นต้น

แรงผลักดันระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นแรงผลักดันในลักษณะของความต้องการที่จะเยี่ยมญาติ เพื่อนฝูง หรือพบปะผู้คนที่มีความคิดใหม่ๆ หรือ แสวงหาเพื่อน ต้องการหลบออกจากงานที่ปฏิบัติเป็นประจำ หลีกหนีจากสภาพจำเจในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

แรงผลักดันทางเกียรติยศและสถานภาพ (Status and Prestige Motivators) เป็นแรงผลักดันในลักษณะที่แสดงถึงสถานภาพและเกียรติยศของบุคคล ซึ่งอยู่ในลักษณะของการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจในที่แห่งหน้าที่การงานของตน หรือเพื่อการศึกษาดูงานตลอดจนเพื่อความสำเร็จขั้นสูงในอาชีพของตัวอีกด้วย

จากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์และความต้องการในการท่องเที่ยวเบื้องต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป และ นำแนวคิด มาใช้ในงานวิจัยนี้ได้ว่า ความต้องการมีได้หลากหลาย และมีความสำคัญแตกต่างกัน ซึ่งมนุษย์สามารถจัดลำดับความสำคัญของความต้องการได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงความต้องการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live aboard) โดยนำมาใช้ในส่วนของการแบบสอบถาม เพื่อศึกษาระดับความต้องการในแต่ละด้าน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ

(Live Aboard) และใช้ในการสร้างตัวเลือกของคำถามด้านความต้องการ เพื่อค้นหาถึงวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภครู้โปรแกรมการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

### 3. การท่องเที่ยวและการจัดนำเที่ยว

#### 3.1 ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (องค์การสหประชาชาติ. 2506) เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมงานประจำ ในการท่องเที่ยวจะมีกิจกรรมเกี่ยวข้อง 3 ประการ ได้แก่ ต้องมีการเดินทาง มีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์ไปเยี่ยมชม และ มีจุดมุ่งหมายในการเดินทาง

โรเบิร์ต คริสตี้ และอลาสเทียร์ เอ็ม. มอร์ริสัน (Robert Christie Mill; and Alastair M. Morrison. 1998: 6-7 อ้างใน วิจิตรา ชัยศรี, 2537: 12) ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของการนันทนาการ (Recreation) ของมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง (Leisure Time) โดยผูกพันอยู่กับการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งเป็นบ้านของตัวเองไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ถือว่าวัตถุประสงค์เพื่อประสบการณ์และความรู้เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่างๆเป็นการตอบสนองตนเอง

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) (อ้างใน สรณะ ฉายประเสริฐ. 2529: 30) ได้สรุปว่าการเดินทางในลักษณะที่จัดว่าเป็นการท่องเที่ยวจะต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือ หารายได้

สมพุก ฐระเจน (2540: 5-6) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ เกี่ยวข้องกับการเดินทางของคนที่มีได้อยู่ในถิ่น มีลักษณะการพักอยู่ชั่วคราว ในพื้นที่ที่ไปเยือน การพักอยู่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ผูกพันกับการหาเลี้ยงชีพ

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวได้ว่า เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจไปยังสถานที่ที่ไม่ใช่ที่พักอาศัยเป็นการชั่วคราว และมีจุดมุ่งหมายที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือ หารายได้

#### 3.2 จุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว

จุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ และ อยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2541: 2 อ้างอิงจาก Lundberg, Donald E. 1991: 27-52)

##### 3.2.1 เพื่อพักผ่อนในวันหยุด

- 3.2.2 เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา
- 3.2.3 เพื่อการศึกษา
- 3.2.4 เพื่อการกีฬาและบันเทิง
- 3.2.5 เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
- 3.2.6 เพื่องานอดิเรก
- 3.2.7 เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร
- 3.2.8 เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ
- 3.2.9 เพื่อเข้าร่วมประชุม หรือสัมมนา

จากจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวดังกล่าว สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางแต่ละครั้งได้หลากหลาย ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการตั้งคำถามในแบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

### 3.3 ประเภทการท่องเที่ยว

สมิธ (Smith. 1977: 2-3) ได้อธิบายถึงการท่องเที่ยวว่าหมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือ แหล่งท่องเที่ยวได้ 6 ประเภทคือ

การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์

การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และบางกรณีก็เข้าร่วมใช้ชีวิตชีวิตเก่าๆ ท้องถิ่นเก่าๆ ซึ่งอาจรวมงานเทศกาลเคื่องแต่งกายตามประเพณี การเร่ร่อนบ้าน การแสดงศิลปะ หัตถกรรมรุ่นโบราณ

การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน โบราณสถาน ที่เน้นความรุ่งเรืองของอดีต

การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อมมาก

การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมทำกิจกรรมและการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุม หรือ การสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Inventive Tourism) จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน หรือ สวัสดิการของหน่วยงาน บริษัทห้างร้านต่างๆ โดยหน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน จะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด

จากการจัดประเภทการท่องเที่ยวเบื้องต้น สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยกำลังทำการศึกษา ถูกจัดอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) และ การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational Tourism)

### 3.4 ความหมายของนักท่องเที่ยว

เบอร์การ์ต และ เมดิลค์ (Burkart; and Medlik. 1985: 319-321) ให้ความหมายนักท่องเที่ยว (Tourists) คือ ชนผู้เดินทางสู่จุดหมายนอกภูมิลำเนา โดยตั้งใจจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน นักท่องเที่ยวจำแนกได้เป็นหลายประเภท และหลายระดับ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทางหรือเป็นการเยือนและเกณฑ์อื่นๆ

นิคม จารุมนี (2535: 85) กล่าวว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้มาเยือนใดที่พำนักในประเทศที่มาจากเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยมีจุดประสงค์ต่างๆดังต่อไปนี้ เพื่อธุรกิจ การประชุม สัมมนา ครอบครัว มิตรสหาย สุขภาพอนามัย วันหยุดพักผ่อนระหว่างการปฏิบัติหน้าที่การงานเพื่อการศึกษา เยี่ยมญาติ ศาสนกิจ การศึกษา และเพื่อความบันเทิง

กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.: 71) ให้ความหมายว่า นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่บุคคลท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางจะต้องพักแรมไม่น้อยกว่า 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การนันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การรักษาสุขภาพ การศึกษาเรียนรู้ การศาสนา การกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่ และการประชุมเป็นต้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมาย นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนต่างถิ่นกว่า 24 ชั่วโมง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมใดก็ตาม ที่มีใช่เป็นการประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

### 3.5 ประเภทนักท่องเที่ยว

ประเภทนักท่องเที่ยว (Types of Tourist) หมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมและแบบแผนการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) ดังนั้นจึงต้องพิจารณานักท่องเที่ยวทั้งจากแง่มุมของประชากรศาสตร์ (Demographics) ได้แก่ รายได้ อาชีพ เพศ ถิ่นที่อยู่ และ แง่มุมทางด้านจิตวิทยา (Psychographics)

3.5.1 การแบ่งนักท่องเที่ยวตามลักษณะการพำนัก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2543: 3)

3.5.1.1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย

3.5.1.2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาพำนักในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

3.5.1.3) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้าอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

3.5.1.4) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และ เดินทางไปยังสถานที่หนึ่ง ซึ่งมีใช้เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา

3.5.1.5) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พักอาศัยปัจจุบัน แต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

3.5.1.6) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พักอาศัยปัจจุบัน

จากการแบ่งประเภทนักท่องเที่ยวตามลักษณะการพำนักดังกล่าว สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวดำเนินกิจกรรมพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ชาวไทยที่ผู้วิจัยทำการศึกษา จัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน

3.5.2 การแบ่งนักท่องเที่ยวตามแง่มุมทางด้านจิตวิทยา พล็อก (Stanlet C. Plog. 1974: 55-58) ได้จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

3.5.2.1) นักท่องเที่ยวที่เน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจแต่ปัญหาในชีวิตของตนเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่พิศ อาหาร และ บุคคลใหม่ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยาก และ เหตุการณ์ที่ผิดปกติ

3.5.2.2) นักท่องเที่ยวที่เน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและเดินสายกลาง

3.5.2.3) นักท่องเที่ยวประเภทเดินสายกลาง (Mid-Centrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่สุดโต่งไปข้างใดข้างหนึ่ง ไม่ได้ชอบผจญภัย แต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ๆ ตราบเท่าที่ไม่เสี่ยงอันตรายเกินไป หรือไม่ผิดปกติเกินไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้

3.5.2.4 นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่อยู่ระหว่างกลุ่มเดินสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย

3.5.2.5 นักท่องเที่ยวประเภทที่มีความสนใจหลากหลาย (Allocentrics) เป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจในกิจกรรมหลากหลาย เป็นพวกเปิดเผยและมั่นใจในตนเอง ชอบผจญภัยอย่างมาก และเต็มใจออกไปเผชิญโลก เป็นกลุ่มที่ชอบทดลองของใหม่ๆ ทั้งที่พัก อาหาร การบันเทิง และ ผู้คนที่แตกต่างไปจากของตน

### 3.6 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (ทวิศักดิ์ ทิพยมหิงษ์. 2544: 18 -19)

3.6.1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

3.6.2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการคือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นั่งทานอาหาร และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3.6.3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทางระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่างๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวก ถือว่ายังเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควรแก้ไข

3.6.4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

### 3.7 ธุรกิจนำเที่ยวและการจัดการนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยว (ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. วารสารวิทยาการจัดการ.2545: 49. อ้างอิงจากพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว และ มัคคุเทศน์ 2535) หมายถึง การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสถานที่พัก การเดินทาง อาหาร ทักษนาจร หรือ มัคคุเทศน์ให้แก่นักท่องเที่ยว



การจัดการการจ้ดนำเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ

3.7.1 การดำเนินการบริการนำเที่ยวนั้น ประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมตกลงรายการนำเที่ยว + ผู้เสนอขายรายการ + มัคคุเทศก์นำเที่ยว การวางแผน การดำเนินการขายรายการนำเที่ยว การจัดการนี้ควรอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการสหกรณ์ บริษัทชุมชน

3.7.2 การจัดรายการนำเที่ยว ควรแจ้งรายการนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทราบชัดเจน เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้เดินทางเตรียมตัวเดินทางให้ถูกต้อง ควรมุ่งเน้นการให้ความรู้ การสร้างประสบการณ์ใหม่ๆจากการเดินทาง และให้ข้อคิดกับนักท่องเที่ยวในการเดินทางซึ่งมีหลักปฏิบัติดังนี้

- แจ้งกำหนดการเดินทางนับตั้งแต่การเดินทางถึงสิ้นสุดรายการ
- แจ้งค่าบริการ/ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าบริการ/การให้บริการเดินทาง
- แจ้งอุปกรณ์ของใช้ที่ให้บริการ/ส่วนไหนนักท่องเที่ยวจะต้องจัดเตรียมไปเอง
- แนะนำข้อควรพิจารณาต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยว ในพื้นที่นั้น

3.7.3 การจัดบริการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มีการประสานประโยชน์ร่วมกันกับประชาชนในท้องถิ่น อาทิ การบริการเดินทาง + การขนส่ง / การบริการลูกหาบ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น / การบริการอาหารท้องถิ่น การบริการนั้นจะต้องมีการพัฒนาให้มีมาตรฐานสากล มีความปลอดภัยและมีมิตรไมตรี

3.7.4 มัคคุเทศก์ต้องเป็นมัคคุเทศก์ที่มีคุณสมบัติดังนี้

- มีความรอบรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ประจุกจุกที่ดี
- มีความสามารถในการสื่อความหมายธรรมชาติ มีการสื่อสารที่ดี ซึ่งหมายถึง มีความแตกฉานในการพูด และภาษาที่ใช้
- มีบุคลิกภาพและความประพฤติสร้างความศรัทธาและความประทับใจ เป็นมิตรไมตรีกับบุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยว
- เป็นผู้ใฝ่เรียนรู้ รู้จักสังเกต อ่านจดจำ มีความคิดสร้างสรรค์ รักและรู้คุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านของแหล่งท่องเที่ยว
- มีศีลธรรม มีความกล้าตัดสินใจ และกำหนดจุดยืนของตนเอง เคารพหลักการและเหตุผลหมั่นพิจารณาตัวเองและมีทัศนคติที่ชัดเจนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจ้ดนำเที่ยวเบื้องต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษานักดำน้ำในองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ในที่นี้คือในแหล่งดำน้ำที่นักดำน้ำกลุ่มตัวอย่างต้องการจะไป สิ่งอำนวยความสะดวกที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ และการให้บริการของพนักงาน รวมถึงในส่วนของผู้นำทางในการดำน้ำ (Dive Leader)

## 4. ส่วนประสมการตลาดเพื่อธุรกิจนำเที่ยว

การจัดการบริษัทนำเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องจัดส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสม ซึ่งส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจนำเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การจัดโปรแกรม รายการนำเที่ยว กระบวนการให้บริการ รวมทั้งการมีหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งสามารถอธิบายส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ ได้ดังนี้ (ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. 2545: 55-57 อ้างอิงจาก Fay B. 1992: 131)

**4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สินค้าและบริการต่างๆ ที่จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์สำหรับบริษัทนำเที่ยวได้แก่ การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทัศนอาจร มัคคุเทศน์ รวมทั้งความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทนำเที่ยวไม่สามารถควบคุมการบริการทั้งหมดได้ เพราะมีธุรกิจอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดสินค้าและบริการให้กับนักท่องเที่ยวด้วย แต่ในส่วนที่บริษัทนำเที่ยวต้องตอบคำถามให้ได้คือ

- 4.1.1 การจัดสินค้า และ บริการต่างเพื่อเตรียมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ต้องกำหนดว่าบริษัทจะจัดบริการใดให้แก่นักท่องเที่ยว
- 4.1.2 ต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
- 4.1.3 นักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์อะไรจากการใช้บริการที่เราจัดขึ้น
- 4.1.4 มีคู่แข่งมากน้อยเพียงใด และ เราสามารถเข้าสู่กลุ่มตลาดเป้าหมายได้อย่างไร ได้ส่วนแบ่งตลาดมากน้อยเพียงใด

**4.2 ราคา (Price)** ราคาคือสิ่งที่ใช้แสดงภาพลักษณ์ของบริษัท การบริการ และ สร้างความคาดหวังในสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อเลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวนั้น และสามารถทำให้การดำเนินงานของบริษัทมีกำไรหรือขาดทุนได้ จึงต้องกำหนดให้เหมาะสมกับนโยบายของธุรกิจเดียวกัน รวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย สิ่งที่จะต้องตอบคำถามให้ได้ คือ

- 4.2.1 ราคาที่จะนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมที่สุด คือราคาใด

- 4.2.2 ราคาที่สามารถแข่งขันได้ในตลาด คือราคาใด
- 4.2.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายนั้นเหมาะกับราคาที่ตั้งไว้หรือไม่

**4.3 สถานที่จัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** พิจารณาถึง

- 4.3.1 สินค้าหรือบริการที่จัดขึ้นของบริษัทจะจัดจำหน่ายโดยวิธีใดบ้าง เพื่อให้สามารถกระจายและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้
- 4.3.2 หากบริษัทจะทำการขายเอง จะต้องจัดเตรียมงานอะไรบ้าง

4.3.3 จะตกแต่งสถานที่ในการขาย และอุปกรณ์ต่างๆอย่างไร เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาทราบถึงภาพลักษณ์การให้บริการของบริษัทได้ทันที

4.3.4 ทำอย่างไรให้สินค้าและบริการของเราสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกที่สุดสำหรับลูกค้า

4.3.5 จำเป็นต้องทำการขายผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel Agent) หรือไม่ หากจำเป็นจะต้องขายผ่านตัวแทนการท่องเที่ยวใดบ้าง โดยพิจารณาจากความสามารถในการกระจายสินค้า และ บริการทางการท่องเที่ยวของตัวแทนการท่องเที่ยว

**4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** จะต้องทำการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขายหรือโฆษณาอย่างไร เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถทราบและต้องการซื้อสินค้า และ บริการที่จัดขึ้นโดยจะต้องพิจารณาว่า

4.4.1 โปรแกรมการท่องเที่ยวใดบ้างที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก และจำเป็นต้องทำให้มีผู้ทราบ และ สนใจท่องเที่ยวมากขึ้น

4.4.2 ช่วงเวลาใดบ้าง ที่จะต้องทำการส่งเสริมการตลาด และ ต้องทำในรูปแบบใด เพื่อจะไม่กระทบต่อภาพลักษณ์ของบริษัท

**4.5 บุคลากร (People)** เป็นปัจจัยทางการตลาดที่มีแนวโน้มว่าจะควบคุมได้ยากที่สุด เพราะ บุคลากรในที่นี้นอกเหนือจากบุคลากรของบริษัทท่องเที่ยวแล้ว ยังรวมถึงบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งการบริการนักท่องเที่ยวจะมีมาตรฐานเพียงใด ขึ้นอยู่กับมาตรฐานการบริการของบุคลากรของบริษัทเป็นส่วนใหญ่ โดยจะต้องมีการฝึกอบรมพนักงานของบริษัทให้เข้าใจกระบวนการปฏิบัติงาน วิธีการให้บริการที่ดี และจัดให้เป็นรูปแบบเดียวกันเพื่อให้มีความสม่ำเสมอในการบริการ ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะเป็นใครก็ต้องได้รับบริการที่ดีเหมือนกันหมด

**4.6 การจัดรายการท่องเที่ยว (Programming)** รูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวจะต้องกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ และ ตัดสินใจท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว ในรายการนำเที่ยวจะต้องรวมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่เป็นสถานที่ที่ควรไปเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่หรือประเทศนั้น อาจมีการจัดการท่องเที่ยวแบบสำเร็จรูป (Package) โดยจะต้องรวมสิ่งต่างๆที่จำเป็นในการท่องเที่ยวครั้งนั้นๆให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ค่าเดินทาง ไม่ว่าจะป็นวิธีใด เครื่องบิน รถประจำทาง รถไฟ ค่าอาหาร และ เครื่องดื่มระหว่างเดินทาง ค่าที่พัก ค่าเข้าชม สถานที่ท่องเที่ยว ค่าประกันภัย ค่าอำนวยความสะดวก ค่าทำกิจกรรมต่างๆขณะท่องเที่ยว ฯลฯ โดยกำหนดเป็นแบบเหมาจ่ายในหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเลือก เช่น การท่องเที่ยววันเดียว การท่องเที่ยว 2-3 วัน เป็นต้น

**4.7 กระบวนการในการให้บริการ (Process)** ต้องมีกระบวนการในการให้บริการที่คล่องตัว สะดวกรวดเร็ว และ มีประสิทธิภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสะดวกสบายที่ได้รับ

และใช้เวลาในการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ไม่ต้องคอยกังวลเกี่ยวกับเรื่องต่างๆที่บริษัทนำเที่ยวจัดการให้แล้ว

**4.8 การมีหุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership)** จะสร้างและรักษาความสัมพันธ์ของหุ้นส่วน หรือ พันธมิตรทางธุรกิจอย่างไร เนื่องจากธุรกิจต่างๆในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน คือ ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบวงจรนั้น จะต้องมีการติดต่อประสานงานกันหลายฝ่าย เช่น บริษัทที่ทำธุรกิจด้านการคมนาคมขนส่ง ทั้งทางบก ทางทะเล และ ทางอากาศ ธุรกิจที่พักในรูปแบบต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท บ้านเช่า บ้านพักแบบชุมชน (ชาวบ้าน) จัดการที่พักให้แก่นักท่องเที่ยวเอง (Home Stay) ธุรกิจสถานบันเทิงต่างๆ ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม หน่วยงานของรัฐ เช่น อุทยานแห่งชาติ หน่วยงานภาคเอกชนต่างๆ เช่น บริการแบกสัมภาระของนักท่องเที่ยวในการเดินทางในป่า บริการนำทางในป่าลึกโดยชาวบ้านที่อยู่ในพื้นที่นั้น ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งจะมีรายละเอียดในการไปติดต่อประสานงานกับแต่ละหน่วยงานที่แตกต่างกันไป และ ในการนำเที่ยวแต่ละครั้งจะต้องอาศัยหน่วยงานต่างๆเหล่านี้ช่วยอำนวยความสะดวก และ สร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

จากส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจนำเที่ยวเบื้องต้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร เฉพาะในส่วน of ความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โปรแกรมการท่องเที่ยว และ ความต้องการที่มีต่อบุคลากร

## 5.แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

### 5.1 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อเรียกร้องความสนใจ ความเป็นเจ้าของเพื่อการอุปโภคหรือบริโภคที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สินค้าและบริการที่สามารถทำการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึงรวมสิ่งต่างๆต่อไปนี้ (ราณี อธิชัยกุล, 2545: 161-162 อ้างอิงจาก Philip Kotler, 1984: 463.)

5.1.1. สินค้าที่มีรูปร่างจับต้องได้ เช่น ห้องพักในโรงแรม ที่นั่งในเครื่องบิน อาหาร และเครื่องดื่มในร้านอาหาร เป็นต้น

5.1.2. บริการ เช่น บริการทำความสะอาดห้องพัก บริการต้อนรับบนเครื่องบิน บริการประกอบอาหาร บริการนำเที่ยว บริการจัดประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น

5.1.3. สถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยวชม อาจเป็นประเทศ เมือง บริเวณใดบริเวณหนึ่งที่มีความงดงาม

5.1.4. บุคลากร เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด พนักงานขับรถ ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม นักบิน เป็นต้น

5.1.5. องค์กร เช่น สมาคมโรงแรมไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

5.1.6. แนวความคิด เช่น เที่ยวทั่วไทย ซื้อสินค้าหัตถกรรมไทย เที่ยวเมืองไทยไม่ไปไม่รู้ เป็นต้น

หากพิจารณาตามมุมมองของนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มและหมู่ของส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และ จับต้องไม่ได้รวมกันที่เกิดขึ้นในลักษณะกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม การเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวรวมตามมุมมองของนักท่องเที่ยว (ราณี อธิชัยกุล. 2545: 174–175, ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2546: 69-71 อ้างอิงจาก Middleton. 1994: 86) ประกอบด้วยส่วนประกอบ 5 ส่วน คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม (Destination Attractions and Environment) ความน่าประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

2) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ (Destination Facilities and Services) เป็นส่วนประกอบสำคัญเพราะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อน และ เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวได้เต็มที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการประกอบด้วย ที่พักแรม อาหาร การบริการเดินทาง ร้านค้าปลีก กิจกรรมท่องเที่ยว และ บริการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the Destination) ความสะดวก และความรวดเร็วที่นักท่องเที่ยวไปถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้นจึงต้องมีการจัดสร้างปัจจัยพื้นฐานในการเดินทาง ที่มีความรวดเร็วและปลอดภัย อำนวยความสะดวกสบายในสิ่งดังกล่าว

4) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Images of the Destination) ทศนคติและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ภาพลักษณ์เป็นสิ่งจูงใจ นักท่องเที่ยวจะเชื่อมโยงภาพลักษณ์กับประสบการณ์ที่คาดหวังว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว

5) ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Price of the Customer) ในทางการตลาด ราคาเป็นส่วนหนึ่งในส่วนประสมการตลาด แต่นักท่องเที่ยวมองว่าราคาเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากราคาแสดงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ราคาคือค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง พักค้าง และ ร่วมกิจกรรมที่มีไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม ช่วงเวลา และ ระยะทางที่เดินทาง

## 5.2. ลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Characteristics of Tourism Product)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีลักษณะดังต่อไปนี้ (อ้างอิงจาก Philip Kotler; Gary Armstrong. 1996: 661-663.)

5.2.1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่จับต้องไม่ได้ (Intangibility)

5.2.2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน (Heterogeneity) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยเฉพาะการบริการมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ลักษณะการให้บริการ และแหล่งที่ให้บริการ

5.2.3 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์รวม (Complementarity) ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ของธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวรวมกัน เมื่อนักท่องเที่ยวซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้รับ ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยสินค้าและบริการหลายประเภท เช่นรายการนำเที่ยวเรือสำราญ ประกอบด้วยการเดินทางโดยเครื่องบินและเรือ ห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม การนำชมแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทาง กีฬาและบันเทิง เป็นต้น การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็น กระบวนการที่เป็นเครือข่ายต่อเนื่องกัน ปัญหาคุณภาพของการบริการหรือความไม่ประทับใจจุดใด จุดหนึ่งในการเดินทางจะส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์อื่นได้ หรือในทางตรงกันข้าม ความประทับใจ บริการจุดใดจุดหนึ่งจะส่งผลดีต่อบริการอื่นๆเช่นกัน

5.2.4 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแยกออกจากกันได้ยาก (Inseparability) ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประกอบด้วยสินค้า บริการ สถานที่และบุคลากร ซึ่งแต่ละส่วนล้วนมีความสำคัญและแยกออกจากกันได้ยาก เมื่อนักท่องเที่ยวบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวว่าจะบริโภคทุกสิ่งที่เกี่ยวข้อง ซึ่งหากส่วนใดไม่มีคุณภาพจะมีผลต่อความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารที่อร่อย แต่พนักงานบริการไม่สุภาพ นักท่องเที่ยว อาจไม่กลับมารับประทานอาหารที่ร้านนั้นอีก เป็นต้น เนื่องจากบุคลากรเป็นผู้ให้บริการต่าง ๆ บุคลากรจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญของการให้บริการ โดยเริ่มตั้งแต่พนักงานขาย พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด ทุกคนจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่แยกออกจากกันได้ยาก ดังนั้นการฝึกอบรม บุคลากรในเรื่องทักษะของการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการจึงมีความสำคัญต่อผลสำเร็จของธุรกิจ การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

5.2.5 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่สามารถรักษาไว้ได้ (Perishability) หาก ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่สามารถขายได้ในเวลาที่กำหนด ผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถเก็บรักษา เพื่อมาขายในวันรุ่งขึ้นเหมือนสินค้าบริการทั่วไปได้

5.2.6 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีการซื้อขายเป็นฤดูกาล (Seasonality) เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเมื่อต้องการเดินทางหรือเมื่อมีเวลาว่าง

หรือวันหยุดพักผ่อน ประกอบกับภูมิอากาศที่เป็นอุปสรรคสำหรับแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบางประเภทจึงไม่สามารถขายได้ตลอดปี แต่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล

5.2.7 ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย (Parity) รูปแบบการให้บริการที่ได้รับความนิยมมักถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบหรือเทคโนโลยีสูงในการผลิต

### 5.3 ระดับของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

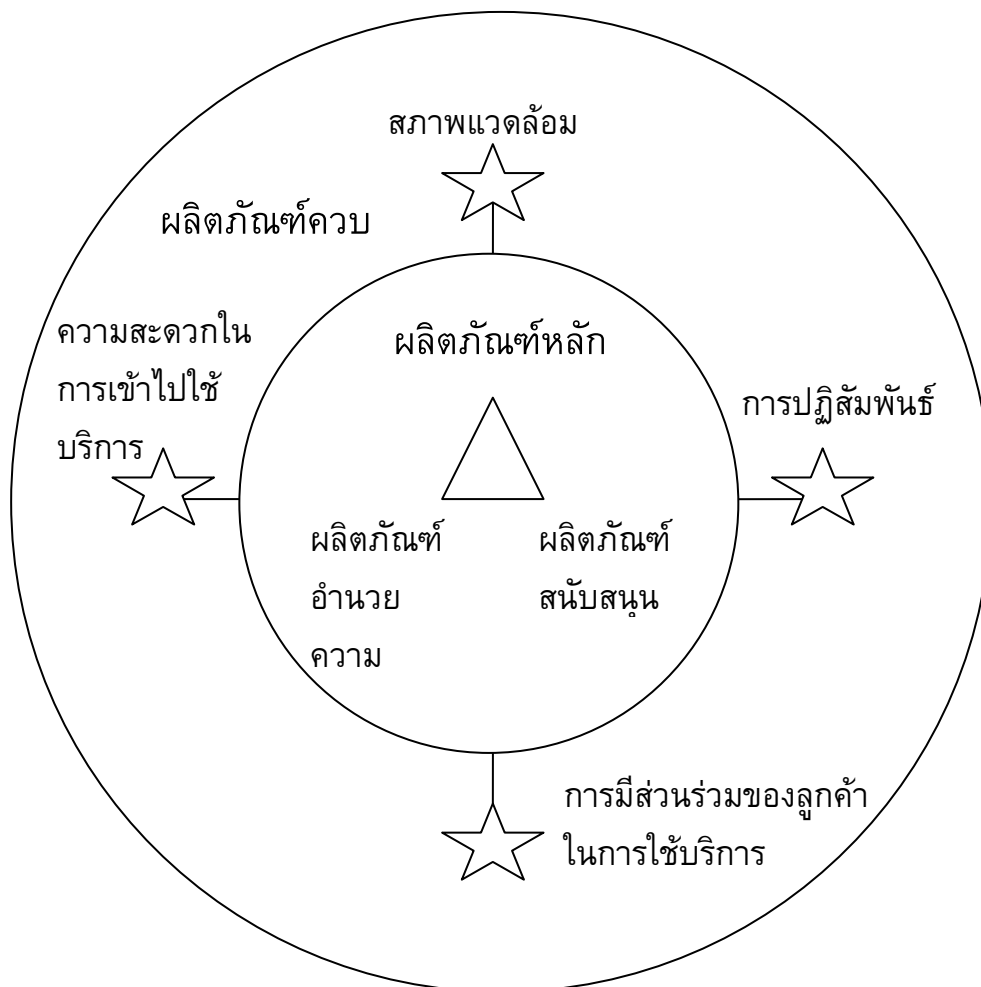
ระดับของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ราณี อธิชัยกุล. 2545: 166–170 อ้างอิงจาก Philip Kotler; John Boven; & James Makens. 2003: 302-306) แบ่งออกได้เป็น 4 ระดับคือ

5.3.1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) ผลิตภัณฑ์หลักเป็นประโยชน์หลัก (Core Benefit) หรือบริการหลัก (Core Service) ของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้สำหรับการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์และเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์หลักของโรงแรมคือการให้ที่พักและพักผ่อน

5.3.2. ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก (Facilitating Product) ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกเป็นสินค้าหรือบริการที่นำเสนอแก่ลูกค้าเพื่อให้สามารถอุปโภคหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวกเช่น โรงแรมระดับดีจะมีการให้บริการลงทะเบียนเข้าพัก (Check In) และการแจ้งออกจากห้องพัก (Check Out) ด้วยความสะดวกรวดเร็ว บริการโทรศัพท์ในห้องพัก บริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมและทั้งในห้องพัก บริการขนสัมภาระ และบริการจอดรถแก่แขกผู้มาพัก ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องเข้าใจความต้องการของตลาดเป้าหมาย และบริการอำนวยความสะดวกต่างๆที่ลูกค้าต้องการ

5.3.3. ผลิตภัณฑ์สนับสนุน (Supporting Product) ผลิตภัณฑ์สนับสนุนเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์หลักและทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ตัวอย่างเช่นโรงแรมระดับดีที่ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจมักเพิ่มบริการเสริมต่างๆ เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์สนับสนุน อาทิ ศูนย์ธุรกิจ (Business Center) บริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ บริการเครื่องโทรสารในห้องพัก

5.3.4. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) ผลิตภัณฑ์ควบ หมายถึง ประโยชน์หรือบริการทั้งหมดที่ลูกค้าจะได้รับหรือมีประสบการณ์ควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์หลัก ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก และผลิตภัณฑ์สนับสนุน ซึ่งหมายรวมถึง ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการ บรรยากาศ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและระบบการให้บริการ การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการใช้บริการ และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้า



ภาพประกอบ 3 แสดงระดับของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ที่มา: Philip Kotler; John Boven; & James Makens. (2003). Marketing for Hospitality and Tourism: 302–306.

ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) ที่มีความสำคัญ มีดังนี้

5.3.4.1 ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการ (Accessibility) ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการมีความสำคัญต่อผลสำเร็จของธุรกิจท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการยังรวมถึงระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม

5.3.4.2 บรรยากาศ (Atmosphere) บรรยากาศหรือสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเช่นกัน



5.3.4.3 การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและระบบการให้บริการ (Customer Interaction with the Service Delivery System) โดยทั่วไปลูกค้าจะปฏิสัมพันธ์กับระบบการให้บริการ 3 ระยะคือ (1) ระยะแนะนำ (2) ระยะบริโภค (3) ระยะสิ้นสุด ในระยะแนะนำ ลูกค้าจะเริ่มสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในระยะบริโภค เป็นระยะที่ลูกค้าใช้บริการต่างๆที่จัดไว้ และในระยะสิ้นสุด เป็นระยะที่ลูกค้าสิ้นสุดการใช้บริการ และพร้อมที่จะเดินทางกลับ

5.3.4.4 การมีส่วนร่วมของลูกค้าในการใช้บริการ (Participation) การจัดการบริการให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการใช้บริการช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า เพิ่มคุณภาพการบริการและลดค่าใช้จ่ายได้ เช่นการจัดการบริการอาหารเข้าแบบบุฟเฟต์

5.3.4.5 การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อลูกค้า (Customer Interaction with other Customers) ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในโรงแรม และธุรกิจนำเที่ยวควรเอาใจใส่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มลูกค้าคนละประเภท เช่น ธุรกิจนำเที่ยวไม่ควรจัดนักท่องเที่ยวอิสระที่ชอบท่องเที่ยวเอง (Foreign Independent Tourist: FIT) ให้เดินทางไปกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม (Group Inclusive Tourist: GIT) เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบ FIT ต้องการความเป็นส่วนตัว

สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อการเดินทางและท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปหลายประการ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลายส่วนที่แยกจากกันได้ยาก

จากการศึกษาข้อมูลและแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเบื้องต้นทั้งหมด ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นการบริโภคสินค้าและบริการประกอบกันหลายประเภท ซึ่งนักท่องเที่ยวจะบริโภคควบคู่กันไปในเวลาเดียวกัน การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน มีการฝึกอบรมบุคลากรที่ให้บริการที่ถูกต้อง ถูกเวลา และประทับใจ มีระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงลักษณะและระดับของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและเพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดี ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาความต้องการของนักดำน้ำชาวไทยที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในส่วนขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวครั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางที่ต้องการ ที่พัก อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ และ บุคลากร

## 6. ข้อมูลด้านสถานการณ์ตลาดธุรกิจดำน้ำในประเทศไทย

ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ (บทสรุป : 2543) พบว่าผู้ประกอบการในธุรกิจดำน้ำโดยเฉพาะแบบ SCUBA Diving ในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ประเทศที่ทำธุรกิจแบบครบวงจรซึ่งประกอบด้วยการสอนดำน้ำ การขาย/ให้เช่าอุปกรณ์ และการจัดทัวร์ดำน้ำ โดยมีเรือเป็นของตนเอง พบว่ามี 15 - 25 รายเท่านั้น เนื่องจากมีการลงทุนที่ค่อนข้างสูง แต่มีความสะดวกในการให้บริการกับลูกค้าและให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าในระยะยาว โดยรายได้หลักของผู้ประกอบการในกลุ่มนี้จะมาจากการจัดทัวร์ดำน้ำซึ่งมีกำไรส่วนเกิน (Margin) ที่ค่อนข้างสูง ส่วนผู้ประกอบการที่เน้นการสอน การจัดทัวร์ดำน้ำและมีการขาย/ให้เช่าอุปกรณ์บ้างเล็กน้อยแต่ไม่มีเรือเป็นของตนเอง พบว่ามีสัดส่วนมากถึงประมาณร้อยละ 80 - 85 สำหรับเงินลงทุนของธุรกิจดำน้ำขนาดเล็ก ประเภทที่รับจัดสอนทัวร์ดำน้ำและมีการขาย/ให้เช่า อุปกรณ์บ้างเล็กน้อย ใช้เงินลงทุนเพียง 1 - 5 ล้านบาท ในขณะที่มีกำไรส่วนเกิน (Margin) อยู่ในระดับสูงประมาณร้อยละ 30 - 40 ส่งผลให้มีผู้ประกอบการจำนวนมากสนใจเข้าสู่ธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้พบว่าในปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนทำธุรกิจดำน้ำและมีร้าน (Dive Shop) รวมทั้งสิ้นกว่า 150 ราย ในกรุงเทพฯและกระจายตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเช่นภูเก็ต เกาะเต่า เกาะพีพี เกาะสมุย และพัทยาเป็นต้น และคาดว่าจะยังมีผู้ประกอบการอีกจำนวนไม่น้อยที่อยู่นอกระบบ ทำให้ปัจจุบันมีการแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างสูง และเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ประกอบการในต่างจังหวัดส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 จะเป็นการลงทุนของชาวต่างชาติ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากกีฬาดำน้ำเป็นกีฬาที่ได้รับการเผยแพร่มาจากต่างประเทศประกอบกับกลุ่มลูกค้าในธุรกิจประเทศไทยจะเป็นชาวต่างชาติประมาณร้อยละ 75 - 80 ซึ่งลูกค้าเหล่านี้จะนิยมใช้บริการกับร้านดำน้ำของชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่และบางรายก็ซื้อทัวร์และชำระเงินกับบริษัทที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ แต่เดินทางเข้ามาดำน้ำในประเทศไทยทำให้เสียโอกาสและรายได้ที่จะเข้าประเทศ ส่วนกิจการที่เป็นของคนไทยที่ทำธุรกิจแบบครบวงจรจะมีอยู่ไม่มากเช่น บริษัท ไดฟ์มาสเตอร์ บริษัท มนุษย์กบไทย เป็นต้น

ในส่วนของรายได้หลัก และ กำไรส่วนเกิน (Margin) ของธุรกิจดำน้ำส่วนใหญ่จะมากจากการจัดทัวร์ดำน้ำซึ่งมีทั้งลักษณะไปเช้าเย็นกลับ (Day - Trip) ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อคนอยู่ในระดับ 700 - 1,500 บาทต่อครั้ง และจัดเป็นแพ็คเกจ (Package) แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อคนอยู่ในระดับตั้งแต่ 9,000 - 25,000 บาทต่อครั้ง (ขึ้นอยู่กับแหล่งดำน้ำและจำนวนวันในแต่ละครั้ง) ส่วนค่าใช้จ่ายในการเรียนดำน้ำในขั้นแรก (Open Water) จะอยู่ในระดับประมาณ 7,000 - 9,000 บาทต่อคน และหากจะเรียนไปจนถึงขั้นสูงจนสามารถเป็นผู้สอนดำน้ำ (Instructor) ได้จะเสียค่าใช้จ่ายรวมทั้งสิ้นประมาณ 60,000 - 70,000 บาท ต่อคน (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการดำน้ำแต่ละครั้งเพื่อสะสมจำนวนไดฟ์ในแต่ละขั้น) โดยในแต่ละปีคาดว่าจะมีนักเรียนดำน้ำใหม่ที่เริ่มเรียนการดำน้ำขั้นต้นไม่ต่ำกว่าปีละ 1,000 คน ในขณะที่มีนักดำน้ำในประเทศไทยทั้งชาวไทยและ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินเข้ามาดำน้ำรวมทั้งสิ้นประมาณ 200,000 – 250,000 คนต่อปี จึงเป็นธุรกิจที่มีเงินหมุนเวียนและสามารถสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการและธุรกิจต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้การจำหน่ายอุปกรณ์ดำน้ำก็เป็นรายได้อีกส่วนหนึ่งที่ควบคู่ไปกับธุรกิจดำน้ำ โดยอุปกรณ์ดำน้ำสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ ประเภท Hard Goods เช่น เร็กกูเรเตอร์ ถังอากาศ เครื่องชูชีพ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ยังไม่มีการผลิตในประเทศไทยเนื่องจากต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงโดยเฉพาะทางด้านโลหะ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่ต้องทนต่อแรงดันใต้น้ำได้ดี ส่วนใหญ่ยังต้องนำเข้าจากสหรัฐฯ อิตาลี ญี่ปุ่น และไต้หวัน ส่วนอุปกรณ์อีกประเภทคือ Rubber Products ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้ยางและพลาสติกเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเช่น Mask (หน้ากาก) Fin (ตีนกบ) Snorkel (ท่อหายใจ) ชุดดำน้ำ รองเท้า และกระเป๋าสื่ออุปกรณ์ เป็นต้น สำหรับอุปกรณ์ในประเภทหลังไทยสามารถผลิตเฉพาะในส่วนที่ใช้แรงงานในการตัดเย็บ เช่น ชุดดำน้ำ ถูงมือดำน้ำ รองเท้า กระเป๋าสื่ออุปกรณ์ เป็นต้น แต่วัตถุดิบบางประเภทยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งผู้ผลิตบางรายก็ติดเงื่อนไขที่จะต้องส่งออกทั้งหมด จึงเป็นเหตุให้ต้องนำเข้าอุปกรณ์มาจากต่างประเทศประมาณร้อยละ 80 ของอุปกรณ์ดำน้ำที่จำหน่ายอยู่ในประเทศ คิดเป็นมูลค่ากว่า 50 ล้านบาทต่อปี โดยจะต้องเสียภาษีอยู่ในอัตราร้อยละ 5 – 60 แล้วแต่ประเภทของอุปกรณ์เป็นผลให้อุปกรณ์ดำน้ำจึงมีระดับราคาค่อนข้างสูง ทั้งนี้พบว่าในลักษณะอุปกรณ์ดำน้ำแตกต่างกันไปตามกลุ่มลูกค้าหลักคือหน่วยงานราชการที่นำไปใช้ในหน้าที่การงานเช่น ทหารเรือ การประปา การไฟฟ้า กรมประมง เป็นต้น อุปกรณ์ที่ใช้จึงเป็นแบบที่เน้นคุณภาพและบริการของผู้ขาย ในขณะที่กลุ่มลูกค้าเอกชนซึ่งใช้อุปกรณ์ดำน้ำเพื่อการกีฬาและการท่องเที่ยวมักจะให้ความสำคัญต่อเครื่องหมายการค้าของอุปกรณ์ รูปแบบ ความสวยงาม เป็นต้น ทั้งนี้พบว่าเครื่องหมายการค้าของอุปกรณ์ดำน้ำซึ่งเป็นที่นิยมในประเทศไทยได้แก่ US Divers, Tusa, Scubapro, Oceanic, Mares, Seaquest เป็นต้น จากการที่อุปกรณ์ดำน้ำนำเข้ามามีราคาแพงจึงมีการนำเข้าในลักษณะต่างๆโดยหลีกเลี่ยงการเสียภาษีทั้งจากสิงคโปร์และมาเลเซีย เป็นต้น ทำให้ภาครัฐบาลเสียรายได้ไปเป็นจำนวนไม่น้อย

นอกจากนี้ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์จำกัด ยังพบว่าธุรกิจดำน้ำได้มีการขยายตลาดไปยังต่างประเทศรวมถึงมีการเพิ่มฐานลูกค้าต่างประเทศมากขึ้น และจากการที่มีการจัดงานมหกรรมดำน้ำของชาวเอเชียหรืองาน ADEX 2000 (Asia Dive Expo) ขึ้นในประเทศไทย เป็นการแสดงให้เห็นถึงการตื่นตัวและความสำคัญของธุรกิจดำน้ำที่มีบทบาทมากยิ่งขึ้นของไทยจากการที่ธุรกิจนี้เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นประกอบกับขนาดของธุรกิจการขยายขึ้นโดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ต้องมีเรือเป็นของตนเองเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้ครบวงจรอันจะเป็นอีกก้าวหนึ่งของขยายตัวของธุรกิจดำน้ำของไทย

สำหรับสถานการณ์ของตลาดดำน้ำนั้น (หนังสือพิมพ์ บิสิเนสไทย : 22 มีนาคม 2004) ประกาศิต ปุณอภีร์ตัน ผู้จัดการทั่วไป ศูนย์สอนดำน้ำ WAHOO กล่าวว่า วงการดำน้ำเมืองไทย ได้

พัฒนาไปสูงมาก ผู้คนนิยมดำน้ำมากขึ้น คาดว่าตลาดจะเติบโตประมาณ 8-15% โดยเมื่อปี 2546 ธุรกิจกลุ่มนี้ มีรายได้ประมาณ 3-4% ของรายได้ท่องเที่ยวรวม หรือประมาณ 5,000-6,000 ล้านบาท จำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวที่นิยมดำน้ำ ไม่มีแยกไว้ชัดเจน แต่ประมาณว่า มีประมาณ 30% ของนักท่องเที่ยวโดยรวม

ปัจจุบัน ประเทศไทย มีเรือให้บริการดำน้ำ 150 ลำ แต่ละลำจะออกให้บริการเดือนละประมาณ 4 เที่ยว ออกทะเลครั้งละประมาณ 4 วัน แต่ก็มีบางลำ ที่ออกให้บริการแบบเข้าไปเย็นกลับ โดยเฉลี่ยมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเรือประมาณ 16 คนต่อลำ แต่บางลำก็มียอดนักท่องเที่ยว 40-50 คนก็มี ส่วนใหญ่จะเดินทางมาเป็นแพ็คเกจ ท่องเที่ยวชมธรรมชาติ และดำน้ำไปในตัวด้วย

แม้จะมีนักท่องเที่ยวมากพอสมควร แต่ ธุรกิจดำน้ำ ยังไม่สามารถสร้างรายได้ได้อย่างเพียงพอ ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจดำน้ำมีโอกาสเติบโต เพราะประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ติดอันดับ 3 ของโลก อย่างไรก็ตาม อุปสรรคอย่างหนึ่ง ที่ทำให้การดำน้ำไม่เป็นที่นิยมในวงกว้างมากนัก เพราะเป็นกิจกรรมที่อันตรายพอสมควร และมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น การจะเริ่มดำน้ำได้ จะต้องเข้าคอร์สอบรมฝึกดำน้ำ ซึ่งตามหลักสูตร จะมีการฝึกฝน 30 ชั่วโมง แบ่งเป็นภาคทฤษฎี 15 ชั่วโมง ภาคปฏิบัติ 15 ชั่วโมง โดยต้องเสียค่าอบรมประมาณ 7,000 บาท อีกทั้งราคาทริปดำน้ำแพคเกจพอสมควร ทริปละประมาณ 17,000 บาท สำหรับการเดินทาง 4 วัน นักดำน้ำยังจะต้องเช่า หรือซื้ออุปกรณ์ดำน้ำเอง หากต้องการดำน้ำอย่างจริงจัง ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายอีกจำนวนหนึ่ง การดำน้ำจึงเป็นกิจกรรมสำหรับคนที่รักการท่องเที่ยวทะเลอย่างแท้จริง ซึ่งปัจจุบัน ความนิยมกำลังเป็นที่แพร่หลายเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลเบื้องต้น สรุปได้ว่า สถานการณ์ของธุรกิจดำน้ำ มีแนวโน้มเจริญเติบโตไปได้อีก โดยรายได้หลัก และ กำไรส่วนเกิน (Margin) ของธุรกิจดำน้ำส่วนใหญ่จะมากจากการจัดทัวร์ดำน้ำ นอกจากนี้จำนวนนักดำน้ำชาวไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีจากจำนวนผู้เรียนดำน้ำ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาถึงความต้องการของนักดำน้ำชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีต่อการท่องเที่ยวดำน้ำแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำเข้าใจและสามารถจัดโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำให้สอดคล้องกับความต้องการของนักดำน้ำชาวไทย สร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดต่อไป

## 7. ความรู้เกี่ยวกับการดำน้ำลึก ( SCUBA )

### 7.1 ข้อมูลเบื้องต้น และ ความต้องการในการดำน้ำลึก

การดำน้ำแบบ SCUBA (Self-Contained Underwater Breathing Apparatus) คือ การดำน้ำลึกโดยใช้อุปกรณ์ช่วยหายใจที่ติดกับตัวนักดำน้ำไป ทำให้สามารถดำน้ำได้โดยอิสระ (ดร.พิชิต เมืองนาโพธิ์: 2546, 60)

คนที่เข้ามาสู่การเรียนดำน้ำแล้วนั้น จะหาคำอธิบายกับตนเองได้ยากว่า อะไรที่ทำให้เขาเข้ามาดำน้ำ และอะไรที่ทำให้เขารู้สึกว่าผูกพันและติดใจกับการดำน้ำ เพราะว่าการดำน้ำนั้นตอบสนองหลายสิ่งหลายอย่างในใจของคนดำน้ำได้ เช่น หากต้องการที่จะผจญภัย การดำน้ำก็มีซากเรือจมที่ลึกลับตื่นเต้นให้แสวงหา หากต้องการชื่นชมธรรมชาติ ใต้น้ำก็มีแนวปะการังที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ และมีความสวยงามตระการตาให้เที่ยวชม นักดำน้ำสามารถเห็นสิ่งมีชีวิตที่แนวปะการังเล็กๆที่เดียวได้มากมายหลายชนิดกว่าที่อาจต้องให้เวลานับสิบชั่วโมงในป่า หากต้องการท่องเที่ยวพบปะผู้คน ชีวิตในวงการดำน้ำจะทำให้ นักดำน้ำสามารถทำเช่นนั้นได้โดยง่าย

สิ่งที่ดึงดูดใจให้คนมาดำน้ำมากที่สุดก็เห็นจะเป็นการค้นพบสิ่งใหม่ๆ การไปดำน้ำจะทำให้คนได้พบเห็นสิ่งที่ผู้คนส่วนมากไม่เคยพบเห็น สามารถไปในสถานที่ที่ใหม่และไม่คุ้นเคยจะทำให้ นักดำน้ำเกิดความตื่นเต้นกับการค้นพบสิ่งใหม่ๆเสมอ ทั้งที่มีประสบการณ์ดำน้ำมานานับร้อยครั้ง ความท้าทาย และ สงบนิ่ง ก็เป็นปัจจัยสองสิ่งที่ทำให้คนสนใจและติดใจการดำน้ำ การดำน้ำจะทำให้ความรู้สึกทำทหายตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการดำน้ำชมธรรมชาติสบายๆ ดำน้ำกลางคืน ก็ทำให้ นักดำน้ำเกิดความรู้สึกทำทหายได้ทั้งสิ้น ในขณะที่เดียวกัน เมื่อดำน้ำไปแล้วไม่ว่าในสภาพไหน นักดำน้ำที่มีประสบการณ์จะรู้สึกผ่อนคลาย และสุขสงบ รู้สึกถึงความนิ่งของโลกใต้น้ำได้อย่างชัดเจน ความรู้สึกทำทหายและสงบนิ่งในเวลาเดียวกันนี้ เป็นสิ่งที่ยากที่จะเกิดขึ้นในกิจกรรมอื่น รวมถึงความตื่นเต้นที่ได้หายใจใต้น้ำ ความเป็นอิสระจากแรงโน้มถ่วง สภาพใรรู้หน้าหนัก ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะของการดำน้ำ

### 7.2 หลักสูตรการเรียนดำน้ำลึก แบบ SCUBA

การดำน้ำลึก หรือ การดำน้ำแบบ SCUBA เป็นทั้งกีฬา การท่องเที่ยว พักผ่อน และ วิทยาศาสตร์ การฝึกหัดดำน้ำนั้นไม่จำเป็นต้องว่ายน้ำเก่ง แค่พอว่ายน้ำเป็น ลอยตัวได้นานพอช่วยเหลือตัวเองได้ยามพลัดตกน้ำในขณะที่อยู่บนเรือ เพราะอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำน้ำเป็นอุปกรณ์ชูชีพเพื่อความปลอดภัยอยู่แล้ว อีกทั้งอุปกรณ์ดำน้ำในปัจจุบันได้ถูกออกแบบและพัฒนาให้สะดวกสบาย ปลอดภัยและใช้งานง่ายมากขึ้น แต่การจะดำน้ำได้อย่างเพลิดเพลินและปลอดภัยนั้น จำเป็นต้องมีความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความกดดันใต้น้ำ ผลกระทบที่มีต่ออวัยวะต่าง ๆ ในร่างกาย การใช้และดูแลอุปกรณ์ดำน้ำ ข้อปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย สิ่งมีชีวิตใต้น้ำ ฯลฯ ดังที่กล่าวมาแล้ว

จึงได้มีหลักสูตรดำน้ำเกิดขึ้นเพื่อความปลอดภัยในการดำน้ำ ซึ่งได้ถูกกำหนดมาตรฐานและโครงสร้างของหลักสูตรโดยองค์กรสอนดำน้ำต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วโลก เช่น **PADI**(Professional Association of Diving Instructors), **NAUI**(National Association of Underwater Instructors), **BSAC**(British Sub-Aqua Club), **SSI**(Scuba School International), **CMAS**(Confederation Mondiale Des Activites Subaquatiques) แต่ละองค์กรก็มีมาตรฐานและโครงสร้างหลักสูตรแตกต่างกันออกไปแจกเช่นเดียวกับการที่จบการศึกษาในสาขาวิชาชีพเดียวกันแต่ต่างสถาบันนั่นเอง ในปัจจุบันนี้หลักสูตรของ PADI เป็นที่แพร่หลายไปทั่วโลก เนื่องจากมีระบบการตลาดที่ดีเป็นเชิงธุรกิจมากที่สุด เน้นการเรียนการสอนที่ง่าย พยายามแบ่งเป็นหลักสูตรย่อย ๆ มากมาย ทำให้ผู้เรียนจบในแต่ละหลักสูตรเร็วขึ้น เมื่อได้บัตรดำน้ำหรือเรียกว่า Certification Card(C Card) แล้วก็สามารถเข้าร่วมกิจกรรมดำน้ำทุกแห่งได้ทั่วโลกตามระดับบัตรดำน้ำที่ได้เรียนมา และใช้แสดงในการเช่าหรือซื้ออุปกรณ์ดำน้ำในที่ต่าง ๆ นอกจากนี้สามารถเรียนดำน้ำกับองค์กรใดองค์กรหนึ่งแล้วเปลี่ยนไปเรียนต่อในหลักสูตรของอีกองค์กรหนึ่งก็ได้ เพราะมีการเทียบเท่าระดับนักดำน้ำกันในแต่ละองค์กร

ในปัจจุบันหลักสูตรดำน้ำที่แพร่หลายที่สุดในประเทศไทย ก็คือ PADI บริษัทดำน้ำที่เปิดเริ่มแรกในพัทยาส่วนใหญ่จะสอนหลักสูตรของ NAUI บริษัทดำน้ำของไทยเมื่อหลายปีก่อนส่วนใหญ่ก็สอนหลักสูตรของ NAUI เช่นกัน เช่น บริษัท มนุษย์กบไทย, ชมรมสยามการดำน้ำ, บริษัท ไทฟ์ มาสเตอร์, ฯลฯ แต่ปัจจุบันหลักสูตรของ PADI เริ่มแพร่หลายมากกว่า

ในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายมาควบคุมธุรกิจดำน้ำ ซึ่งที่จริงแล้วถือเป็นการเรียนการสอนควรจะถูกควบคุมโดยกระทรวงศึกษาธิการและถือเป็นกีฬาด้วยก็น่าจะอยู่ในความดูแลของกรมกีฬาแห่งประเทศไทย แต่ในปัจจุบันบริษัทที่จะประกอบธุรกิจดำน้ำต้องขออนุญาตจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก่อน และการเข้าดำน้ำในเขตอุทยานแห่งชาติทางทะเลก็ต้องขออนุญาตด้วย ซึ่งเมื่อปี พ.ศ.2543 ได้มีการสัมมนาเชิงวิชาการเกี่ยวกับมาตรการควบคุมการท่องเที่ยวประเภทดำน้ำในเขตอุทยานแห่งชาติทางทะเลขึ้นมาโดยเริ่มที่อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลันและหมู่เกาะสุรินทร์ก่อน ซึ่งเริ่มใช้โดยการเก็บค่าธรรมเนียมก่อนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ.2544

การสอนการดำน้ำในประเทศไทยนั้นมี สองสถาบันหลักๆ ที่สอนและออกใบอนุญาตดำน้ำสากล ซึ่งอนุญาตให้ผู้ที่ผ่านการเรียนและได้รับบัตรอนุญาตนี้ ดำน้ำได้ทั่วโลก สองสถาบันดังกล่าวคือ PADI (Professional Association of Diving Instructors) และ NAUI (The National Association of Underwater Instructors)

การออกบัตรดำน้ำในปัจจุบันจะต้องออกที่ต่างประเทศ เช่น PADI จะออกที่สำนักงาน Asia Pacific ที่ประเทศออสเตรเลีย , NAUI จะออกที่ประเทศอเมริกา ทำให้ประเทศไทยสูญเสียเงินตรา

ออกนอกประเทศเป็นจำนวนมหาศาล ทั้งค่าสมาชิกรายปีของครูสอนดำน้ำและไคฟิมาสเตอร์คนละประมาณ 4,000-5,000 บาทต่อปีในการต่ออายุสมาชิก และในการออกบัตรแต่ละใบก็ต้องสูญเสียเงินตราออกนอกประเทศ เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีการจัดตั้งสมาคมดำน้ำแห่งประเทศไทยขึ้นมาเหมือนกับสมาคมกีฬาชนิดอื่น ๆ จึงทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบต่างชาติในหลาย ๆ เรื่อง เพราะไม่มีองค์กรมาดูแลในอาชีพนี้ ขณะนี้ที่เริ่มต้นแล้วก็คือ BSAC Thailand ซึ่งก่อตั้งโดยท่านอาจารย์ ดร.ชรินทร์ เจษฎาพันธ์ ซึ่งเป็นครูสอนดำน้ำของ BSAC ที่เป็นคนไทยคนเดียวและคนแรกของประเทศไทย และเป็นผู้นำความรู้ทางด้านการดำน้ำที่ได้ร่ำเรียนมาจากประเทศอังกฤษมาเผยแพร่โดยสอนให้แก่นักศึกษาโบราณคดีใต้น้ำ มหาวิทยาลัยศิลปากรในราวปี พ.ศ.2517 เพื่อช่วยหม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล ในการสร้างภาพยนตร์เรื่อง "โลกสี่คราม" ขึ้น และได้ก่อตั้งชมรมดำน้ำมหาวิทยาลัยศิลปากร ชมรมดำน้ำมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ชมรมดำน้ำมหาวิทยาลัยพายัพ ชมรมดำน้ำคณะแพทยศาสตร์ สวนดอก สมาคมนักดำน้ำมหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย และล่าสุดคือ BSAC Thailand ซึ่งบัตรดำน้ำดังกล่าวนี้สามารถออกโดยสมาคมนี้ในประเทศไทย นอกจากนี้การบันทึกประวัติการดำน้ำลงในสมุดบันทึกการดำน้ำ (Log book) จะเป็นหลักฐานประกอบการันที่มี ความสำคัญ เพื่อไว้แสดงในคราวจำเป็น

หลักสูตรเรียนดำน้ำของ PADI (Professional Association of Diving Instructors) เป็นหลักสูตรที่แพร่หลายตามแหล่งดำน้ำต่าง ๆ ทั่วโลก เนื่องจากเป็นหลักสูตรที่เรียนง่าย สามารถเรียนจบได้ในระยะเวลาอันสั้นในช่วงวันหยุดพักผ่อน มีหลายโปรแกรมให้เลือกเรียนตั้งแต่การทดลองหาประสบการณ์ดำน้ำเบื้องต้นโดยไม่ต้องเรียนทฤษฎีมากจนกระทั่งระดับมืออาชีพ เช่น ไคฟิมาสเตอร์ (Dive Master) หรือ ครูสอนดำน้ำ (Instructor) โดยทั่วไปหลักสูตรการดำน้ำ สามารถแบ่งได้ดังนี้ (มนุษย์กับไทย. 2548: ออนไลน์ และ PADI. 2005: Online)

- 1) Open Water Diver หลักสูตรการเรียนดำน้ำระดับเบื้องต้น
- 2) Advanced Open Water Diver หลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นที่ 2 เป็นระดับที่เรียนเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ดำน้ำ ในสภาพแวดล้อมที่หลากหลายมากขึ้นจากระดับเบื้องต้น
- 3) First Aid & Rescue Diver หลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นที่ 3 เน้นการปฐมพยาบาล การช่วยชีวิต และการช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินขึ้น ในการดำน้ำ
- 4) Dive Master หลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นที่ 4 ผู้ที่เรียนสำเร็จขั้นนี้สามารถใช้ประกอบอาชีพเป็นผู้นำทางในการดำน้ำได้ (Dive Leader)
- 5) Instructor หลักสูตรการเรียนดำน้ำสำหรับพัฒนาเป็นอาชีพ ครูสอนดำน้ำ

โดยทั้งนี้หลักสูตรขั้นต่ำที่นักดำน้ำจำเป็นต้องมี คือ หลักสูตรการเรียนดำน้ำลึกระดับเบื้องต้น (Open Water) จึงจะสามารถได้รับอนุญาตให้ลงดำน้ำลึกได้

จากการแบ่งระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่กล่าวมาเบื้องต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในแบบสอบถามเพื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างนักดำน้ำ ตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษา ซึ่งสามารถใช้อ้างอิงถึงระดับความสามารถและประสบการณ์ในการดำน้ำของผู้ตอบแบบสอบถามได้ แล้วนำมาตั้งสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์กับความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ต่อไป

## **8. ข้อมูลโปรแกรมดำน้ำแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard )**

จากการศึกษาข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของร้านดำน้ำ (อ้างอิงจากเว็บไซต์ [www.diveinfo.net](http://www.diveinfo.net), [www.vilaisamut.com](http://www.vilaisamut.com), [www.wahoodivingcenter.com](http://www.wahoodivingcenter.com)) และ จากการสอบถามร้านดำน้ำและครูสอนดำน้ำ ที่มีให้บริการจัดโปรแกรมดำน้ำแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่า โปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) หมายถึง การจัดบริการท่องเที่ยวดำน้ำลึก (SCUBA) ที่มีระยะเวลามากกว่า 1 วันขึ้นไป โดยนักดำน้ำมีการพักค้างแรมบนเรือ มีการจัดการด้านที่พัก อาหาร และการดำน้ำไว้อย่างพร้อมพรั่ง เดินทางไปยังแหล่งดำน้ำต่างๆ เป็นวิธีการออกดำน้ำที่นับว่าครอบคลุมแหล่งดำน้ำที่ดีที่สุดได้ อีกทั้งยังสะดวกสบาย และปลอดภัยที่สุด ค่าใช้จ่ายและ จำนวนวันจะขึ้นกับเส้นทางแหล่งดำน้ำ โดยมีการให้ข้อมูลรายละเอียดของโปรแกรมกับลูกค้าดังต่อไปนี้

8.1 เส้นทางของแหล่งดำน้ำที่จะไป

8.2 จำนวน Dive ที่จะดำทั้งหมดในโปรแกรมท่องเที่ยว และ จำนวนไนท์ที่ดำกลางคืน (Night Dive)

8.3 จำนวน Dive และจุดดำน้ำที่จะไปในแต่ละวัน

8.4 จำนวนวันในการดำน้ำ รวมถึงวันเรือออกจากฝั่ง และ วันที่เรือเข้าถึงฝั่ง

8.5 ราคาค่าแพ็คเกจท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ราคาจะรวม อาหารทุกมื้อ, ของว่างทุกมื้อ, ผลไม้, น้ำอัดลม, ชา กาแฟ, ถังอากาศ, บริการผู้นำดำน้ำ (Dive Leader), ค่ารถรับ-ส่ง ระหว่างท่าเรือ ถึง สนามบินหรือท่ารถ แต่จะไม่รวมค่าเดินทางไปกลับจากกรุงเทพฯ, ค่าเช่าอุทยาน และ อุปกรณ์ดำน้ำส่วนตัว (BCD, Regulator, Mask, Fin, Wet Suit)

8.6 เรือที่ใช้ โดยมีการบอกรายละเอียดของเรือ ดังต่อไปนี้

- ขนาดเรือ และ ความเร็วเรือ
- จำนวนผู้โดยสารที่รับได้ต่อลำ
- จำนวนห้องนอน และ รูปแบบห้องนอน
- ห้องน้ำ และ ห้องอาบน้ำ



- อุปกรณ์ และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่มีในเรือ เช่น ทิว เครื่องเล่นวีซีดี คา  
ราโอเกะเครื่องต้มกาแฟ เครื่องทำน้ำอุ่น
- อุปกรณ์ความปลอดภัย
- อุปกรณ์สื่อสาร

8.7 เงื่อนไขการจอง และ การชำระเงิน โดยทั่วไปจะมีการเก็บเงินบางส่วนล่วงหน้าเป็นค่า  
จอง และ เก็บส่วนที่เหลือทั้งหมดก่อนวันเดินทาง 20-30 วัน

จากข้อมูลรายละเอียดโปรแกรมที่ผู้จัดทริปดำน้ำให้กับลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะใช้ในการประกอบ  
ตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยว ผู้วิจัยนำไปใช้ในการทำแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงความ  
ต้องการในส่วนของคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทางของแหล่งดำน้ำที่จะไป  
จำนวนไดฟ์ที่จะได้ดำทั้งหมดในทริป จำนวนไดฟ์ที่ต้องการดำน้ำต่อวัน จำนวนไดฟ์ที่ดำกลางคืน  
(Night Dive) จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความต้องการด้านที่พัก และ  
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆที่ต้องการให้มีในเรือ

## 9. ข้อมูลแหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทย

### 9.1 แหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทย

ทะเลไทย เป็นทะเลที่อุดมสมบูรณ์แห่งหนึ่งของโลก มีความยาวชายฝั่งทะเล ทั้งอ่าวไทย  
และอันดามันรวมกัน เป็นระยะทางเกือบ 2,700 กิโลเมตร เป็นพื้นที่มากกว่า 350,000 ตาราง  
กิโลเมตร ประกอบด้วยสองฟากฝั่ง คือ ฝั่งทะเลอันดามัน และ ฝั่งทะเลอ่าวไทย ทะเลฝั่งอ่าวไทย  
ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจากประเทศจีน ทำให้มีฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่ปลาย  
เดือนเมษายน ถึง ปลายเดือนพฤศจิกายน ส่วนทะเลฝั่งอันดามันได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม  
ตะวันตกเฉียงใต้จากมหาสมุทรอินเดีย ทำให้มีฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่ปลายเดือนพฤศจิกายน ถึง  
ต้นเดือนเมษายน เมื่อรวมทะเลทั้งสองฝั่งเข้าด้วยกัน จึงทำให้มองเห็นภาพรวมการท่องเที่ยวทะเล  
ไทยได้ว่า สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี โดยผลัดกันท่องเที่ยวฟากละ 6 เดือน

ในประเทศไทย มีแหล่งดำน้ำที่เป็นที่นิยมในการดำน้ำแบบสกูบา (SCUBA) ด้วยกันหลาย  
จุด แทบทั้งหมดจะเป็นแหล่งดำน้ำประเภทกองหินใต้น้ำ ซึ่งจะมีปะการังชนิดต่างๆเกาะอยู่มากมาย  
และมีฝูงปลานานาชนิดเข้ามาอาศัยอยู่ในแหล่งปะการังเหล่านั้นอีกที่ แหล่งดำน้ำสามารถแยกตาม  
ฝั่งทะเลได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้ คือ (อ้างอิงจาก อภินันท์ บัวหภักดี, 2547: 13-15)

9.1.1 แหล่งดำน้ำฝั่งทะเลอันดามัน ประกอบด้วย แหล่งดำน้ำทางด้านอันดามัน  
เหนือ และ อันดามันใต้ โดยมีเกาะภูเก็ต เป็นเส้นแบ่งตรงกลาง มีจุดดำน้ำที่สำคัญดังต่อไปนี้

9.1.1.1 อันดามันเหนือ ได้แก่ จุดดำน้ำต่างๆในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่  
เกาะสิมิลัน ซึ่งเป็นแหล่งดำน้ำที่มีชื่อเสียงมีความสวยงามติดอันดับโลก (O'Leary, Bill; and  
Dowden, Andy. 2003: 15) และ จุดดำน้ำต่างๆในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์

9.1.1.2 อันดามันใต้ ได้แก่ จุดดำน้ำต่างๆในเขตอุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา ทะเลกระบี่ ทะเลพังงา อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา และ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตะรุเตา

9.1.2 แหล่งดำน้ำฝั่งทะเลอ่าวไทย ประกอบด้วย แหล่งดำน้ำต่างๆทางด้านอ่าวไทยตอนบน อ่าวไทยตอนล่าง และ อ่าวไทยด้านตะวันออก มีจุดดำน้ำที่สำคัญดังต่อไปนี้

9.1.2.1 อ่าวไทยตอนบน ได้แก่ จุดดำน้ำต่างๆในทะเลชุมพร เกาะเต่า และ เกาะพะงัน

9.1.2.2 อ่าวไทยตอนล่าง ได้แก่ จุดดำน้ำใน เกาะกระ และ โลซิน

9.1.2.3 อ่าวไทยด้านตะวันออก ได้แก่ จุดดำน้ำต่างๆในทะเลชลบุรี ระยอง และตราด

## 9.2 เส้นทางดำน้ำลึกที่นิยมสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ(Live Aboard)

จากการศึกษาข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของร้านดำน้ำ และ จากการสอบถามร้านดำน้ำที่มีให้บริการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Abroad) พบว่า มีเส้นทางแหล่งดำน้ำลึกที่นิยมจัดให้บริการ ดังต่อไปนี้

### 9.2.1 เส้นทางดำน้ำฝั่งทะเลอันดามัน

- สิมิลัน - บอน - ตาชัย - ริเชลิว
- เกาะราชา - เกาะดอกไม้ - เกาะยูง - เกาะพีพี - มุสัง
- หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี - เกาะยูง
- ตะรุเตา - หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี

### 9.2.2 เส้นทางดำน้ำฝั่งทะเลอ่าวไทย

- ชุมพร - เกาะเต่า - หินใบ - กองชุมพร
- ชุมพร - กองชุมพร - ร้านเบ็ด - ร้านไก่
- โลซิน - ลอปี - ตูร์ถไฟ

จากข้อมูลเส้นทางแหล่งดำน้ำเบื้องต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในแบบสอบถามของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาถึงความต้องการเส้นทางแห่งดำน้ำที่นักดำน้ำลึกชาวไทยต้องการไปดำน้ำ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Abroad) ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักดำน้ำลึกชาวไทยได้ต่อไป

## 10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จริญญา เจริญสุขใน (บทสรุป: 2543) ศึกษาเรื่อง “โครงการวิจัยตลาดนักท่องเที่ยวยุโรป “ ของกองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากการสอบถามนักท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพในช่วงปลายปี 2542 – ต้นปี 2543 พบว่าร้อยละ 19.8 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความประสงค์ที่จะกลับมาเมืองไทยอีกครั้งเพื่อการดำน้ำลึก โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวเยอรมนี สแกนดิเนเวีย และ สวิสเซอร์แลนด์ จากการสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้คะแนนความดึงดูดของจุดดำน้ำไทยในระดับสูง รองลงมาคือความพร้อมสำหรับการดำน้ำ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ดำน้ำ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาประกอบกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเมืองไทยอีกครั้งเพื่อการดำน้ำข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การดำน้ำ เป็นสินค้าที่เป็นจุดแข็งของไทย จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยนับว่ามีศักยภาพเป็นอย่างสูงในการที่จะพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำ เมื่อพิจารณาจากความต้องการของตลาดที่ยังเติบโต และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในส่วนด้านการตลาด เมื่อพิจารณาจากจำนวนนักดำน้ำในยุโรปและอัตราการเติบโต พบว่า การทำตลาดควรเน้นที่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมด้านการดำน้ำของประเทศไทยไปสู่ตลาดเหล่านี้ โดยผ่านทางบริษัทนำเที่ยวโดยตรง เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวมีความสำคัญอย่างสูงในการจัดการท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึก ทั้งนี้ในการประชาสัมพันธ์ควรชูประเด็น “การอำนวยความสะดวกด้านการดำน้ำที่ดี” เป็นจุดแข็งของประเทศไทยและเสนอขายแหล่งดำน้ำทางภาคใต้เป็นสินค้าหลักโดยเฉพาะเกาะใกล้เคียงภูเก็ต, เกาะสมุย, เกาะเต่า เป็นต้น

### **the Netherlands University of Tourism and Transport Studies (ผลการวิจัย: 1998)**

ศึกษาพบว่า นักดำน้ำลึกส่วนใหญ่ ร้อยละ 72 เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในระหว่าง 32 – 46 ปี หรือร้อยละ 72 ของนักดำน้ำทั้งหมด และ ร้อยละ 85 ของนักดำน้ำลึกได้รับบัตรอนุญาตดำน้ำของตนก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อดำน้ำ ในขณะที่อีก ร้อยละ 15 ได้รับบัตรอนุญาตดำน้ำในช่วงที่เดินทางท่องเที่ยว กล่าวคือมาฝึกซ้อมและสอบรับบัตรอนุญาตดำน้ำ ณ แหล่งท่องเที่ยวที่ไป ลักษณะแบบนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในแหล่งนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวต่ำ เช่น ทะเลแดง (Red Sea) และเอเชีย งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาถึงจุดดึงดูดในการท่องเที่ยวดำน้ำลึก พบว่า สถานที่สำหรับดำน้ำคือจุดดึงดูดสำคัญเป็นอันดับแรกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาดำน้ำ จากการสำรวจความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการดำน้ำ 100 คนในยุโรปปี 1998 สรุปได้ว่าคุณภาพของโรงเรียนสอนดำน้ำเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด จุดดึงดูดของโลกใต้ทะเลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่สอง ได้แก่ ความสามารถในการมองเห็นสิ่งใต้น้ำ ความหลากหลายของชีวิตสัตว์น้ำ ปะการัง ภูมิอากาศ และ สิ่งน่าสนใจพิเศษ (ปลาฉลาม ปลาวาฬ เต่า ถ้ำ ฯลฯ)

ความสำคัญอันดับถัดมาได้แก่ ความเป็นไปได้/ความเหมาะสมสำหรับการดำน้ำขั้นเริ่มต้น และคุณภาพของที่พัก

**สาริน ตรงศรีสุวรรณ (2546)** ได้จัดทำแผนการตลาดของ Beluga Dive Center สำหรับการสร้างดำน้ำไทยรุ่นใหม่ พบว่าปัจจุบันธุรกิจการดำน้ำลึกในประเทศไทยนั้น สามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ กลุ่มนักดำน้ำชาวไทย และกลุ่มนักดำน้ำชาวต่างประเทศ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงจำนวนของนักดำน้ำที่ผ่านการทดสอบตามหลักสูตรดำน้ำที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลกในประเทศไทยแล้ว พบว่าจำนวนนักดำน้ำชาวไทยมี 8% หรือประมาณ 6,000 คน ต่อปี ในขณะที่ธุรกิจนี้มีวงจรชีวิตอยู่ในระยะเริ่มต้นเท่านั้น และเมื่อพิจารณาถึงสถานการณ์ของ Beluga Diving Center จะพบว่าบริษัทมีความโดดเด่นในเรื่องของการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างครูผู้สอนและลูกศิษย์ แต่ยังคงมีปัญหาในการสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัท ดังนั้นแผนการตลาดของ Beluga Diving Center จึงเน้นการทำตลาดเฉพาะกลุ่มนักดำน้ำชาวไทย เพื่อที่จะได้รักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่จะมีการพัฒนาในส่วนของผลิตภัณฑ์หลัก นั่นคือจำนวนหลักสูตร อุปกรณ์ดำน้ำ และทริปดำน้ำ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และให้บริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายมากขึ้น รวมถึงนำระบบการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มาเพื่อใช้สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น นำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆในระดับราคาที่สามารถแข่งขันได้ ใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรับรู้ให้กลุ่มเป้าหมายสนใจการดำน้ำและรู้จักบริษัทมากขึ้น นอกจากนี้ ข้อมูลเบื้องต้นที่สารินได้ศึกษาในการทำแผนการตลาดนี้พบว่า ผู้ที่เรียนดำน้ำประเทศไทย โดยใช้หลักสูตร PADI ปี 2545 มีจำนวน 74,213 คน มีอัตราการเจริญเติบโตประมาณ 12.3 % จากปี 2544 โดยปีนั้นนักดำน้ำไทยประมาณ 8 % หรือ ประมาณ 5,937 คนเท่านั้น โดยนักดำน้ำชาวไทยส่วนใหญ่จะเรียนดำน้ำที่กรุงเทพฯ และ จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามพบว่า ปัจจัยในการเลือกทริปดำน้ำ อันดับหนึ่ง คือสถานที่จัดทริป (80%) รองลงมาได้แก่ ราคา ครูผู้จัด เพื่อน และ วันเวลา ตามลำดับ

**ธีระ อินทรเรือง (2546)** ศึกษาถึงความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 2 ด้านคือ ด้านความต้องการทั่วไป ได้แก่ ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี ระยะเวลาในการเดินทางต่อครั้ง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ประเภทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ ด้านความต้องการเฉพาะ ได้แก่ คุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด โดยทำการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ ประสบการณ์การ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ ลักษณะการจัดรายการนำเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกัน

**ประสพพร พุ่มพวง (2545)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1-3 ครั้งต่อปี โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจในเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1-3 วัน

**เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538)** ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า คนไทยส่วนใหญ่ นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะการเดินทางไปกับเพื่อนฝูงและครอบครัว โดยมีระยะเวลาการท่องเที่ยวประมาณ 1-4 วัน ดังนั้น สำหรับช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นช่วงปิดภาคเรียนวันหยุดสุดสัปดาห์หรือเทศกาลนักช้ตฤกษ์ การตัดสินใจในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง

**อุบลทิพย์ ตังมั่นภูวดล (2546)** ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ เพื่อต้องการลดความตึงเครียดจากการทำงาน ความสวยงามของธรรมชาติ และเพื่อเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมาก คือ ความสวยงามของหมู่เกาะต่าง ๆ ในจังหวัดระยอง ส่วนปัจจัยทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก คือ เส้นทางคมนาคมขนส่งมีความสะดวก การพัฒนาเส้นทางลงสู่ชายทะเลมีความปลอดภัย ความสะดวกของที่จอดรถบริเวณชายทะเลมีความสะดวก รสชาติของอาหารที่จำหน่ายบริเวณชายทะเลมีรสชาติอร่อย ความหลากหลายของร้านอาหารมีความหลากหลาย นอกจากนี้จากผลการวิจัยจะพบว่า ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าปัจจัยทางวัฒนธรรม อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง โดยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนปัจจัยทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท้องเที่ยวชายทะเลโดยมีความรู้สึกในการมาท้องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

**ศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545)** ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท้องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25 – 34 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด และพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท้องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติ หมู่เกาะช้าง เพื่อการพักผ่อนมากที่สุด

**พรพรรณ สกุลศรีจิรวัดณ์ (2548)** ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศ และ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท้องเที่ยวภายในของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า พฤติกรรมการท้องเที่ยวภายในประเทศ ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ 1 กันยายน 2545 – 1 กันยายน 2547) ประชาชนส่วนใหญ่ได้ท้องเที่ยวภายในประเทศที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด โดยนิยมไปท้องเที่ยวแหล่งท้องเที่ยวประเภททะเล มากที่สุด และช่วงเวลาที่ยิยมไปท้องเที่ยวมากที่สุดคือ ช่วงวันหยุดราชการ/วันหยุด ส่วนจำนวนครั้งที่ไปท้องเที่ยวมาแล้วมากที่สุดคือ จำนวน 1-2 ครั้ง และใช้เวลาส่วนใหญ่ในการท้องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้ง 1-2 วัน มากที่สุด จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท้องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร (ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอีก 2 ปี พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กับความต้องการท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งการท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และประเภทของแหล่งท้องเที่ยวที่ไปท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป อายุ มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กับความต้องการท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และจำนวนครั้งการท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่อายุจะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กับประเภทของแหล่งท้องเที่ยวที่ไปท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กับความต้องการท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวนครั้งการท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท้องเที่ยวที่ไปท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กับความต้องการท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งในการท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และ ประเภทของแหล่งท้องเที่ยวที่ไปท้องเที่ยวที่คาดว่าจะไป

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทักษะคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพความพร้อมของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย และ องค์ประกอบด้านคุณลักษณะจุดดึงดูดที่สำคัญของสถานที่ดำน้ำลึกในประเทศไทยในทัศนคติของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปเป็นข้อมูลและแนวทางในการทำกรอบงานวิจัย การตั้งสมมติฐาน และการทำแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้วิจัยทราบถึงแนวทางในการศึกษาถึงความต้องการในการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการทำตลาดเฉพาะกลุ่มนักดำน้ำชาวไทย ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการทำกรอบงานวิจัย และ สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจดำน้ำและกลุ่มเป้าหมายต่อไป

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาถึง เป็นการศึกษ เพื่อให้ทราบถึง โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ผล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร

นักดำน้ำชาวไทย ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

##### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

###### 1.2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักดำน้ำชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป สามารถตัดสินใจในเรื่องต่างๆได้ด้วยตนเอง และจบหลักสูตรการเรียนดำน้ำลึกขั้นต่ำระดับเบื้องต้น (Open Water) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนนักดำน้ำที่แท้จริง จึงกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ ไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรคำนวณ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546: 91) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 \cdot \alpha}{4E^2}$$

โดยที่ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง  
Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐานซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด (1.96)  
 $\alpha$  = ระดับความเชื่อมั่น (95%)  
E = ความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (5%)

คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= (1.96)^2 / 4(0.05)^2 \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน



### 1.2.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะเลือกสุ่มตัวอย่างตามสะดวกจากเครือข่ายของกลุ่มนักดำน้ำต่างๆ และ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 2.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

2.1.1. ศึกษาเอกสาร ตำรา ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม และ ความต้องการผู้บริโภค และ องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างทำกรอบแนวความคิด และแบบสอบถาม

2.1.2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญและคณะกรรมการผู้ควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา และทำการเก็บรวบรวมข้อเสนอแนะ แล้วทำการแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

### 2.2 ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าและการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จ และ จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบัน มีลักษณะเป็นคำถามแบบปิด (Close-ended Questions) จำนวน 6 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 รายได้ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 6 จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบัน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามแบบปิด (Close-ended Questions) จำนวน 7 ข้อ และ คำถามแบบเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 จำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 2 แหล่งดำน้ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 วัตถุประสงค์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 วัตถุประสงค์หลักที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุดในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อทริปดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 บุคคลที่ไปด้วย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 กิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำน้ำเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

ข้อที่ 8 ช่วงเวลาที่ไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

**ส่วนที่ 3** ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย มีทั้งหมดจำนวน 13 ข้อ แบ่งคำถามเป็น 2 ตอนตามลักษณะคำถามดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบให้ผู้ตอบแสดงถึงระดับความต้องการ (Likert Scale) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 5 ข้อ คือ

ข้อที่ 1 เส้นทางแหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทยที่ต้องการจะไป

ข้อที่ 2 ความต้องการด้านที่พัก

ข้อที่ 3 ความต้องการด้านอาหาร

ข้อที่ 4 ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ข้อที่ 5 ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความต้องการ	คะแนน
ความต้องการมากที่สุด	5
ความต้องการมาก	4
ความต้องการปานกลาง	3
ความต้องการน้อย	2
ไม่ต้องการ	1

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความต้องการ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณ ช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการหาค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการของผู้บริโภค สามารถกำหนดได้ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง นักดำน้ำไทยมีความต้องการด้าน นั้นๆในระดับมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง นักดำน้ำไทยมีความต้องการด้าน นั้นๆในระดับมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง นักดำน้ำไทยมีความต้องการด้าน นั้นๆในระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง นักดำน้ำไทยมีความต้องการด้าน นั้นๆในระดับน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง นักดำน้ำไทยไม่มีความต้องการ ด้านนั้นๆ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบปิด (Close-ended Questions) จำนวน 7 ข้อ และ คำถามแบบเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 1 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 6 จำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่ต้องการ เป็นระดับการ วัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 7 จำนวน Dive ต่อโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่ต้องการ เป็นระดับการวัด ข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 8 จำนวนนักดำน้ำต่อโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่ต้องการ เป็นระดับการ วัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 9 จำนวน Dive ต่อวันที่ต้องการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 10 ความต้องการดำน้ำกลางคืน (Night Dive) ที่ต้องการต่อโปรแกรม ท่องเที่ยวดำน้ำลึก เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 11 รูปแบบห้องพักที่ต้องการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 12 รูปแบบห้องน้ำที่ต้องการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามกำหนด (Nominal Scale)

และ ข้อที่ 13 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ให้ผู้ตอบตามความคิดเห็นเพื่อแสดงถึงข้อเสนอแนะ จำนวน 1 ข้อ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เพื่อศึกษาถึงความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

**3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ** ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าในตำราวิชาการ งานวิจัย นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ต และข้อมูลบางส่วนจากบริษัทที่ดำเนินธุรกิจดำน้ำ และ ชมรมต่างๆของนักดำน้ำไทย

**3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ** ได้แก่ ข้อมูลที่รวบรวมจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.2.1 จัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูล

3.2.2 ในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามเฉพาะนักดำน้ำไทยที่จบหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นต่ำระดับเบื้องต้น (Open Water) โดยทำการถามผู้ตอบแบบสอบถามก่อนว่าจบหลักสูตรการเรียนดำน้ำใช่หรือไม่ หากใช่ก็จะทำการแจกแบบสอบถาม และ ผู้วิจัยจะทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนที่จะทำการแจกแบบสอบถาม

3.2.3 ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้ คือ ทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างโดยตรง และ แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างโดยผ่านทางร้านดำน้ำ ครูสอนดำน้ำ

#### 4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1. นำแบบสอบถามที่รวบรวมมาได้มาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วจึงนำมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

4.2. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถแยกการวิเคราะห์ตามแบบสอบถามได้ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับรายได้ ระดับการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่เรียนจบ และ จำนวน Dive ทั้งหมดที่ดำน้ำตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือ การแสดงผลเป็น ความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือ การหาค่าความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Abroad) ในประเทศไทย ซึ่งสามารถแยกวิเคราะห์เป็นรายข้อดังนี้ ข้อที่ 1-5 ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือ การหาค่าเฉลี่ยและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อที่ 6-13 ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือ การหาค่าความถี่ และร้อยละ

4.4 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักดำน้ำชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ และ จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน โดยแยกวิเคราะห์เป็นรายข้อได้ดังนี้

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ (แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 1) กับ ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อที่ 1-5) โดยใช้ t-test

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับ รายได้ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน (แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อที่ 2-6) กับ ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกแบบพัก

ค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อที่ 1-5) โดยใช้ F-test (One-Way ANOVA)

วิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ด้านระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ และ จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน (แบบสอบถามส่วนที่1 ข้อที่ 5 และ 6) กับ จำนวนวันดำน้ำที่ต้องการต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำนวนไต้ไฟที่ต้องการต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำนวนไต้ไฟต่อวันที่ต้องการ และ ความต้องการการดำน้ำกลางคืน (แบบสอบถามส่วนที่3 ข้อที่ 6-7 และ ข้อที่ 9-10) โดยใช้ Chi - Square

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกัน โดยแยกวิเคราะห์เป็นรายข้อได้ดังนี้

วิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย (แบบสอบถามส่วนที่2 ข้อที่ 1, 4, 5, 6 และ 8) กับ ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการในแต่ละด้าน (แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อที่ 1-5) โดยใช้ สถิติทดสอบ F-test (One-Way ANOVA)

วิเคราะห์ความแตกต่างของบุคคลที่ไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้วยมากที่สุด แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อที่ 6) กับ ความต้องการรูปแบบห้องพักที่ต้องการมากที่สุด (แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อที่ 11) โดยใช้ Chi – Square

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ทางผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตอบสนองตามความมุ่งหมายของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### 5.1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้

#### 5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตร (อภิรักษ์ จันทร์ตะนี. 2538: 75.)

$$P = \frac{f(100)}{n}$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ หรือ เปอร์เซนต์(Percentage)

เมื่อ f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

เมื่อ n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

#### 5.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ใช้สัญลักษณ์ $\bar{X}$ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 34-35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

เมื่อ  $\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

#### 5.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตรชูศรี วงศ์รัตน์ (2541:65)

$$S.D = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.2. สถิติที่ใช้หาค่าคุณภาพแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 449)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ  $k$  แทน จำนวนคำถาม  
 $\overline{\text{covariance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่าง ๆ  
 $\overline{\text{variance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

5.3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาคั้งนี้ จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

5.3.1 ค่า t-Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม กรณีทราบความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent Sample) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 135.)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ  $t$  แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์  
 $\bar{x}_1 - \bar{x}_2$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ  
 $S_1^2 S_2^2$  แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ  
 $n_1 n_2$  แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

5.3.2 ค่า F-Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 135.)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$



เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติ การแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ
	$MS_b$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Group)
	$MS_w$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square With Group)
	$MS_b$	=	$\frac{SS_b}{(k - 1)}$
	$MS_w$	=	$\frac{SS_w}{(n - k)}$
$SS_b$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between Group sum of Squares)	
$SS_w$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Group sum of Squares)	
K	แทน	จำนวนกลุ่ม	
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง	
(k-1)	แทน	Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (dfb)	
(n-k)	แทน	Degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม (dfw)	

และถ้าผลทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 332-333)

$$LSD = t_{1-\alpha/2;n-k} \sqrt{MSE [1/n_i + 1/n_j]}$$

เมื่อ	$t_{1-\alpha/2;n-k}$	คือ	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็น อิสระภายในกลุ่ม
	MSE	คือ	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MSw)
	$n_j$	คือ	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

5.3.3 สถิติทดสอบ Chi- Square ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง โดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545 : 135)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ	$\chi^2$	แทนค่าไคสแควร์
	$O_{ij}$	แทนค่าความถี่ที่สังเกตได้ในแต่ละแถวสดมภ์
	$E_{ij}$	แทนค่าความถี่ที่คาดหวังในแต่ละแถวสดมภ์
ซึ่ง	$E_{ij}$	$= \frac{R_i \times C_j}{N}$
	$R_i$	แทนค่าผลรวมของความถี่ในแถวที่ i
	$C_j$	แทนค่าผลรวมของความถี่ในคอลัมน์ที่ j
	$N$	แทนค่าผลรวมของความถี่ทั้งหมด
	$r$	แทนค่า จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านแถว
	$c$	แทนค่า จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านคอลัมน์

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในงานวิจัยเรื่อง ความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของ นักดำน้ำชาวไทย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนผู้บริโภคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t-Distribution
F-ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
F-Prob., P	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
$\chi^2$	แทน	ค่าไคสแควร์
H <sub>0</sub>	แทน	สมมติฐานหลัก
H <sub>1</sub>	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ และ จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	191	49.6
หญิง	<b>194</b>	<b>50.4</b>
รวม	385	100.0
อายุ		
15 - 24 ปี	36	9.4
<b>25 - 34 ปี</b>	<b>235</b>	<b>61.0</b>
35 - 44 ปี	90	23.4
45 - 54 ปี	24	6.2
รวม	385	100.0
สถานภาพสมรส		
<b>โสด</b>	<b>306</b>	<b>79.4</b>
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	8	2.1
สมรส ไม่มีบุตร	33	8.6
สมรส มีบุตร	38	9.9
รวม	385	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,001 บาท	27	7.0
10,001 - 20,000 บาท	67	17.4
20,001 - 30,000 บาท	76	19.7
30,001 - 40,000 บาท	76	19.7
<b>ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป</b>	<b>139</b>	<b>36.2</b>
รวม	385	100.0
ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จ		
Open Water	92	23.9
<b>Advanced Open Water</b>	<b>180</b>	<b>46.7</b>
Medic First Aid/ Rescue	50	13.0
Dive Master	30	7.8
Instructor	33	8.6
รวม	385	100.0
จำนวน dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบัน		
1 – 50 Dives	50	13.0
51 – 100 Dives	58	15.1
<b>101 – 200 Dives</b>	<b>210</b>	<b>54.5</b>
201 – 300 Dives	52	13.5
ตั้งแต่ 301 Dives ขึ้นไป	15	3.9
รวม	385	100.0

ผลจากตาราง 2 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 385 คน โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6

อายุ นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุ 25-34 ปี จำนวน 235 คนคิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมาคือ อายุ 35-44 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 อายุ 15-24 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และ อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ โสด จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาคือ สมรสมีบุตร จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 สมรสไม่มีบุตร จำนวน 33 คิดเป็นร้อยละ 8.6 และหม้าย/หย่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาคือ รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และ รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,001 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ

ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จบหลักสูตร Advanced Open Water จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ Open Water จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 Medic First Aid / Rescue จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13 Instructor จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และ Dive Master จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีจำนวน dive 101 – 200 Dives จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือมีจำนวน Dive 51 – 100 Dives จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 จำนวน Dive 201 – 300 Dives จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 จำนวน Dive 1 – 50 Dives จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และ ตั้งแต่ 301 Dives ขึ้นไปมีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้าน อายุ สถานภาพสมรส รายได้ และจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน มีความแตกต่างทางด้านจำนวน(ความถี่)ของข้อมูลอยู่มาก ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน(ความถี่)ใหม่ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานดังตารางต่อไป

ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
15 - 24 ปี	36	9.4
<b>25 - 34 ปี</b>	<b>235</b>	<b>61.0</b>
ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป	114	29.6
รวม	385	100.0
สถานภาพสมรส		
<b>โสด หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่</b>	<b>314</b>	<b>81.5</b>
สมรส ไม่มีบุตร	33	8.6
สมรส มีบุตร	38	9.9
รวม	385	100.0
ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,001 บาท	94	24.4
20,001 - 30,000 บาท	76	19.7
30,001 - 40,000 บาท	76	19.7
<b>ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป</b>	<b>139</b>	<b>36.2</b>
รวม	385	100.0
จำนวน Dive ที่ดำเนินงานถึงปัจจุบัน		
1 – 50 Dives	50	13.0
51 – 100 Dives	58	15.1
<b>101 – 200 Dives</b>	<b>210</b>	<b>54.5</b>
ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	67	17.4
รวม	385	100.0

ผลจากตาราง 3 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (จัดกลุ่มใหม่) ซึ่งใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อายุ 25-34 ปี จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมาคือ อายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ อายุ 15-24 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ โสด หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมาคือ สมรสมีบุตร จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และ สมรสไม่มีบุตร จำนวน 33 คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และ รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และ ตามลำดับ

จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวน dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน 101 – 200 Dives จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไปมีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 จำนวน Dive 51 – 100 Dives จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 จำนวน Dive 201 – 300 Dives จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ จำนวน Dive 1 – 50 Dives จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ตาราง 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

จำนวน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยไป	350	91.9
ไม่เคยไป	35	9.1
รวม	385	100.0



ผลจากตาราง 4 แสดงข้อมูลการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือมีจำนวนทั้งหมด 350 คน คิดเป็นร้อยละ 91.9 ส่วนผู้ที่ไม่เคยไปมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

จำนวน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยไป 1 – 2 ครั้ง	118	33.7
เคยไป 3 – 4 ครั้ง	70	20.0
เคยไป 5 – 6 ครั้ง	31	8.9
เคยไป ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	131	37.4
<b>รวม</b>	<b>350</b>	<b>100.0</b>

ผลจากตาราง 5 แสดงข้อมูลการจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยนักดำน้ำผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือส่วนใหญ่เคยไปตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาคือ เคยไป 1-2 ครั้ง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 เคยไป 3-4 ครั้ง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ ผู้ที่ เคยไป 5-6 ครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของแหล่งดำน้ำที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย

แหล่งดำน้ำที่เคยไปท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อันดามันเหนือ ได้แก่ หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์	288	82.3
อันดามันใต้ ได้แก่ หมู่เกาะพีพี เกาะราชา หินแดงหินม่วง หมู่เกาะตะรุเตา	236	67.4
อ่าวไทยตอนบน ได้แก่ ทะเลชุมพร เกาะเต่า และ เกาะพะงัน	218	62.3
อ่าวไทยตอนล่าง ได้แก่ โลซิน ลอปี	74	21.1
อ่าวไทยด้านตะวันออก ได้แก่ จุดดำน้ำต่างๆแถบทะเลชลบุรี ระยองและตราด	93	26.6

ผลจากตาราง 6 แสดงข้อมูลแหล่งดำน้ำที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเคยไปแหล่งดำน้ำอันดามันเหนือ ได้แก่ หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ มากที่สุด คือ จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 รองลงมาคือ อันดามันใต้ ได้แก่ หมู่เกาะพีพี เกาะราชา หินแดงหินม่วง หมู่เกาะตะรุเตา จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 67.4 อ่าวไทยตอนบน ได้แก่ ทะเลชุมพร เกาะเต่า และ เกาะพะงัน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และ แหล่งดำน้ำที่นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเคยไปน้อยที่สุด คือ อ่าวไทยตอนล่าง ได้แก่ โลซิน ลอปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

วัตถุประสงค์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการไปพักผ่อน	281	80.3
<b>ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล</b>	<b>320</b>	<b>91.4</b>
ต้องการเพื่อนใหม่	86	24.6
ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	129	36.9
ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ เช่น กระเบนราหู ฉลามวาฬ	283	80.9
ต้องการถ่ายรูป บันทึกภาพความงามใต้ทะเล สิ่งมีชีวิตในทะเลที่น่าสนใจ	161	46.0
ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำด้วยกัน	169	48.3
อื่นๆ ได้แก่ ต้องการไปทำงาน ต้องการฝึกและหาประสบการณ์ดำน้ำ ต้องการทำกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ ต้องการสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ ต้องการหาเพื่อนใหม่	52	14.8

ผลจากรายการ 7 แสดงวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ คือ ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 91.4 รองลงมาคือ ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ เช่น กระเบนราหู ฉลามวาฬ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 81.9 ต้องการไปพักผ่อน จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 ต้องการเพื่อนใหม่ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 และ วัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกนักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามเลือกน้อยที่สุด คือ อื่นๆ ได้แก่ ต้องการไปทำงาน(เป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่การงาน ได้แก่ การเขียนบทความท่องเที่ยว สารคดี ถ่ายรูป ) ต้องการฝึกและหาประสบการณ์ดำน้ำ ต้องการทำกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ ต้องการสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่ ต้องการหาเพื่อนใหม่ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

ตาราง 8 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ พักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

วัตถุประสงค์หลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการไปพักผ่อน	98	29.6
<b>ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล</b>	<b>132</b>	<b>39.9</b>
ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	7	2.1
ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ เช่น กระเบนราหู	52	15.7
ฉลามวาฬ		
ต้องการถ่ายรูป บันทึกภาพความงามใต้ทะเล สิ่งมีชีวิตในทะเลที่น่าสนใจ	18	5.5
ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำด้วยกัน	8	2.4
อื่น ๆ ได้แก่ ต้องการไปทำงาน (เป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่การงาน)	16	4.8
ต้องการฝึกและหาประสบการณ์ดำน้ำ ต้องการทำกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ ต้องการสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่ ต้องการหาเพื่อนใหม่		
<b>รวม</b>	<b>331</b>	<b>100.0</b>

ผลจากตาราง 8 แสดงวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาคือ ต้องการไปพักผ่อน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ เช่น กระเบนราหู ฉลามวาฬ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ต้องการถ่ายรูป บันทึกภาพความงามใต้ทะเล สิ่งมีชีวิตในทะเลที่น่าสนใจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ต้องการอื่น ๆ ได้แก่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ซึ่งความต้องการอื่น ๆ ได้แก่ ต้องการฝึกและหาประสบการณ์ดำน้ำ ต้องการทำกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติ ต้องการสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่ ต้องการไปทำงาน (เป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่การงาน) ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำด้วยกัน จำนวน 8 คน ร้อยละ 2.4 และ วัตถุประสงค์หลักที่ต้องการน้อยที่สุด คือ ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน</b>	<b>223</b>	<b>63.7</b>
ครูสอนดำน้ำ	22	6.3
คู่สมรส/คนรัก	55	15.7
คนในครอบครัว	15	4.3
บุคคลอื่น	35	10.0
<b>รวม</b>	<b>350</b>	<b>100.0</b>

ผลจากตาราง 9 แสดงผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกส่วนใหญ่ คือ เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาคือคู่สมรส/คนรัก จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 บุคคลอื่นได้แก่ ตัวเอง ผู้จัดนำเที่ยว ผู้ร่วมท่องเที่ยวบนเรือ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ครูสอนดำน้ำจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และ คนในครอบครัวจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของบุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้าง  
แรมบนเรือ (Live Aboard)

บุคคลที่ไปดำน้ำด้วย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไปคนเดียว	37	10.6
คู่สมรส/คนรัก	63	18.0
ครูสอนดำน้ำ	14	4.0
<b>เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน</b>	<b>224</b>	<b>64.0</b>
คนในครอบครัว	12	3.4
<b>รวม</b>	<b>350</b>	<b>100.0</b>

ผลจากตาราง 10 แสดงบุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือกับเพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือไปกับคู่สมรส/คนรัก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ไปคนเดียวจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 ไปกับครูสอนดำน้ำจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และ ไปกับคนในครอบครัวจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของกิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำนํ้า

กิจกรรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>นอนพักผ่อน</b>	<b>281</b>	<b>80.7</b>
พูดคุยสนทนา	278	79.9
อ่านหนังสือ	177	50.9
ฟังเพลง	116	33.3
ดูวีซีดีภาพยนตร์	93	26.7
ร้องเพลง	20	5.7
ทานอาหารว่าง ขนม	204	58.6
เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์	5	1.4
เล่นน้ำ ดำนํ้าตื้น	101	29.0
ถ่ายรูป	125	35.9
เล่นเกมส์ สันทนาการต่างๆ เช่น ไพ่	42	12.1
จัดบันทึกดำนํ้า ศึกษารายละเอียดสิ่งมีชีวิตที่พบ ในการดำนํ้า	186	53.4
อื่นๆ ได้แก่ ชมทิวทัศน์ อาบแดด ทำงาน วาดรูป ทำความสะอาดและเตรียมอุปกรณ์เพื่อดำไดฟ์ ถัดไป	10	2.8

ผลจกตาราง 11 แสดงข้อมูลของกิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำนํ้า กิจกรรมที่นักดำนํ้าชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำระหว่างพักดำนํ้ามากที่สุด คือ นอนพักผ่อน จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ พูดคุยสนทนา จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 79.9 ทานอาหารว่าง ขนม จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 ทำกิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ ชมทิวทัศน์ อาบแดด ทำงาน วาดรูป ทำความสะอาดและเตรียมอุปกรณ์เพื่อดำไดฟ์ถัดไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และ กิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำนํ้าน้อยที่สุด คือ เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	55	15.7
<b>วันหยุดเทศกาล</b>	<b>136</b>	<b>38.9</b>
วันธรรมดา	42	12.0
วันลาพักร้อน	117	33.4
<b>รวม</b>	<b>350</b>	<b>100.0</b>

ผลจากตาราง 12 แสดงช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปท่องเที่ยวช่วงวันหยุดเทศกาล จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ วันลาพักร้อน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และ น้อยที่สุด คือ ช่วงวันธรรมดาจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แบ่งเป็น 2 ตอนตามลักษณะคำถามได้แก่

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แสดงถึงระดับความต้องการ (Likert Scale) มีการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความต้องการทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว ความต้องการด้านที่พัก ความต้องการด้านอาหาร ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก และ ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการแต่ละด้านดังต่อไปนี้



ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยว  
 ดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ ต้องการ
ความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว	3.81	0.49	มาก
ความต้องการด้านที่พัก	4.24	0.48	มากที่สุด
ความต้องการด้านอาหาร	3.83	0.61	มาก
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	3.61	0.48	มาก
ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร	4.44	0.45	มากที่สุด
รวม	3.99	0.36	มาก

ผลจากตาราง 13 แสดงข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่านักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีผลรวมความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร และ ความต้องการด้านที่พัก ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.44 และ 4.24 ตามลำดับ ส่วนด้านที่นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความต้องการด้านอาหาร ความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว และ ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83, 3.81 และ 3.61 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความต้องการแยกในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการเส้นทางดำน้ำลึก มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) เส้นทางดำน้ำลึกในประเทศไทย

ความต้องการเส้นทางดำน้ำลึกในประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
<u>เส้นทางฝั่งอ่าวไทย</u>			
ชุมพร - เกาะเต่า - หินใบ - กองชุมพร	3.52	.87	มาก
ชุมพร - กองชุมพร - ร้านเปิด - ร้านไก่	3.45	.88	มาก
โลซิน - ลอปี- ตู้รถไฟ	3.65	.93	มาก
แหล่งดำน้ำต่าง ๆ แถบทะเลชลบุรี ระยอง และ ตรวด	2.49	.94	น้อย
<u>เส้นทางฝั่งอันดามัน</u>			
เกาะราชา - เกาะดอกไม้ - เกาะยุง - เกาะพีพี - มุสัง	3.83	.88	มาก
หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี - เกาะยุง	4.41	.66	มากที่สุด
<b>สิมิลัน - บอน - ตาชัย - ริเชิว</b>	<b>4.62</b>	<b>.64</b>	<b>มากที่สุด</b>
ตะรุเตา - หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี	4.54	.61	มากที่สุด
ผลรวมของความต้องการด้านเส้นทางน้ำลึก	3.81	.49	มาก

ผลจากตาราง 14 แสดงข้อมูลความต้องการคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านเส้นทางดำน้ำลึกในประเทศไทย พบว่าโดยรวมนักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีผลรวมความต้องการด้านเส้นทางดำน้ำลึกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

เส้นทางดำน้ำลึกที่นักดำน้ำมีระดับความต้องการไปในระดับมากที่สุดคือ เส้นทางสิมิลัน-บอน-ตาชัย-ริเชิว รองลงมาคือ เส้นทางตะรุเตา - หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี และ เส้นทางหินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี - เกาะยุง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.62, 4.54 และ 4.41 ตามลำดับ

ส่วนเส้นทางดำน้ำลึกที่นักดำน้ำมีความต้องการไปในระดับมาก คือ เส้นทางเกาะราชา - เกาะดอกไม้ - เกาะยุง - เกาะพีพี - มุสัง รองลงมา คือ เส้นทางโลซิน - ลอปี - ตู้รถไฟ เส้นทางชุมพร - เกาะเต่า - หินใบ - กองชุมพร และ เส้นทางชุมพร - กองชุมพร - ร้านเปิด - ร้านไก่ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83, 3.65, 3.52 และ 3.45 ตามลำดับ

ส่วนเส้นทางดำน้ำลึกที่นักดำน้ำมีความต้องการไปน้อย ได้แก่ เส้นทางแหล่งดำน้ำต่างๆ แถบทะเลชลบุรี ระยอง และ ตรวด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.49

2. การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านที่พัก มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการด้านที่พัก

ความต้องการด้านที่พัก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ความสวยงามของห้องพักบนเรือ	3.66	.84	มาก
ความสะอาดของห้องพัก ห้องน้ำ บนเรือ	4.62	.61	มากที่สุด
<b>มาตรการความปลอดภัย</b>	<b>4.74</b>	<b>.49</b>	<b>มากที่สุด</b>
ห้องสำหรับสันทนาการ พักผ่อน บนเรือ	3.95	.78	มาก
ผลรวมของความต้องการด้านที่พัก	4.24	.48	มากที่สุด

ผลจากตาราง 15 แสดงข้อมูลความต้องการด้านที่พักในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่าโดยรวมนักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความต้องการด้านที่พักอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.28 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

คุณสมบัติของที่พักที่นักดำน้ำชาวไทยต้องการในระดับมากที่สุด คือ มาตรการความปลอดภัย รองลงมาคือความสะอาดของห้องพัก ห้องน้ำ บนเรือ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.74 และ 4.62 ตามลำดับ

ส่วนคุณสมบัติของที่พักที่นักดำน้ำชาวไทยต้องการในระดับมาก คือ ห้องสำหรับสันทนาการ พักผ่อน บนเรือ รองลงมา คือ ความสวยงามของห้องพักบนเรือ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 และ 3.66 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านอาหาร มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความต้องการด้านอาหาร

ความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
ความหลากหลายของอาหาร	4.07	0.76	มาก
<b>ความอร่อยของอาหาร</b>	<b>4.47</b>	<b>0.67</b>	<b>มากที่สุด</b>
บริการเครื่องดื่มชา กาแฟ นม บนเรือ	4.03	0.82	มาก
บริการเครื่องดื่มน้ำอัดลม น้ำผลไม้ บนเรือ	4.08	0.84	มาก
บริการขนมขบเคี้ยวบนเรือ	3.69	0.96	มาก
บริการของหวาน ผลไม้ หลังอาหารบนเรือ	4.01	0.81	มาก
บริการอาหารว่างระหว่างพักดำน้ำ	4.01	0.84	มาก
บริการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนเรือ	2.26	1.25	น้อย
ผลรวมของความต้องการด้านอาหาร	3.83	0.61	มาก

ผลจากตาราง 16 แสดงข้อมูลความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่มในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่าโดยรวมนักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

คุณสมบัติของอาหารและเครื่องดื่มที่นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความอร่อยของอาหาร มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.47

ส่วนความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่มที่นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการในระดับมาก คือ บริการเครื่องดื่มน้ำอัดลม น้ำผลไม้ บนเรือ รองลงมาคือ ความหลากหลายของอาหาร บริการเครื่องดื่มชา กาแฟ นม บริการของหวาน ผลไม้ หลังอาหาร บริการอาหารว่างระหว่างพักดำน้ำ และ บริการขนมขบเคี้ยวบนเรือ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.08, 4.07, 4.03, 4.01, 4.01, 3.69 และ 2.26 ตามลำดับ

ส่วนความต้องการด้านอาหารที่นักดำน้ำชาวไทยต้องการอยู่ในระดับน้อย คือ บริการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนเรือ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.26

4. การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
<u>ด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำห้องพัก</u>			
เครื่องปรับอากาศ	4.22	0.85	มากที่สุด
พัดลม	2.85	1.04	ปานกลาง
อุปกรณ์ เครื่องใช้อื่นๆ	4.03	0.55	มาก
<u>ด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำส่วนกลาง</u>			
โทรทัศน์	3.85	1.04	มาก
เครื่องเล่นวีซีดี/ ดีวีดี	3.74	1.00	มาก
วีซีดี/ ดีวีดีภาพยนตร์ เพลงต่างๆ	3.69	0.99	มาก
คอมพิวเตอร์	3.30	1.08	ปานกลาง
คาราโอเกะ	2.85	1.14	ปานกลาง
เครื่องทำน้ำอุ่นประจำห้องน้ำทุกห้อง	3.72	1.11	มาก
เครื่องชงกาแฟ	3.32	1.14	ปานกลาง
เครื่องปิ้งขนมปัง	3.75	0.96	มาก
หนังสือ นิตยสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต	4.26	0.83	มากที่สุด
<u>ใต้ทะเล</u>			
หนังสือ นิตยสารสำหรับอ่านเล่น	3.61	0.98	มาก
ไฟ เกมส์ต่างๆ	2.89	1.20	ปานกลาง
อุปกรณ์ เครื่องใช้อื่นๆ	3.05	0.69	ปานกลาง

ตาราง 17 (ต่อ)

ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
<u>ด้านบริการอำนวยความสะดวก</u>			
บริการจองตั๋วโดยสารเครื่องบิน/รถทัวร์	3.71	1.05	มาก
บริการขนย้ายสัมภาระไป-กลับระหว่างกรุงเทพฯ-เรือ	4.15	0.94	มาก
<b>บริการรับ-ส่งระหว่างสนามบิน/ท่ารถโดยสารถึงเรือ</b>	<b>4.54</b>	<b>0.71</b>	<b>มากที่สุด</b>
บริการให้เช่าอุปกรณ์ต่างๆสำหรับดำน้ำ	3.74	1.22	มาก
บริการอื่นๆ	3.02	0.42	ปานกลาง
ผลรวมของความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.61	0.48	มาก

ผลจากตาราง 17 แสดงข้อมูลความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวดำน้ำ ลีคแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่าโดยรวมนักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.61 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อจะเห็นได้ว่า

สิ่งอำนวยความสะดวกที่นักดำน้ำชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด แยกตามประเภทได้ดังนี้

อุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำห้องพัก ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.22

อุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำส่วนกลาง ได้แก่ หนังสือนิตยสารต่างๆเกี่ยวกับการดำน้ำ สิ่งมีชีวิตใต้ทะเล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

บริการอำนวยความสะดวก ได้แก่ บริการรับ-ส่งระหว่างสนามบิน/ท่ารถโดยสารถึงเรือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

สิ่งอำนวยความสะดวกที่นักดำน้ำชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยู่ในระดับมาก แยกตามประเภทได้ดังนี้

อุปกรณ์อำนวยความสะดวกอื่นๆประจำห้องพัก ได้แก่ เครื่องเป่าผม ที่เสียบปลั๊กไฟ คอมพิวเตอร์ ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว ตู้/ชั้นเก็บของ ไฟสำหรับอ่านหนังสือ วิทย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

อุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำส่วนกลาง ได้แก่ โทรทัศน์ เครื่องปิ้งขนมปัง เครื่องเล่นวีซีดี/ดีวีดี เครื่องทำน้ำอุ่นประจำห้องน้ำ วีซีดี/ดีวีดีภาพยนตร์เพลงต่าง ๆ และ หนังสือนิตยสาร สำหรับอ่านเล่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85, 3.75, 3.74, 3.72 และ 3.69 ตามลำดับ

บริการอำนวยความสะดวกที่นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บริการขนย้ายสัมภาระไป-กลับระหว่างกรุงเทพฯ-เรือ บริการให้เช่าอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับดำน้ำ และ บริการจองตั๋วโดยสารเครื่องบิน/รถทัวร์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15, 3.74 และ 3.71 ตามลำดับ

สิ่งอำนวยความสะดวกที่นักดำน้ำชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยู่ในระดับระดับปานกลาง แยกตามประเภทได้ดังนี้

อุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำห้องพัก ได้แก่ พัดลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85

อุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำส่วนกลาง ได้แก่ เครื่องชงกาแฟ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เครื่องใช้อื่นๆ ได้แก่ เครื่องดนตรี กีตาร์ อุปกรณ์ปฐมพยาบาล ผ้าห่ม ที่เสียบปลั๊กไฟ กล้องถ่ายวิดีโอ ถ่ายภาพใต้น้ำ ไฟ เกมส์ต่างๆ และ คาราโอเกะ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32, 3.30, 3.05, 2.89 และ 2.85 ตามลำดับ

บริการอำนวยความสะดวก ได้แก่ บริการอื่นๆ ได้แก่ บริการสปา นวด บริการซ่อมอุปกรณ์ดำน้ำ บริการถ่ายวิดีโอ รถรับส่งกรุงเทพถึงท่าเรือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02

5. การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร ได้แก่ ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของผู้นำดำน้ำ และ ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของพนักงานลูกเรือ มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร

ความต้องการที่มีต่อการให้บริการบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความต้องการ
<b>ความต้องการที่มีต่อผู้นำดำน้ำ ( Dive leader )</b>			
ความชำนาญเส้นทางของผู้นำดำน้ำ ( Dive leader )	4.81	0.44	มากที่สุด
ความสามารถของผู้นำดำน้ำ ( Dive leader ) ในการค้นหาสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ	4.71	.57	มากที่สุด
<b>การดูแลเอาใจใส่ในความปลอดภัยของนักดำน้ำ</b>	<b>4.88</b>	<b>0.38</b>	<b>มากที่สุด</b>
ความเป็นมิตรของผู้นำดำน้ำ ( Dive leader )	4.73	0.50	มากที่สุด
<b>ความต้องการที่มีต่อพนักงานลูกเรือ</b>			
การช่วยเหลือขนย้ายสัมภาระ	4.43	0.73	มากที่สุด
การช่วยจัดเตรียม ประกอบอุปกรณ์ในการดำน้ำ	4.07	0.99	มาก
บริการเสิร์ฟน้ำดื่มก่อนลงดำน้ำ	3.70	1.02	มาก
บริการช่วยเหลือนักดำน้ำขณะขึ้น-ลงดำน้ำ	4.39	0.73	มากที่สุด
บริการล้างทำความสะอาดอุปกรณ์หลังจากดำน้ำ	3.97	0.98	มาก
<b>ความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงานลูกเรือ</b>	<b>4.66</b>	<b>0.55</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ผลรวมความต้องการที่มีต่อการให้บริการบุคลากร</b>	<b>4.44</b>	<b>0.45</b>	<b>มากที่สุด</b>

ผลจากตาราง 18 แสดงข้อมูลความต้องการความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรของโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่านักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม มีผลรวมความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.44 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อจะเห็นได้ว่า

นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรในระดับมากที่สุด แยกตามบุคลากรได้ดังนี้



ความต้องการที่มีต่อผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) ที่มีความต้องการในระดับมากที่สุด ได้แก่ การดูแลเอาใจใส่ในความปลอดภัยของนักดำน้ำ ความชำนาญเส้นทางของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) ความเป็นมิตรของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) และ ความสามารถของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) ในการค้นหาสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88, 4.81, 4.73 และ 4.71 ตามลำดับ

ในส่วนความต้องการที่มีต่อพนักงานลูกเรือที่มีความต้องการในระดับมากที่สุด คือ ความเป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงานลูกเรือ การช่วยเหลือขนย้ายสัมภาระ และ บริการช่วยเหลือนักดำน้ำขณะขึ้น-ลงดำน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66, 4.43 และ 4.39 ตามลำดับ

ส่วนความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรที่นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการในระดับมาก เป็นความต้องการที่มีต่อพนักงานลูกเรือ ได้แก่ บริการของพนักงานลูกเรือในการช่วยจัดเตรียมประกอบอุปกรณ์ในการดำน้ำ บริการล้างทำความสะอาดอุปกรณ์หลังดำน้ำ และ บริการเสิร์ฟน้ำดื่มก่อนลงน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 3.97 และ 3.70 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่เป็นคำถามแบบปิด ได้แก่ ความต้องการคุณลักษณะอื่นๆของโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในส่วนของจำนวนวันดำน้ำ จำนวน Dive ที่ดำทั้งหมดต่อโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน Dive ที่ดำต่อวัน จำนวน Dive ดำกลางคืนที่ต้องการ จำนวนนักดำน้ำที่ต้องการต่อการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และ ความต้องการด้านที่พัก ในส่วนของรูปแบบห้องพัก และ รูปแบบห้องน้ำที่ต้องการ มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของข้อมูลความต้องการคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ความต้องการคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมท่องเที่ยว		
2 วัน	7	1.8
3 วัน	70	18.2
<b>4 วัน</b>	<b>247</b>	<b>64.2</b>
ตั้งแต่ 5 วันขึ้นไป	61	15.8
รวม	385	100.0

ตาราง 19 ( ต่อ )

ความต้องการคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการจำนวน Dive ทั้งหมดต่อโปรแกรมท่องเที่ยว		
5 – 8 Dives	26	6.8
9 – 12 Dives	118	30.6
<b>13 – 16 Dives</b>	<b>218</b>	<b>56.6</b>
ตั้งแต่ 17 Dives ขึ้นไป	23	6.0
รวม	385	100.0
ความต้องการจำนวนสมาชิกนักดำน้ำในเรือต่อทริป		
2 – 5 คน	4	1.0
6 – 10 คน	36	9.4
<b>11 – 15 คน</b>	<b>165</b>	<b>42.8</b>
16 – 20 คน	160	41.6
21 – 25 คน	19	4.9
ตั้งแต่ 26 คนขึ้นไป	1	.3
รวม	385	100.0
ความต้องการจำนวน Dive ต่อวัน		
1 – 2 Dives	15	3.9
3 Dives	149	38.7
<b>4 Dives</b>	<b>209</b>	<b>54.3</b>
ตั้งแต่ 5 Dives ขึ้นไป	12	3.1
รวม	385	100.0
ความต้องการจำนวน Dive ที่ดำน้ำกลางคืนต่อโปรแกรมท่องเที่ยว		
ไม่ต้องการ	31	8.1
1-2 Dives ต่อทริป	58	15.1
<b>3-4 Dives ต่อทริป</b>	<b>185</b>	<b>48.0</b>
มีทุกวันดำน้ำ	111	28.8
รวม	385	100.0

ผลจากตาราง 19 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

จำนวนวันดำน้ำทั้งหมดที่ต้องการต่อโปรแกรมท่องเที่ยว พบว่านักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการจำนวนวันดำน้ำ 4 วัน จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมาคือ ต้องการจำนวนวันดำน้ำ 3 วัน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ต้องการจำนวนวันดำน้ำ 5 วันขึ้นไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ ต้องการน้อยที่สุดคือ จำนวนวันดำน้ำ 2 วัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

จำนวน Dive ทั้งหมดที่ต้องการต่อโปรแกรมท่องเที่ยว พบว่านักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมท่องเที่ยว 13-16 Dives จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมาคือ ต้องการ 9-12 Dives ต่อโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 ต้องการ 5 – 8 Dives ต่อโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และ ต้องการน้อยที่สุด คือ ตั้งแต่ 17 Dives ขึ้นไปต่อโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกนักดำน้ำในเรือที่ต้องการต่อโปรแกรมท่องเที่ยว พบว่านักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการจำนวนสมาชิกนักดำน้ำในเรือต่อทริป 11 – 15 คน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ ต้องการจำนวนสมาชิกนักดำน้ำในเรือต่อทริป 16 – 20 คน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 ต้องการจำนวนสมาชิกนักดำน้ำในเรือต่อทริป 6 – 10 คน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ต้องการจำนวนสมาชิกนักดำน้ำในเรือต่อทริป 21 – 25 คน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ต้องการจำนวนสมาชิกนักดำน้ำในเรือต่อทริป 2 – 5 คน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ ต้องการน้อยที่สุดคือ ตั้งแต่ 26 คน ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

จำนวน Dive ที่ต้องการต่อวัน พบว่านักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการดำน้ำ 4 Dives ต่อวัน จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ ต้องการ 3 Dives ต่อวัน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 ต้องการ 2 Dives ต่อวัน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และ ต้องการตั้งแต่ 5 Dives ขึ้นไปต่อวัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

จำนวนการดำน้ำกลางคืน (Night Dive) ที่ต้องการต่อโปรแกรมท่องเที่ยว พบว่านักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการจำนวน Dive ที่ดำน้ำกลางคืน 3-4 Dives ต่อโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ต้องการดำน้ำกลางคืนทุกวันดำน้ำในโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 ต้องการ 1-2 dives ต่อโปรแกรม จำนวน

58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 และ ไม่ต้องการดำน้ำกลางคืนในโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลความต้องการด้านที่พัก ส่วนของรูปแบบห้องพัก และ รูปแบบห้องน้ำที่ต้องการบนเรือ (Live Aboard)

ความต้องการด้านที่พักบนเรือ (Live Aboard)	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบห้องพักที่ต้องการมากที่สุด		
ห้องนอนเดี่ยว	65	16.9
<b>ห้องพักสำหรับ 2 คน</b>	<b>289</b>	<b>75.1</b>
ห้องพักสำหรับ 3-4 คน	24	6.2
ห้องพักสำหรับ 4 คนขึ้นไป	7	1.8
รวม	385	100.0
รูปแบบห้องน้ำที่ต้องการมากที่สุด		
<b>ห้องน้ำแยกประจำห้องพักแต่ละห้อง</b>	<b>296</b>	<b>76.9</b>
ห้องน้ำรวม	89	23.1
รวม	385	100.0

ผลจากตาราง 20 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการรูปแบบห้องพักและรูปแบบห้องน้ำของนักดำน้ำชาวไทยที่มีต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยสามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

รูปแบบห้องพัก พบว่า รูปแบบห้องพักที่นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุดคือ ห้องพักสำหรับ 2 คน จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 75.1 รองลงมาคือ ห้องนอนเดี่ยว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 ห้องพักสำหรับ 3-4 คนจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และ ต้องการน้อยที่สุดคือ ห้องพักสำหรับ 4 คนขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

รูปแบบห้องน้ำ พบว่า รูปแบบห้องน้ำที่นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุดคือ ห้องน้ำแยกประจำห้องพักแต่ละห้อง จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ ห้องน้ำรวมจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 : นักดำน้ำชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ และ จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำ จนถึงปัจจุบัน แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

##### 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างเป็นอิสระจากกัน (Independent Sample t – test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ P หรือ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามเพศ

ความต้องการ	เพศ	t – test for equal variances assumed			
		$\bar{X}$	S.D.	t	P
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	ชาย	3.99	0.35	0.218	<b>0.827</b>
	หญิง	3.98	0.38		

จากตาราง 21 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบพบว่า ค่า P เท่ากับ 0.827 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ  
พักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามเพศ

ความต้องการ	เพศ	t – test for equal variances assumed			
		$\bar{X}$	S.D.	t	P
ความต้องการคุณลักษณะของ โปรแกรมท่องเที่ยว	ชาย	3.78	0.476	-1.357	0.176
	หญิง	3.85	0.496		
ความต้องการด้านที่พัก	ชาย	4.28	0.445	1.562	0.119
	หญิง	4.20	0.513		
ความต้องการด้านอาหาร	ชาย	3.80	0.611	-0.885	0.377
	หญิง	3.85	0.615		
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	3.61	0.479	-0.277	0.782
	หญิง	3.62	0.479		
ความต้องการที่มีต่อการให้บริการ ของบุคลากร	ชาย	4.49	0.433	<b>2.201*</b>	<b>0.028</b>
	หญิง	4.39	0.456		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-Test ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน

ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านความ

ต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรของแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยนักดำน้ำชาวไทย เพศชาย มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้าน การให้บริการของบุคลากรมากกว่านักดำน้ำหญิง โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.10

## 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามอายุ

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	15 - 24 ปี	3.98	0.376	0.260	<b>0.771</b>
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	25 - 34 ปี	3.99	0.352		
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป	3.96	0.378		



จากตาราง 23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. เท่ากับ 0.771 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามอายุ

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live aboard)	อายุ	$\bar{X}$	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว	15 - 24 ปี	3.90	0.480	1.348	0.261	
	25 - 34 ปี	3.82	0.460			
	ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป	3.76	0.537			
ความต้องการด้านที่พัก	15 - 24 ปี	4.20	0.481	0.973	0.379	
	25 - 34 ปี	4.27	0.462			
	ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป	4.20	0.520			
ความต้องการด้านอาหาร	15 - 24 ปี	3.88	0.615	0.181	0.834	
	25 - 34 ปี	3.82	0.611			
	ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป	3.81	0.619			
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	15 - 24 ปี	3.60	0.511	0.337	0.714	
	25 - 34 ปี	3.62	0.460			
	ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป	3.58	0.506			
ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร	15 - 24 ปี	4.34	0.442	1.074	0.343	
	25 - 34 ปี	4.43	0.439			
	ตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป	4.46	0.464			

จากตาราง 24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. ของแต่ละรายด้านมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

### 1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมจำแนกตามสถานภาพสมรส

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	โสด หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.98	0.358	0.030	0.970
	สมรส ไม่มีบุตร	3.99	0.375		
	สมรส มีบุตร	3.97	0.390		

จากตาราง 25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่าค่า F-Prob. เท่ากับ 0.970 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า สถานภาพสมรสที่ต่างก็มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ  
พักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านจำแนกตามสถานภาพสมรส

ความต้องการโปรแกรมการ ท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้าง แรมบนเรือ (Live Aboard)	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการคุณลักษณะ ของโปรแกรมท่องเที่ยว	โสด	3.83	0.480	1.376	0.254
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่				
	สมรส ไม่มีบุตร	3.72	0.544		
	สมรส มีบุตร	3.73	0.475		
ความต้องการด้านที่พัก	โสด	4.25	0.478	0.281	0.755
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่				
	สมรส ไม่มีบุตร	4.23	0.505		
	สมรส มีบุตร	4.19	0.495		
ความต้องการด้านอาหาร	โสด	3.82	0.605	0.095	0.909
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่				
	สมรส ไม่มีบุตร	3.87	0.636		
	สมรส มีบุตร	3.83	0.670		
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	โสด	3.61	0.465	0.375	0.688
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่				
	สมรส ไม่มีบุตร	3.67	0.484		
	สมรส มีบุตร	3.57	0.577		
ความต้องการที่มีต่อการ ให้บริการของบุคลากร	โสด	4.42	0.450	1.130	0.324
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่				
	สมรส ไม่มีบุตร	4.46	0.459		
	สมรส มีบุตร	4.53	0.407		

จากตาราง 26 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการ  
โปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตาม  
สถานภาพสมรส โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการ

ทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. ของแต่ละรายด้านมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

#### 1.4 ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 27 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	ระดับรายได้	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	ต่ำกว่า 20,001 บาท	3.97	0.376	0.647	0.585
	20,001 - 30,000 บาท	3.96	0.359		
	30,001 - 40,000 บาท	3.96	0.393		
	ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป	4.02	0.336		

จากตาราง 27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามระดับรายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่าค่า F-Prob. เท่ากับ 0.585 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามระดับรายได้

ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	ระดับรายได้	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของโปรแกรม ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20,001 บาท	3.87	0.485	0.747	0.525
	20,001 - 30,000 บาท	3.79	0.450		
	30,001 - 40,000 บาท	3.77	0.530		
	ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป	3.80	0.483		
ความต้องการด้านที่พัก	ต่ำกว่า 20,001 บาท	4.19	0.480	1.986	0.116
	20,001 - 30,000 บาท	4.19	0.482		
	30,001 - 40,000 บาท	4.20	0.496		
	ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป	4.32	0.469		
ความต้องการด้านอาหาร	ต่ำกว่า 20,001 บาท	3.85	0.616	0.102	0.959
	20,001 - 30,000 บาท	3.81	0.612		
	30,001 - 40,000 บาท	3.82	0.664		
	ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป	3.81	0.587		
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	ต่ำกว่า 20,001 บาท	3.56	0.492	1.169	0.321
	20,001 - 30,000 บาท	3.66	0.430		
	30,001 - 40,000 บาท	3.56	0.505		
	ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป	3.64	0.478		
ความต้องการที่มีต่อการ ให้บริการของบุคลากร	ต่ำกว่า 20,001 บาท	4.38	0.465	2.606	0.051
	20,001 - 30,000 บาท	4.36	0.475		
	30,001 - 40,000 บาท	4.43	0.416		
	ตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป	4.51	0.426		

จากตาราง 28 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตาม

ระดับรายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. ของแต่ละรายด้านมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

### 1.5 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่



ตาราง 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด

ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live Sboard)	ระดับหลักสูตรการเรียน ดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	Open Water	3.98	0.385	1.659	0.159
	Advanced Open Water	4.03	0.334		
	Medic First Aid/ Rescue	3.94	0.397		
	Dive Master	3.88	0.401		
	Instructor	3.94	0.333		

จากตาราง 29 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. เท่ากับ 0.159 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพัก  
ค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด

ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน	ระดับหลักสูตรการเรียน ดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของ โปรแกรมท่องเที่ยว	Open Water	3.82	0.495	0.651	0.627
	Advanced Open Water	3.84	0.467		
	Medic First Aid/ Rescue	3.77	0.442		
	Dive Master	3.84	0.532		
	Instructor	3.70	0.590		
ความต้องการด้านที่พัก	Open Water	4.21	0.491	1.550	0.187
	Advanced Open Water	4.28	0.496		
	Medic First Aid/ Rescue	4.22	0.466		
	Dive Master	4.07	0.486		
	Instructor	4.30	0.352		
ความต้องการด้านอาหาร	Open Water	3.79	0.629	1.371	0.243
	Advanced Open Water	3.88	0.574		
	Medic First Aid/ Rescue	3.68	0.699		
	Dive Master	3.76	0.661		
	Instructor	3.89	0.572		
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	Open Water	3.60	0.513	1.108	0.352
	Advanced Open Water	3.66	0.448		
	Medic First Aid/ Rescue	3.54	0.524		
	Dive Master	3.58	0.505		
	Instructor	3.52	0.439		

ตาราง 30 (ต่อ)

ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน	ระดับหลักสูตรการเรียน ดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการที่มีต่อการ ให้บริการของบุคลากร	Open Water	4.47	0.428	4.879	<b>0.001</b>
	Advanced Open Water	4.48	0.419		
	Medic First Aid/ Rescue	4.46	0.365		
	Dive Master	4.17	0.496		
	Instructor	4.26	0.590		

จากตาราง 30 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความแตกต่างกัน มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน

ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 31

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรของนักดำน้ำที่มีระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดแตกต่างกัน

ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด		Open Water	Advanced Open Water	Medic First Aid/ Rescue	Dive Master	Instructor
	$\bar{x}$	4.47	4.48	4.46	4.17	4.26
Open Water	4.47	-	-0.01 (0.844)	0.01 (0.918)	<b>0.30*</b> (0.001)	<b>0.21*</b> (0.017)
Advanced Open Water	4.48		-	0.02 (0.786)	<b>0.31*</b> (0.000)	0.22 (0.007)
Medic First Aid/ Rescue	4.46			-	0.29 (0.004)	0.20 (0.037)
Dive Master	4.17				-	0.09 (0.413)
Instructor	4.26					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 แสดงให้เห็นว่า

นักดำน้ำชาวไทยที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Open Water มีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรมากกว่านักดำน้ำที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Dive Master และ Instructor ตามลำดับ โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.001 และ 0.017 ตามลำดับ และ มีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.30 และ 0.21 ตามลำดับ

นักดำน้ำชาวไทยที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Advanced Open Water มีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรมากกว่านักดำน้ำที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Dive Master โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.000 และ มีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.31

## 1.6 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยว ดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามจำนวน dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	1 – 50 Dives	3.98	0.366	0.539	0.656
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	51 – 100 Dives	3.97	0.391		
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	101 – 200 Dives	3.97	0.344		
โดยรวม	ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	4.04	0.389		

จากตาราง 32 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามจำนวน dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบ พบว่า ค่า F-Prob. เท่ากับ 0.656 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวน ฎive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพัก  
ค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านจำแนกตามจำนวน dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน

ความต้องการโปรแกรมการ ท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้าง แรมบนเรือ (Live Aboard)	จำนวน Dive ที่ลง ดำน้ำจนถึงปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของโปรแกรม ท่องเที่ยว	1 – 50 Dives	3.68	0.468	1.440	0.231
	51 – 100 Dives	3.83	0.528		
	101 – 200 Dives	3.83	0.465		
	ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	3.85	0.523		
ความต้องการด้านที่พัก	1 – 50 Dives	4.31	0.467	0.775	0.509
	51 – 100 Dives	4.20	0.567		
	101 – 200 Dives	4.22	0.453		
	ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	4.29	0.500		
ความต้องการด้านอาหาร	1 – 50 Dives	3.83	0.639	0.379	0.768
	51 – 100 Dives	3.87	0.586		
	101 – 200 Dives	3.80	0.595		
	ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	3.87	0.675		
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	1 – 50 Dives	3.66	0.525	0.982	0.401
	51 – 100 Dives	3.60	0.460		
	101 – 200 Dives	3.58	0.467		
	ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	3.68	0.494		
ความต้องการที่มีต่อการ ให้บริการของบุคลากร	1 – 50 Dives	4.43	0.419	0.899	0.442
	51 – 100 Dives	4.36	0.455		
	101 – 200 Dives	4.44	0.442		
	ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	4.49	0.474		

จากตาราง 33 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way

ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. ของแต่ละรายด้านทั้ง 5 ด้านมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

### 1.7 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) และการทดสอบนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ต่อเมื่อ ค่า P มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )



ตาราง 34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการ  
ท่องเที่ยว จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด

ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำ ขั้นสูงสุดที่จบ	จำนวนวันที่ต้องการ				รวม
	2 วัน	3 วัน	4 วัน	ตั้งแต่ 5 วันขึ้นไป	
Open Water	3	23	55	11	92
Advanced Open Water	3	27	116	34	180
Medic First Aid/ Rescue	1	6	37	6	50
Dive Master		9	15	6	30
Instructor		5	24	4	33
รวม	7	70	247	61	385

$$\chi^2 = 14.467$$

$$P = 0.272$$

จากตาราง 34 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด โดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 14.467 และ ค่า P เท่ากับ 0.272 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### 1.8 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำที่ ต้องการต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) และการทดสอบนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ต่อเมื่อ ค่า P มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

ตาราง 35 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน

จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน	จำนวนวันดำน้ำที่ต้องการ				รวม
	2 วัน	3 วัน	4 วัน	ตั้งแต่ 5 วันขึ้นไป	
1 – 50 Dives	7	15	<b>22</b>	6	50
51 – 100 Dives		<b>51</b>	5	2	58
101 – 200 Dives		1	<b>209</b>		210
ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป		3	11	<b>53</b>	67
รวม	7	70	247	61	385

$$\chi^2 = 553.45^*$$

$$P = 0.000$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน โดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 553.45 และ ค่า P เท่ากับ

0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กล่าวคือ ในส่วนของนักดำน้ำที่มีจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน 1-50 Dives และ 100-200 Dives จะมีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 4 วัน ในขณะที่นักดำน้ำที่มีจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน 51-100 Dives จะมีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 3 วัน ส่วนนักดำน้ำที่มีจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป จะมีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 5 วันขึ้นไป

### 1.9 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) และการทดสอบนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ต่อเมื่อ ค่า P มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

ตาราง 36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมท่องเที่ยว  
จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด

ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำ ขั้นสูงสุดที่จบ	จำนวน Dive ที่ต้องการต่อโปรแกรม ท่องเที่ยว				รวม
	5 – 8	9 – 12	13 – 16	ตั้งแต่	
	Dives	Dives	Dives	17 Dives ขึ้นไป	
Open Water	18	34	<b>35</b>	5	92
Advanced Open Water	6	57	<b>104</b>	13	180
Medic First Aid/ Rescue	1	9	<b>38</b>	2	50
Dive Master	1	9	<b>18</b>	2	30
Instructor		9	<b>23</b>	1	33
รวม	26	118	218	23	385

$$\chi^2 = 45.258^*$$

$$P = 0.000$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมท่องเที่ยว จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด โดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 45.258 และ ค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กล่าวคือ นักดำน้ำที่สำเร็จหลักสูตรที่แตกต่างกันทั้ง 5 ระดับ มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว 13 – 16 Dives มากที่สุดในสัดส่วนที่แตกต่างกัน คือ ในระดับ Advanced Open Water มีความต้องการมากที่สุด จำนวน 104 คน ในขณะที่ระดับ Medic First Aid / Rescue มีความต้องการ 38 คน ระดับ Open Water มีความต้องการ 35 คน ระดับ Instructor มีความต้องการ 23 คน และ ระดับ Dive Master มีความต้องการ 18 คน

### 1.10 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) และการทดสอบนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ต่อเมื่อ ค่า P มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน

จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน	จำนวน Dive ที่ต้องการต่อโปรแกรมท่องเที่ยว				รวม
	5 – 8 Dives	9 – 12 Dives	13 – 16 Dives	ตั้งแต่ 17 Dives ขึ้นไป	
1 – 50 Dives	10	<b>20</b>	16	4	50
51 – 100 Dives	7	<b>40</b>	9	2	58
101 – 200 Dives	8	48	<b>151</b>	3	210
ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	1	10	<b>42</b>	14	67
รวม	26	118	218	23	385

$$\chi^2 = 124.587^*$$

$$P = 0.000$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน โดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 124.587 และ ค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กล่าวคือ กลุ่มนักดำน้ำที่มีจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน 1 – 50 Dives และ 51 – 100 Dives ต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 9 – 12 Dives แตกต่างจากกลุ่มนักดำน้ำที่มีจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน 101 – 200 Dives และ 200 Dives ขึ้นไป ซึ่งมีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวมากที่สุด 13 – 16 Dives

### 1.11 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) และการทดสอบนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ต่อเมื่อ ค่า P มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

ตาราง 38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อวัน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด

ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำ ขั้นสูงสุดที่จบ	จำนวน Dive ต่อวันที่ต้องการ				รวม
	1 – 2 Dives	3 Dives	4 Dives	ตั้งแต่ 5 Dives ขึ้นไป	
Open Water	9	<b>44</b>	37	2	92
Advanced Open Water	3	69	<b>103</b>	5	180
Medic First Aid/ Rescue		17	<b>31</b>	2	50
Dive Master	2	7	<b>19</b>	2	30
Instructor	1	12	<b>19</b>	1	33
รวม	15	149	209	12	385

$$\chi^2 = 23.604^*$$

$$P = 0.023$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อวัน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด โดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 23.604 และ ค่า P เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่ต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กล่าวคือ นักดำน้ำที่สำเร็จหลักสูตรระดับ Open Water มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันมากที่สุด 3 Dives ซึ่งแตกต่างจากนักดำน้ำที่สำเร็จหลักสูตรระดับ Advanced Open Water Medic First Aid/Rescue Dive Master และ Instructor ที่มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันมากที่สุด 4 Dives

### 1.12 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันแตกต่างกัน

ตาราง 39 การทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อวัน จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน

จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน	จำนวน Dive ต่อวันที่ต้องการ				รวม
	1 – 2 Dives	3 Dives	4 Dives	ตั้งแต่ 5 Dives ขึ้นไป	
1 – 50 Dives	4	21	23	2	50
51 – 100 Dives	4	21	31	2	58
101 – 200 Dives	6	77	122	5	210
ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	1	30	33	3	67
รวม	15	149	209	12	385

$$\chi^2 = 8.596$$

$$P = 0.475$$

จากตาราง 39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการจำนวน Dive ต่อวัน จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน โดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 8.596 และ ค่า P เท่ากับ 0.475 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



### 1.13 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน

ตาราง 40 การทดสอบความแตกต่างของความต้องการการดำน้ำกลางคืน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุด

ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำ ขั้นสูงสุดที่จบ	ความต้องการดำน้ำเวลากลางคืน				รวม
	ไม่ต้องการ	1-2 Dives ต่อทริป	3-4 Dives ต่อทริป	มีทุกวันดำ น้ำ	
Open Water	12	14	<b>49</b>	17	92
Advanced Open Water	8	27	<b>90</b>	55	180
Medic First Aid/ Rescue	4	12	16	<b>18</b>	50
Dive Master	1	4	<b>14</b>	11	30
Instructor	6	1	<b>16</b>	10	33
รวม	31	58	185	111	385

$$\chi^2 = 25.192^*$$

$$P = 0.014$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการการดำน้ำกลางคืน จำแนกตามระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดโดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 25.192 และ ค่า P เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า ระดับหลักสูตรการ

เรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กล่าวคือ นักดำน้ำที่สำเร็จหลักสูตรสูงสุดในระดับ Open Water Advanced Open Water Dive Master และ Instructor มีความต้องการการดำน้ำกลางคืน 3-4 dives ต่อทริปมากที่สุด ซึ่งแตกต่างนักดำน้ำที่สำเร็จหลักสูตรสูงสุดในระดับ Medic First Aid/ Rescue ที่มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนทุกวันดำน้ำต่อทริปมากที่สุด

#### 1.14 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน

ตาราง 41 การทดสอบความแตกต่างของความต้องการการดำน้ำกลางคืน จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน

จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน	ความต้องการดำน้ำเวลากลางคืน				รวม
	ไม่ต้องการ	1-2 Dives ต่อทริป	3-4 Dives ต่อทริป	มีทุกวันดำน้ำ	
1 – 50 Dives	6	8	<b>29</b>	7	50
51 – 100 Dives	6	2	<b>40</b>	10	58
101 – 200 Dives	12	35	<b>89</b>	74	210
ตั้งแต่ 201 Dives ขึ้นไป	7	13	<b>27</b>	20	67
รวม	31	58	185	111	385

$$\chi^2 = 27.752^*$$

$$P = 0.001$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการการดำน้ำกลางคืน จำแนกตามจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน โดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 27.752 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กล่าวคือ กลุ่มนักดำน้ำที่มีจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันแตกต่างกันทั้ง 4 กลุ่มมีความต้องการการดำน้ำกลางคืนมากที่สุด 3 – 4 Dives ต่อทริป ในสัดส่วนที่ต่างกัน และมีความต้องการการดำน้ำกลางคืนในลำดับรองลงมาแตกต่างกัน คือ กลุ่มนักดำน้ำที่มีจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน 1 – 50 Dives มีความต้องการการดำน้ำกลางคืน 1 – 2 Dives ต่อทริปเป็นลำดับรองลงมา ในขณะที่กลุ่มนักดำน้ำที่มีจำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน 51 – 100 Dives 101 – 200 Dives และ 200 Dives ขึ้นไป ต้องการการดำน้ำกลางคืนทุกวันดำน้ำ เป็นลำดับรองลงมา

**สมมติฐานข้อที่ 2 :** นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

**2.1 จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน**

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ F-Prob.น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทย

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม	1 – 2 ครั้ง	4.02	0.359	0.615	0.606
	3 – 4 ครั้ง	3.97	0.415		
	5 – 6 ครั้ง	4.01	0.354		
	ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	3.97	0.332		

จากตาราง 42 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. เท่ากับ 0.606 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่ต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 43 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว	1 – 2 ครั้ง	3.92	0.513	<b>3.283*</b>	<b>0.021</b>
	3 – 4 ครั้ง	3.81	0.467		
	5 – 6 ครั้ง	3.81	0.388		
	ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	3.73	0.492		
ความต้องการด้านที่พัก	1 – 2 ครั้ง	4.29	0.481	0.541	0.655
	3 – 4 ครั้ง	4.20	0.529		
	5 – 6 ครั้ง	4.22	0.531		
	ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	4.26	0.429		
ความต้องการด้านอาหาร	1 – 2 ครั้ง	3.87	0.637	0.372	0.773
	3 – 4 ครั้ง	3.78	0.694		
	5 – 6 ครั้ง	3.86	0.536		
	ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	3.83	0.563		
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	1 – 2 ครั้ง	3.61	0.466	0.011	0.998
	3 – 4 ครั้ง	3.61	0.536		
	5 – 6 ครั้ง	3.60	0.513		
	ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	3.62	0.438		

ตาราง 43 (ต่อ)

ความต้องการโปรแกรมการ ท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้าง แรมบนเรือ (Live Aboard)	จำนวนครั้งที่เคยไป ท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ พักค้างแรมบนเรือ	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการที่มีต่อการ ให้บริการของบุคลากร	1 – 2 ครั้ง	4.42	0.404	1.144	0.331
	3 – 4 ครั้ง	4.44	0.455		
	5 – 6 ครั้ง	4.57	0.453		
	ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	4.41	0.485		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร พบว่ามีค่า F-Prob.มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร ไม่แตกต่างกัน จึงไม่ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึก พบว่ามีค่า F-Prob.เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ

0.05 โดยมีความแตกต่างอย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 44

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวของนักดำน้ำที่มีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยว ดำน้ำลึกแบบพักค้างคืนบน เรือ (Live Aboard)		1 – 2 ครั้ง	3 – 4 ครั้ง	5 – 6 ครั้ง	ตั้งแต่ 7 ครั้ง ขึ้นไป
	$\bar{x}$	3.92	3.81	3.81	3.73
1 – 2 ครั้ง	3.92	-	0.11 (0.127)	0.11 (0.250)	<b>0.19*</b> (0.002)
3 – 4 ครั้ง	3.81		-	0.00 (0.995)	0.08 (0.261)
5 – 6 ครั้ง	3.81			-	0.08 (0.409)
ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป	3.73				-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 พบว่า มี 1 รายคู่ที่มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกแตกต่างกัน คือ นักดำน้ำชาวไทยที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) 1-2 ครั้ง มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่านักดำน้ำชาวไทยที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.002 และ มีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.19



## 2.2 วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ(Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ F-Prob.น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live aboard)	วัตถุประสงค์หลักในการไป ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการ โปรแกรมการ ท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม	ต้องการไปพักผ่อน	4.04	0.329	1.704	0.119
	ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่ สวยงามได้ທ່ອງทะเล	4.00	0.342		
	ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	4.07	0.491		
	ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ ทะเลที่น่าสนใจ	3.98	0.397		
	ต้องการถ่ายรูป	3.75	0.478		
	ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วม ทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำ อื่น ๆ	4.02	0.346		
		4.02	0.400		

จากตาราง 45 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob เท่ากับ 0.084 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 46 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ความต้องการ	วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	ต้องการไปพักผ่อน	3.87	0.487	<b>2.767*</b>	<b>0.012</b>
	ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล	3.89	0.463		
	ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	4.20	0.345		
	ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ	3.70	0.470		
	ต้องการถ่ายรูป	3.62	0.666		
	ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำอื่น ๆ	3.88	0.378		
		3.63	0.557		
ความต้องการด้านที่พัก	ต้องการไปพักผ่อน	4.31	0.524	1.509	0.174
	ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล	4.24	0.411		
	ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	4.11	0.593		
	ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ	4.30	0.477		
	ต้องการถ่ายรูป	3.99	0.603		
	ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำอื่น ๆ	4.38	0.443		
		4.31	0.423		

ตาราง 46 ( ต่อ )

ความต้องการ					
โปรแกรมการท่องเที่ยว ดำน้ำลึกแบบค้างแรม บนเรือ (Live Aboard)	วัตถุประสงค์หลักในการไป ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการด้าน อาหาร	ต้องการไปพักผ่อน	3.86	0.513	1.154	0.331
	ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่ สวยงามใต้ท้องทะเล	3.84	0.627		
	ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	3.95	0.725		
	ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ ทะเลที่น่าสนใจ	3.84	0.617		
	ต้องการถ่ายรูป	3.50	0.802		
	ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วม ทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำ อื่น ๆ	3.83	0.707		
		3.99	0.630		
ความต้องการสิ่ง อำนวยความสะดวก	ต้องการไปพักผ่อน	3.65	0.492	1.365	0.228
	ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่ สวยงามใต้ท้องทะเล	3.61	0.426		
	ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	3.76	0.530		
	ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ ทะเลที่น่าสนใจ	3.65	0.476		
	ต้องการถ่ายรูป	3.33	0.641		
	ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วม ทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำ อื่น ๆ	3.64	0.580		
		3.67	0.508		

ตาราง 46 ( ต่อ )

ความต้องการ โปรแกรมการท่องเที่ยว ดำน้ำลึกแบบค้างแรม บนเรือ (Live Aboard)	วัตถุประสงค์หลักในการไป ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการที่มี	ต้องการไปพักผ่อน	4.50	0.470	0.668	0.676
ต้องการให้บริการ ของบุคลากร	ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่ สวยงามได้ท่องเที่ยวทะเล	4.44	0.444		
	ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	4.33	0.544		
	ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ ทะเลที่น่าสนใจ	4.41	0.472		
	ต้องการถ่ายรูป	4.31	0.411		
	ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วม ทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำ อื่น ๆ	4.39	0.415		
		4.50	0.410		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร พบว่ามีค่า F-Prob.มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร ไม่แตกต่างกัน จึงไม่ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึก มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีความแตกต่างอย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 47

ตาราง 47 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวของนักดำน้ำที่มีวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

วัตถุประสงค์หลัก		ต้องการไปพักผ่อน	ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล	ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ	ต้องการถ่ายรูป	ต้องการพบปะสังสรรค์	อื่น ๆ
	X	3.87	3.89	4.20	3.70	3.62	3.88	3.63
ต้องการไปพักผ่อน	3.87	-	-0.02 (0.834)	-0.33 (0.090)	<b>0.17*</b> (0.040)	<b>0.25*</b> (0.041)	-0.01 (0.994)	0.24 (0.058)
ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล	3.89		-	-0.31 (0.101)	<b>0.19*</b> (0.020)	<b>0.27*</b> (0.028)	0.01 (0.944)	<b>0.26*</b> (0.042)
ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น	4.20			-	<b>0.50*</b> (0.012)	<b>0.58*</b> (0.008)	0.32 (0.201)	<b>0.57*</b> (0.010)
ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ	3.70				-	0.08 (0.528)	-0.17 (0.348)	0.08 (0.580)
ต้องการถ่ายรูป บันทึกภาพความงาม ในทะเลที่น่าสนใจ	3.62					-	-0.26 (0.214)	-0.01 (0.967)
ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำด้วยกัน	3.88						-	0.25 (0.235)
อื่น ๆ	3.63							-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 แสดงให้เห็นว่า

นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการไปพักผ่อน มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ และ ต้องการถ่ายรูป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.040 และ 0.041 ตามลำดับ และมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.17 และ 0.25 ตามลำดับ

นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ ต้องการถ่ายรูป และ ต้องการอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.020, 0.028 และ 0.041 ตามลำดับ และมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.19, 0.27 และ 0.26 ตามลำดับ

นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการความท้าทายตื่นเต้น มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ ต้องการถ่ายรูป และ ต้องการอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า Significant เท่ากับ 0.012, 0.008 และ 0.010 ตามลำดับ และมีผลต่างเฉลี่ย เท่ากับ 0.50, 0.58 และ 0.57 ตามลำดับ

### 2.3 ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ F-Prob. หรือ



Sig.(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 48 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทย

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	3.99	0.346	1.913	0.108
	ครูสอนดำน้ำ	4.08	0.339		
	คู่สมรส/คนรัก	4.04	0.413		
	คนในครอบครัว	3.89	0.349		
	บุคคลอื่น	3.87	0.362		

จากตาราง 48 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob เท่ากับ 0.108 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) เมื่อจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว

ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live aboard)	ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด ในการตัดสินใจไป ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของ โปรแกรมท่องเที่ยว	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	3.82	0.454	<b>2.602*</b>	<b>0.036</b>
	ครูสอนดำน้ำ	4.03	0.445		
	คู่สมรส/คนรัก	3.83	0.547		
	คนในครอบครัว	3.78	0.650		
	บุคคลอื่น	3.62	0.535		
ความต้องการด้านที่พัก	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	4.26	0.474	1.484	0.207
	ครูสอนดำน้ำ	4.31	0.400		
	คู่สมรส/คนรัก	4.32	0.485		
	คนในครอบครัว	4.03	0.462		
	บุคคลอื่น	4.16	0.511		
ความต้องการด้านอาหาร	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	3.82	0.593	0.740	0.565
	ครูสอนดำน้ำ	3.94	0.703		
	คู่สมรส/คนรัก	3.93	0.648		
	คนในครอบครัว	3.72	0.577		
	บุคคลอื่น	3.77	0.642		

ตาราง 49 (ต่อ)

ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด ในการตัดสินใจไป ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	3.61	0.484	1.689	0.152
	ครูสอนดำน้ำ	3.64	0.410		
	คู่สมรส/คนรัก	3.72	0.470		
	คนในครอบครัว	3.57	0.468		
	บุคคลอื่น	3.46	0.426		
ความต้องการที่มีต่อการ ให้บริการของบุคลากร	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	4.46	0.421	0.740	0.565
	ครูสอนดำน้ำ	4.45	0.422		
	คู่สมรส/คนรัก	4.42	0.543		
	คนในครอบครัว	4.35	0.519		
	บุคคลอื่น	4.33	0.469		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร พบว่ามีค่า F-Prob.มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า นักดำน้ำที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร ไม่แตกต่างกัน จึงไม่ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึก มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า นักดำน้ำที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีความแตกต่างอย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 50

ตาราง 50 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวของนักดำน้ำที่มีผู้ที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยวต่างกัน

ผู้ที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยว		เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	ครูสอนดำน้ำ	คู่สมรส/คนรัก	คนในครอบครัว	บุคคลอื่นๆ ตัวเอง
	$\bar{x}$	3.82	4.03	3.83	3.78	3.62
เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	3.82	-	0.21 (0.054)	0.00 (0.958)	0.05 (0.709)	<b>0.20*</b> (0.021)
ครูสอนดำน้ำ	4.03		-	0.21 (0.093)	0.26 (0.113)	<b>0.42*</b> (0.002)
คู่สมรส/คนรัก	3.83			-	0.05 (0.712)	<b>0.21*</b> (0.047)
คนในครอบครัว	3.78				-	0.16 (0.269)
บุคคลอื่นๆ ตัวเอง	3.62					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 แสดงให้เห็นว่า



## 2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 51 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวด้วย

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม	ไปคนเดียว	3.96	0.331	0.669	0.614
	คู่สมรส/คนรัก	3.96	0.405		
	ครูสอนดำน้ำ	3.96	0.390		
	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	4.00	0.350		
	คนในครอบครัว	4.14	0.379		

จากตาราง 51 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามบุคคลที่

ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวด้วย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob เท่ากับ 0.614 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำนํ้าลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำนํ้าลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 52 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำนํ้าลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live aboard) แต่ละรายด้าน เมื่อจำแนกตามบุคคลที่ไปดำนํ้าด้วย

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำนํ้าลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)		บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว	ไปคนเดียว		3.84	0.477	0.270	0.897
	คู่สมรส/คนรัก		3.81	0.531		
	ครูสอนดำนํ้า		3.94	0.406		
	เพื่อนที่ดำนํ้าด้วยกัน		3.80	0.477		
	คนในครอบครัว		3.81	0.694		
ความต้องการด้านที่พัก	ไปคนเดียว		4.25	0.425	1.302	0.285
	คู่สมรส/คนรัก		4.28	0.501		
	ครูสอนดำนํ้า		4.21	0.378		
	เพื่อนที่ดำนํ้าด้วยกัน		4.26	0.483		
	คนในครอบครัว		3.96	0.437		

ตาราง 52 (ต่อ)

ความต้องการโปรแกรม การท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)		บุคคลที่ร่วมเดินทาง ไปทางไปท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการด้านอาหาร	ไปคนเดียว		3.79	0.538	1.260	0.269
	คู่สมรส/คนรัก		3.95	0.639		
	ครูสอนดำน้ำ		3.72	0.804		
	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน		3.84	0.604		
	คนในครอบครัว		3.56	0.545		
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	ไปคนเดียว		3.53	0.454	1.069	0.372
	คู่สมรส/คนรัก		3.68	0.467		
	ครูสอนดำน้ำ		3.58	0.486		
	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน		3.62	0.482		
	คนในครอบครัว		3.43	0.362		
ความต้องการที่มีต่อการ ให้บริการของบุคลากร	ไปคนเดียว		4.40	0.438	1.183	0.318
	คู่สมรส/คนรัก		4.44	0.521		
	ครูสอนดำน้ำ		4.35	0.436		
	เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน		4.46	0.428		
	คนในครอบครัว		4.20	0.510		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แต่ละรายด้าน จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวด้วย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-



Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. ของทุกรายด้านเท่ากับ มีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทาง ไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

## 2.5 ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปทดสอบด้วยวิธีเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 53 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live aboard)	ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live aboard) โดยรวม	วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	3.98	0.317	0.141	0.935
	วันหยุดเทศกาล	4.00	0.386		
	วันธรรมดา	3.99	0.317		
	วันลาพักร้อน	3.98	0.366		

จากตาราง 53 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม จำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า F-Prob. เท่ากับ 0.935 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้าน เมื่อจำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยว

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้างแรมบนเรือ (Live aboard)	ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
คุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว	วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	3.90	0.498	<b>2.824*</b>	<b>0.039</b>
	วันหยุดเทศกาล	3.86	0.523		
	วันธรรมดา	3.65	0.472		
	วันลาพักร้อน	3.78	0.441		
ความต้องการด้านที่พัก	วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	4.27	0.389	0.036	0.366
	วันหยุดเทศกาล	4.26	0.489		
	วันธรรมดา	4.35	0.485		
	วันลาพักร้อน	4.20	0.494		
ความต้องการด้านอาหาร	วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	3.82	0.606	1.061	0.991
	วันหยุดเทศกาล	3.83	0.618		
	วันธรรมดา	3.85	0.637		
	วันลาพักร้อน	3.85	0.607		
ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก	วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	3.54	0.440	0.490	0.689
	วันหยุดเทศกาล	3.62	0.473		
	วันธรรมดา	3.64	0.487		
	วันลาพักร้อน	3.62	0.486		

ตาราง 54 (ต่อ)

ความต้องการโปรแกรมการ ท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบค้าง แรมบนเรือ (Live Aboard)	ช่วงเวลาที่นิยมไป ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	F-ratio	F-Prob.
ความต้องการที่มีต่อการ ให้บริการของบุคลากร	วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	4.38	0.450	0.449	0.718
	วันหยุดเทศกาล	4.45	0.421		
	วันธรรมดา	4.48	0.433		
	วันลาพักผ่อน	4.43	0.491		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความถี่ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละรายด้าน จำแนกตามช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า

ความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร พบว่ามีค่า F-Prob.มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ซึ่งหมายความว่า นักดำน้ำที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร ไม่แตกต่างกัน จึงไม่ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึก มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า นักดำน้ำที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยมีความแตกต่างอย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปรากฏผลดังตาราง 55

ตาราง 55 แสดงการเปรียบเทียบความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวของนักดำน้ำที่มีช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ต่างกัน

ช่วงเวลาที่นิยมไป ท่องเที่ยวดำน้ำลึก แบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)	วันหยุด สุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์)	วันหยุด เทศกาล	วันธรรมดา	วันลาพักร้อน	
	$\bar{x}$	3.90	3.86	3.65	3.78
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์)	3.90	-	0.04 (0.606)	0.25* (0.013)	0.12 (0.116)
วันหยุดเทศกาล	3.86	-	-	0.21 (0.015)	0.08 (0.165)
วันธรรมดา	3.65	-	-	-	0.13 (0.155)
วันลาพักร้อน	3.78	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 แสดงให้เห็นว่า

นักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์) และ นักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันธรรมดา มีค่า Significant เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์) มีความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึก มากกว่านักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันธรรมดา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.25

**2.6 บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักแตกต่างกัน**  
ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักแตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ Chi - Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ P น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )

ตาราง 56 แสดงความแตกต่างของความต้องการรูปแบบห้องพัก จำแนกตามบุคคลที่ไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้วย

บุคคลที่ไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้วย	รูปแบบห้องพักที่ต้องการ			รวม
	ห้องนอน เดี่ยว	ห้องพักสำหรับ 2 คน	ห้องพักสำหรับ 3-4 คน	
ไปคนเดียว	17	18	2	37
คู่สมรส/คนรัก	3	59	1	63
ครูสอนดำน้ำ	4	8	2	14
เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน	34	175	15	224
คนในครอบครัว	1	9	2	12
รวม	59	269	22	350

$$\chi^2 = 38.775^*$$

$$P = 0.000$$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของความต้องการรูปแบบห้องพัก จำแนกตามบุคคลที่ไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้วย โดยใช้สถิติไคส์-สแควร์ (Chi-Square Test) ในการทดสอบพบว่า ค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 38.775 และ ค่า P เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ซึ่งหมายความว่า บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กล่าวคือ นักดำน้ำที่มีบุคคลที่ไปท่องเที่ยวด้วยแตกต่างกันทั้ง 5 กลุ่ม มีความต้องการรูปแบบห้องพักสำหรับ 2 คนมากที่สุด ในสัดส่วนที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มนักดำน้ำที่ไปกับเพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักสำหรับ 2 คนมากที่สุด จำนวน 175 คน รองลงมา คือ กลุ่มนักดำน้ำที่ไปกับคู่สมรส/คนรัก จำนวน 59 คน กลุ่มนักดำน้ำที่ไปคนเดียว จำนวน 18 คน กลุ่มนักดำน้ำที่ไปกับคนในครอบครัวจำนวน 9 คน และ กลุ่มนักดำน้ำที่ไปกับครูสอนดำน้ำ 8 คน

นอกจากนี้พบว่า นักดำน้ำที่ไปท่องเที่ยวคนเดียว จะมีความต้องการรูปแบบห้องพักเดี่ยวและห้องพักสำหรับ 2 คน ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ 17 คน และ 18 คน ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากนักดำน้ำที่ไปท่องเที่ยวกับบุคคลอื่นๆ

ตาราง 57 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 1 :</b>  <b>นักดำน้ำชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน</b></p>	
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 1.1 :</b> เพศที่ต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน</p>	<p>สอดคล้องกับ สมมติฐาน</p>
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 1.2 :</b> อายุที่ต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน</p>
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 1.3 :</b> สถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน</p>
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 1.4 :</b> ระดับรายได้ที่ต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน</p>
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 1.5 :</b> ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน</p>	<p>สอดคล้องกับ สมมติฐาน</p>
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 1.6 :</b> จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน</p>
<p><b>สมมติฐานข้อที่ 1.7 :</b> ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน</p>	<p>ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน</p>



ตาราง 57 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.8 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.9 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.10 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.11 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.12 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวน Dive ต่อวันแตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.13 ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1.14 จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
<b>สมมติฐานข้อที่ 2 :</b>	
<b>นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกัน</b>	
สมมติฐานข้อที่ 2.1 : จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 57 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2.2 : วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2.3 : ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2.4 : บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2.5 : ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2.6 : บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักแตกต่างกัน	สอดคล้องกับ สมมติฐาน

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย เพื่อเป็นแนวทางแก่บริษัทดำน้ำ ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำลึก สามารถนำข้อมูลไปประกอบการวางแผน การตัดสินใจในการจัดรายโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

#### ความมุ่งหมายของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักดำน้ำชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของนักดำน้ำชาวไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของนักดำน้ำชาวไทย กับ ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของนักดำน้ำชาวไทย และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย

#### สมมติฐานงานวิจัย

1. นักดำน้ำชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ และ จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบัน แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน
2. นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกัน

#### วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

##### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

###### 1.1 ประชากร

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักดำน้ำชาวไทย ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

## 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักดำน้ำชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และจบหลักสูตรการเรียนดำน้ำลึกขั้นต่ำระดับเบื้องต้น (Open Water) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีที่ ไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชย์บัญชา.2546:91.) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 385 ราย และสำรวจแบบสอบถามไม่สมบรูณ์ไว้ 9% ( $385 \times 1.09 = 420$ ) ดังนั้นจึงทำการแจกแบบสอบถามเป็นจำนวน 420 คน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) มีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวกจากเครือข่ายของกลุ่มนักดำน้ำต่าง ๆ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย

ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองทั้งหมด โดยลักษณะเนื้อหาของแบบสอบถามซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จ และ จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบัน มีคำถามจำนวน 6 ข้อ

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามจำนวน 8 ข้อ

**ส่วนที่ 3** ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย แบ่งคำถามเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามแบบให้ผู้ตอบแสดงถึงระดับความต้องการ (Likert Scale) 5 ระดับ ในแต่ละด้าน จำนวน 5 ด้านความต้องการ ได้แก่ ความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว ความต้องการด้านที่พัก ความต้องการด้านอาหาร ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก และ ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนวันดำน้ำ จำนวน Dive จำนวนนักดำน้ำ ต่อโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่ต้องการ จำนวน Dive ต่อวันที่ต้องการ ความต้องการดำน้ำกลางคืน (Night Dive) และ คำถามเกี่ยวกับความต้องการด้านที่พัก ได้แก่ รูปแบบห้องพักและห้องน้ำ มีคำถาม จำนวน 7 ข้อ และ เป็นคำถามให้ผู้ตอบแสดงถึงข้อเสนอแนะ 1 ข้อ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เพื่อศึกษาถึงความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าในตำราวิชาการ งานวิจัย นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ต

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลที่รวบรวมจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยแบบสอบถามในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2548 – มกราคม 2549

### 4. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น จากวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในตอนที่ 3 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละด้าน ดังนี้

ความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7777

ความต้องการด้านที่พัก มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7587

ความต้องการด้านอาหาร มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8570

ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.7851

ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8085

ซึ่งเมื่อเก็บแบบสอบถามรวบรวมได้ครบจำนวน 385 คน นำมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วจึงลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

2. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Window เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์จำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักดำน้ำชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน โดยแยกวิเคราะห์เป็นรายข้อได้ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.1** : เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศ กับ ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยในแต่ละด้าน คือ Independence Sample t-Test

**สมมติฐานข้อที่ 1.2** : อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.3** : สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.4** : ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.5** : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.6** : จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.7** : ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์



**สมมติฐานข้อที่ 2** นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกัน โดยแยกวิเคราะห์เป็นรายข้อได้ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 2.1** : จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยสำเร็จแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2.2** : วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2.3** : ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2.4** : บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีบุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2.5** : ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน



**สมมติฐานข้อที่ 2.6 :** บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักแตกต่างกัน สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติทดสอบ Chi – Square เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่มีบุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือแตกต่างกัน

### สรุปผลการศึกษาวิจัย

ผลจากการศึกษาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากข้อมูลส่วนบุคคล และ พฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) สามารถสรุปผลได้ดังนี้

#### ข้อมูลส่วนบุคคล

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 25-34 ปี โสด มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป สำเร็จระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำสูงสุดในระดับ Advanced Open Water และ ดำน้ำมาแล้ว 101 – 200 Dives จนถึงปัจจุบัน

#### ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยเคยไปตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป เคยไปท่องเที่ยงที่แหล่งดำน้ำอันดามันเหนือ ได้แก่ หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ มากที่สุด ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือด้วย กิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำน้ำมากที่สุด คือ นอนพักผ่อน รองลงมาคือ พุดคุยสนทนา และ ทานอาหารว่าง ขนม ส่วนใหญ่นักดำน้ำนิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันหยุดเทศกาล

## ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่ามีความต้องการด้านที่พัก และ ความต้องการที่มีต่อการให้บริการบุคลากรในระดับมากที่สุด ส่วนความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว อาหาร และ ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก มีความต้องการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามียารละเอียดความต้องการในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ความต้องการโปรแกรมด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว พบว่า นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวด้านเส้นทางดำน้ำลึกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเส้นทางดำน้ำลึกที่นักดำน้ำมีความต้องการไปมากที่สุดคือ เส้นทางสิมิลัน-บอน-ตาชัย-ริเชิว เส้นทางตะรุเตา - หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี และ เส้นทางหินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี - เกาะยุง ตามลำดับ ส่วนคุณลักษณะอื่นๆของโปรแกรมท่องเที่ยว พบว่านักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำ 4 วัน โดยมีจำนวน Dive ทั้งหมด 13-16 Dives ต่อโปรแกรมท่องเที่ยว ต้องการมีสมาชิกนักดำน้ำในเรือต่อโปรแกรม 11 – 15 คน ต้องการดำน้ำวันละ 4 Dives และ ต้องการให้มีการดำน้ำกลางคืน 3-4 Dives ต่อโปรแกรมท่องเที่ยว

ความต้องการด้านที่พัก พบว่า นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการด้านที่พักโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยคุณสมบัติของที่พักที่นักดำน้ำชาวไทยต้องการมากที่สุดคือ มาตรการความปลอดภัย รองลงมาคือความสะดวก มีความต้องการห้องสำหรับสันทนาการ พักผ่อน บนเรือ และ ความสวยงามของห้องพักบนเรืออยู่ในระดับมาก ในส่วนรูปแบบห้องพัก พบว่า นักดำน้ำชาวไทยต้องการรูปแบบห้องพักสำหรับ 2 คนมากที่สุด และ ต้องการให้มีห้องน้ำแยกประจำห้องพักแต่ละห้อง

ความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่มโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยคุณสมบัติของอาหารและเครื่องดื่มที่นักดำน้ำชาวไทยต้องการมากที่สุดคือ ความอร่อยของอาหาร นอกจากนี้นักดำน้ำมีความต้องการเครื่องดื่ม น้ำอัดลม น้ำผลไม้ บนเรือ ความหลากหลายของอาหาร เครื่องดื่มชา กาแฟ นม บนเรือ ของหวาน ผลไม้ หลังอาหาร และ อาหารว่างระหว่างพักดำน้ำ อยู่ในระดับมาก

ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่า นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยอุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำห้องพักที่นักดำน้ำชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุด คือ เครื่องปรับอากาศ รองลงมา คือ อุปกรณ์อื่นๆ ได้แก่ เครื่องเป่าผม ที่เสียบ

ปลั๊กไฟ คอมพิวเตอร์ ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว ตู้/ชั้นเก็บของ ไฟสำหรับอ่านหนังสือ วิทยุ ส่วนอุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำส่วนกลางที่ต้องการมากที่สุด คือ หนังสือ นิตยสารต่างๆเกี่ยวกับการดำน้ำ สิ่งมีชีวิตใต้ทะเล รองลงมา ได้แก่ โทรศัพท์ เครื่องปิ้งขนมปัง และ เครื่องเล่นวีซีดี/ ดีวีดีตามลำดับ ในส่วนบริการอำนวยความสะดวกที่นักดำน้ำชาวไทยต้องการมากที่สุด คือ บริการรับ-ส่งระหว่างสนามบิน/ท่ารถโดยสารถึงเรือ รองลงมาคือ ต้องการบริการขนย้ายสัมภาระไป-กลับระหว่างกรุงเทพฯ-เรือ บริการให้เช่าอุปกรณ์ต่างๆสำหรับดำน้ำ และ บริการจองตั๋วโดยสารเครื่องบิน/รถทัวร์ตามลำดับ

ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร พบว่า นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) และ พนักงานลูกเรือโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยคุณสมบัติของผู้นำดำน้ำที่นักดำน้ำต้องการมากที่สุด คือ การดูแลเอาใจใส่ในความปลอดภัยของนักดำน้ำ รองลงมา คือ ความชำนาญเส้นทาง และ ความเป็นมิตร ตามลำดับ ในส่วนคุณสมบัติของพนักงานลูกเรือที่นักดำน้ำต้องการมากที่สุดที่มีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วยเหลือขนย้ายสัมภาระ และ ช่วยเหลือนักดำน้ำขณะขึ้น-ลงดำน้ำ ตามลำดับ

### การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักดำน้ำชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จ และ จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบันแตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย 14 สมมติฐาน ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.1** : เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความต้องการโดยรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านของความต้องการ พบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือด้านการให้บริการของบุคลากร



มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านของความ ต้องการพบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร พบว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือด้านการให้บริการของบุคลากรแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักดำน้ำชาวไทยที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Open Water มีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรมากกว่านักดำน้ำที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Dive Master และ Instructor ตามลำดับ นักดำน้ำชาวไทยที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Advanced Open Water มีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรมากกว่านักดำน้ำที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Dive Master

**สมมติฐานข้อที่ 1.6 :** จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่า จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านของความ ต้องการ พบว่า จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 1.7 :** ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

พบว่า ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



พบว่า จำนวน Dive ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย 6 สมมติฐาน ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 2.1** : จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม พบว่า จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ โดยรวม (Live Aboard) ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านของความต้องการ พบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่า จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักดำน้ำชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย 1-2 ครั้ง มีความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) มากกว่านักดำน้ำชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย 7 ครั้งขึ้นไป

ความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร พบว่า จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2.2** : วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบน

เรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านของความ ต้องการ พบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการไปพักผ่อน มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ และ ต้องการถ่ายรูป นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ ต้องการถ่ายรูป และ ต้องการอื่นๆ นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการความท้าทายตื่นเต้น มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ ต้องการถ่ายรูป และ ต้องการอื่นๆ

ความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2.3 :** ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านของความ ต้องการ พบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพัก



ค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักดำน้ำชาวไทยที่มีเพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน ครูสอนดำน้ำ และ คู่สมรส/คนรัก เป็นผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ มีความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่านักดำน้ำชาวไทยที่มีบุคคลอื่นซึ่งได้แก่ ตัวเอง ผู้จัดนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เป็นผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว

ความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2.4 :** บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความต้องการโดยรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่า บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านของความ ต้องการ พบว่า บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) รายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2.5 :** ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม พบว่า ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้านของความ ต้องการ พบว่า

ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยว พบว่า ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้ำแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรม

การท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์) มีความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึก มากกว่านักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันธรรมดา

ความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร พบว่า ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านการให้บริการของบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2.6 :** บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักแตกต่างกัน

บุคคลที่ร่วมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการรูปแบบห้องพักแตกต่างกัน

## อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีประเด็นที่นำมาอภิปราย ดังนี้คือ

1. นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุนักดำน้ำส่วนใหญ่อยู่ที่ 25-34 ปี โสด มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป สำเร็จระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำสูงสุดในระดับ Advanced Open Water Diver และ ดำน้ำมาแล้ว 101 – 200 Dives จนถึงปัจจุบัน

จะเห็นได้ว่านักดำน้ำชาวไทยที่มีบทบาทในการที่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ คือ วัยทำงาน และมีระดับรายได้สูง เนื่องจากการท่องเที่ยวดำน้ำลึก เป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ (2543) ที่กล่าวว่า การดำน้ำมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง การจะเริ่มดำน้ำได้ ต้องเสียค่าอบรมประมาณ 7,000 บาท อีกทั้งราคาทริปดำน้ำแพงพอสสมควร ทริปละประมาณ 17,000 บาท สำหรับการเดินทาง 4 วัน นักดำน้ำยังจะต้องเช่า หรือซื้ออุปกรณ์ดำน้ำเอง หากต้องการดำน้ำอย่างจริงจัง ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายอีกจำนวนหนึ่ง

นักดำน้ำชาวไทยส่วนใหญ่เป็นโสด สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 204 อ้างอิงจาก Kotler. 2003: 191) ที่กล่าวว่ากลุ่มคนที่เป็นโสด จะมีภาระทางการเงินน้อย สนใจด้านการพักผ่อนหย่อนใจ และ สินค้าตามความนิยม อีกทั้งเนื่องจากการท่องเที่ยวดำน้ำลึก

แบบพักค้างแรมบนเรือ เป็นกิจกรรมที่ต้องจากบ้านไปพักค้างแรมบนเรือเป็นระยะเวลาหนึ่ง และกิจกรรมที่อันตรายพอสมควรเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ดังนั้นจึงเหมาะสำหรับผู้ที่ยังไม่มีการะทางครอบครัวมากนัก

เมื่อพิจารณาถึงประสบการณ์ดำน้ำในด้านหลักสูตรการเรียนดำน้ำสูงสุดที่ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จในระดับ Advanced Open Water Diver ซึ่งสอดคล้องกับการที่ ระดับ Advanced Open Water Diver เป็นหลักสูตรที่เพิ่มพูนประสบการณ์ดำน้ำ ในสภาพแวดล้อมหลากหลายมากขึ้นจากระดับเบื้องต้น ซึ่งทำให้เอื้อต่อการดำน้ำเพื่อการท่องเที่ยวได้ครอบคลุมทุกสภาพแวดล้อม (มนุษย์กับไทย. 2006: ออนไลน์)

2. พฤติกรรมของนักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยไปท่องเที่ยวที่แหล่งดำน้ำอันดามันเหนือ ได้แก่ หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการที่แหล่งดำน้ำที่หมู่เกาะสิมิลัน เป็นแหล่งดำน้ำที่มีชื่อเสียงมีความสวยงามติดอันดับโลก (O'Leary, Bill; and Dowden, Andy.2003: 15)

นักดำน้ำชาวไทยมีวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกส่วนใหญ่ คือ ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของมาสโลว์ ที่กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการด้านสุนทรีย์ (Aesthetic Needs) คือการที่มนุษย์ชอบดูในสิ่งที่สวยงาม และ แนวคิดของสมิธ (1977: 2-3) ที่กล่าวถึง การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) ที่เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาก ส่วนวัตถุประสงค์รองลงมาในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ ต้องการไปพักผ่อน และ ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตที่น่าสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Lundberg, Donald E. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2543: 2) ที่กล่าวว่า หนึ่งในจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปเพื่อพักผ่อน และ แนวคิดของโรเบิร์ต คริสตี้ และอลาสเทียร์ เอ็ม. มอร์ริสัน (วิจิตรราชัยศรี, 2537: 12) ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า รูปแบบหนึ่งของการนันทนาการ (Recreation) ของมนุษย์ เพื่อประสบการณ์และความรู้เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของประสพพร พุ่มพวง (2545: บทคัดย่อ) และ งานวิจัยของศรีประภา ชัยวรวัฒน์ (2545: บทคัดย่อ) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน ส่วนความต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตที่น่าสนใจ สอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของแมคไกร์ (Hawkins; Best; and Coney. 1998: 369 -372) ที่กล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการคือ ความต้องการสิ่งแปลกใหม่ (Need for Novelty) เป็นความต้องการของทุกคนที่จะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่

ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก และ บุคคลที่เดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือด้วยส่วนใหญ่ คือ เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน ซึ่งร่วมเดินทางไปท่องเที่ยว

สอดคล้อง กับแนวคิดของ Schiffman and Kanuk (1994: 331) ในการที่เพื่อนเป็นหนึ่งในกลุ่มอ้างอิงที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค อีกทั้งการลงดำน้ำต้องมีผู้ร่วมดำน้ำด้วย (Buddy) เพื่อความปลอดภัย ดังนั้นเพื่อนที่ดำน้ำด้วยกันจึงเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก

นักดำน้ำชาวไทยนิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันหยุดเทศกาล สอดคล้องกับการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือส่วนใหญ่ใช้เวลาท่องเที่ยว 2 วัน ขึ้นไป ดังนั้นช่วงวันหยุดเทศกาลจึงเวลาที่สะดวกที่สุดสำหรับคนทำงานที่เป็นผู้บริโภครายใหญ่ ในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (2538: บทคัดย่อ) ที่ช่วงเวลาที่นิยมท่องเที่ยวจะเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือ เทศการนักชัตตฤกษ์

3.ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของนักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถาม พบว่ามีนักดำน้ำชาวไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการด้านที่พัก และ ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรในระดับมากที่สุด ส่วนความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว อาหาร และ ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก มีความต้องการอยู่ในระดับมาก

การที่นักดำน้ำมีความต้องการด้านที่พักและความต้องการที่มีต่อการให้บริการบุคลากรในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความ ต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Kotler. 2003: 196) ที่ความต้องการที่อยู่อาศัยเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการทางร่างกายซึ่งเป็น ความต้องการลำดับขั้นแรกของความต้องการมนุษย์ และ สอดคล้องกับแนวคิดของ Philip Kotler และ Gary Armstrong (1996: 661-663.) ที่กล่าวว่าบุคลากรจึงเป็นส่วนประกอบสำคัญของการให้บริการ การท่องเที่ยวที่แยกจากกันได้ยาก และมีความสำคัญต่อผลสำเร็จของธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) เส้นทางดำน้ำลึกที่นักดำน้ำมีความต้องการไปมากที่สุดคือ เส้นทางสิมิลัน-บอน-ตาชัย-ริเชิว เส้นทางตะรุเตา - หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี และ เส้นทางหินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี - เกาะยุง ตามลำดับ สอดคล้องกับการที่เส้นทางเหล่านี้อยู่ในฝั่งอันดามัน ซึ่งเป็นที่ยอมรับในหมู่นักดำน้ำว่ามีความสวยงาม ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติได้ทะเล และความใสของน้ำมากกว่าฝั่งอ่าวไทย (Jackson, Jack. 2005: 106)

ความต้องการด้านที่พัก พบว่า คุณสมบัติของที่พักที่นักดำน้ำชาวไทยต้องการมากที่สุดคือ มาตรการความปลอดภัย รองลงมาคือความสะอาด สอดคล้องกับทฤษฎีลำดับความต้องการ ของมาสโลว์ ที่กล่าวถึง ความต้องการด้านความปลอดภัย ที่เป็นความต้องการลำดับที่สองเมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะหาทางทำให้ตนปลอดภัย จากอันตรายต่างๆ

ความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า คุณสมบัติของอาหารและเครื่องดื่มที่นักดำน้ำชาวไทยต้องการมากที่สุดคือ ความอร่อยของอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวาล (บทคัดย่อ: 2546) ที่พบว่าปัจจัยทางวัฒนธรรมปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมาก คือ รสชาติของอาหารที่จำหน่ายบริเวณชายหาดมีรสชาติอร่อย ความหลากหลายของร้านอาหารมีความหลากหลาย เนื่องจาก ลักษณะคนไทยที่จะให้ความสำคัญกับอาหาร โดยเฉพาะในเรื่องรสชาติ

ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก มีความต้องการอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Middleton (1994: 86) ที่กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ (Destination Facilities and Services) เป็นส่วนประกอบสำคัญเพราะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อน และ เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวได้เต็มที่

ความต้องการความต้องการที่มีต่อการให้บริการบุคลากร พบว่า นักดำน้ำชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) และ พนักงานลูกเรืออยู่ในระดับมากที่สุด โดยคุณสมบัติของผู้นำดำน้ำที่นักดำน้ำต้องการมากที่สุด คือ การดูแลเอาใจใส่ในความปลอดภัยของนักดำน้ำ รองลงมา คือ ความชำนาญเส้นทาง และ ความเป็นมิตร ตามลำดับ ในส่วนความต้องการที่มีต่อพนักงานลูกเรือที่มีความต้องการในระดับมากที่สุด คือ ต้องการลูกเรือที่มีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของทวิศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์ (2544: 18 -19) การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการ

4. นักดำน้ำชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่สำเร็จ และ จำนวน Dive ที่ดำน้ำจนถึงปัจจุบัน แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน จากงานวิจัยพบว่า

เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม และ รายด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีความเป็นไปได้เนื่องจาก กิจกรรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้ทั้งเพศชายและหญิง ทุกเพศสามารถมีความต้องการโดยรวมได้ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพรรณ สุกุลศรีจิรวุฒน์ (2548: บทคัดย่อ) ที่พบว่า เพศมีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยทางสถิติกับความต้องการไปท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป โดยเพศชายและหญิงมีความต้องการไปท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน แต่ในด้านความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านการให้บริการของบุคลากรแตกต่างกัน โดยนักดำน้ำ

ชาวไทยเพศชายมีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรมากกว่านักดำน้ำชาวไทยเพศหญิง เนื่องจาก สภาพสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งมีผลต่อรูปแบบการดำรงชีวิตของเพศหญิงที่ต้องทำงานนอกบ้าน เชื่อมั่นในตนเอง มีความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น เนื่องจากสามารถดูแลตัวเองได้มากขึ้น จึงมีความต้องการต่อการให้บริการของบุคลากร ในการช่วยเหลือดูแลขณะดำน้ำน้อยลง สอดคล้องกับ สุวรรณ กาญจนเมธากุล (2538: 62) เรื่อง การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่กล่าวว่า ผู้หญิงมีสิทธิเสรีภาพมากขึ้น มีการออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น มีรายได้ของตนเอง จึงมีความกล้าและนิยมที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามลำพัง หรือ เฉพาะกลุ่มผู้หญิงด้วยกันมากขึ้น

ข้อมูลส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับรายได้ สถานภาพสมรส และ จำนวนโด้พีที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวมและ รายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเป็นไปได้เนื่องจากปัจจัยที่มีผลก่อให้เกิดความต้องการมีได้หลายประการ รวมไปถึงการศึกษาของของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548:39) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้ การเดินทางท่องเที่ยวอาจไม่ได้เกิดขึ้นเพราะแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากแรงจูงใจหลายอย่างผสมผสานกันไป ซึ่งจะเห็นได้ว่า มีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย ที่ผลักดันให้เกิดความต้องการนอกเหนือจากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค นอกจากนี้ ในด้านอายุยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล (2546: 155) ที่พบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยอง ในด้านสถานภาพสมรส สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546: 133) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ดด้านทรัพยากรท่องเที่ยวและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่แตกต่างกัน

ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) โดยรวม และ รายด้านคุณลักษณะ โปรแกรมการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่แตกต่างกัน แต่มีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรแตกต่างกัน โดยนักดำน้ำชาวไทยที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Open Water มีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรมากกว่านักดำน้ำที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Dive Master และ Instructor ตามลำดับ นักดำน้ำชาวไทยที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Advanced Open Water มีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากรมากกว่านักดำน้ำที่จบการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดระดับ Dive Master ทั้งนี้เนื่องจาก ระดับ Open Water และ Advanced Open Water เป็นระดับหลักสูตรเบื้องต้นสำหรับผู้เรียนดำน้ำ ดังนั้นนักดำน้ำจึงยังไม่มี ความชำนาญมากนัก ทำให้ต้องการการบริการและการเอาใจใส่จากผู้นำดำน้ำ

และลูกเรือในดูแลความปลอดภัย บริการประกอบจัดเตรียมอุปกรณ์ ช่วยเหลือขณะขึ้นลงดำน้ำ มากกว่านักดำน้ำในระดับ Dive Master และ Instructor ซึ่งเป็นหลักสูตรระดับสูงที่ผู้สำเร็จการเรียนดำน้ำในระดับนี้ สามารถประกอบอาชีพเป็น ผู้นำทางในการดำน้ำ และ ครูสอนดำน้ำ (PADI, 2006 :ออนไลน์)

5. นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาความต้องการโดยรวมทั้ง 5 ด้าน สรุปได้ว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย วัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก และ ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องแนวคิดของ Middleton (1994: 86) ที่กล่าวเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม (Destination Attractions and Environment) ว่า ความน่าประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดรายข้อดังนี้

นักดำน้ำชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวใน ด้านเส้นทางดำน้ำลึกแตกต่างกัน โดยนักดำน้ำชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทย 1-2 ครั้ง มีความต้องการคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยว มากกว่านักดำน้ำชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย 7 ครั้งขึ้นไป เนื่องจากในประเทศไทยมีแหล่งดำน้ำลึกสวยงามอยู่หลาย เส้นทางทั้งทางฝั่งอันดามันและอ่าวไทย ซึ่งการที่เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) เพียง 1-2 ครั้ง ยังไม่ครอบคลุมเส้นทางดำน้ำลึกทั้งหมด ทำให้นักดำน้ำชาวไทยที่ เคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในประเทศไทยเพียง 1-2 ครั้ง ยังมีความต้องการท่องเที่ยวคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านเส้นทางอยู่อีกมาก สอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของแมคไกร์ (Hawkins; Best; and Coney, 1998: 369 -372) ที่กล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการคือ ความต้องการสิ่งแปลกใหม่ (Need for Novelty) เป็นความต้องการของทุกคนที่จะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ในขณะที่ นักดำน้ำที่เคยไปท่องเที่ยว มากกว่า 7 ครั้งจะมีความต้องการน้อยลง เนื่องจากเคยได้ไปท่องเที่ยวในเส้นทางส่วนใหญ่มาแล้ว

นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการไปพักผ่อน มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ และ ต้องการถ่ายรูป นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ ต้องการถ่ายรูป และ ต้องการอื่นๆ นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการความท้าทายตื่นเต้น มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ ต้องการถ่ายรูป และ ต้องการอื่นๆ เป็นไปได้เนื่องจากสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลในแหล่งดำน้ำของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งดำน้ำต่างประเทศจะมีความหลากหลายและแปลกน้อยกว่า ดังนั้นนักดำน้ำชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์หลักต้องการพบเห็น สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ ต้องการถ่ายรูป ซึ่งต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ตลอดเวลาจึงมีความต้องการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเส้นทางต่างประเทศมากขึ้น และ ท่องเที่ยวในประเทศน้อยลง เมื่อเปรียบเทียบกับนักดำน้ำที่ต้องการ พักผ่อน พบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเลซึ่งแหล่งดำน้ำของไทยสามารถตอบสนองความต้องการได้

นักดำน้ำชาวไทยที่มีผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวแตกต่างกัน ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่าง โดยนักดำน้ำชาวไทยที่มีเพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน ครูสอนดำน้ำ และ คู่สมรส/คนรัก เป็นผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ มีความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่านักดำน้ำชาวไทยที่มีบุคคลอื่นๆซึ่งได้แก่ ตัวเอง ผู้จัดนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เป็นผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดกลุ่มอ้างอิง (Etzel, Walker and Stanton. 2001: G10) ที่กลุ่มบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และ พฤติกรรมของบุคคลอื่น หรือ เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและรูปแบบการดำรงชีวิต รวมถึงทัศนคติ และแนวคิด เนื่องจากต้องการเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม อีกทั้งการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ เป็นกิจกรรมที่ส่วนใหญ่จะไปเป็นกลุ่ม



ดังนั้น กลุ่มนักดำน้ำที่มีเพื่อน คนในครอบครัว และ ครูสอนดำน้ำจึงมีอิทธิพลต่อความต้องการเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่ากลุ่มนักดำน้ำที่มีอิทธิพลเป็นตนเองหรือ กลุ่มบุคคลทุติยภูมิภายนอก

ช่วงเวลาที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ที่แตกต่างกัน มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์) มีความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมท่องเที่ยวในเส้นทางดำน้ำลึก มากกว่านักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในช่วงวันธรรมดา ทั้งนี้เนื่องจากนักดำน้ำชาวไทยที่นิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่วนใหญ่เป็น คนทำงาน ซึ่งมีเวลาที่สามารถไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในแต่ละเส้นทางท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ในระยะเวลาจำกัด ดังนั้นจึงมีความต้องการในแต่ละเส้นทางดำน้ำลึกมากกว่า นักดำน้ำที่นิยมไปท่องเที่ยวในวันธรรมดาได้ ประกอบกับการที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวดำน้ำส่วนใหญ่จะจัดโปรแกรมในช่วงวันหยุดมากกว่าธรรมดาทำให้นักดำน้ำที่ท่องเที่ยววันหยุดมีทางเลือกในด้านเส้นทางที่สนองความต้องการได้หลากหลายมากกว่า

บุคคลที่ร่วมเดินทางไปทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้วยที่แตกต่างกัน มีความต้องการด้านที่พักในส่วนของคุณลักษณะห้องพักแตกต่างกัน โดยพบว่านักดำน้ำที่ไปกับเพื่อนที่ดำน้ำด้วยกันมีความต้องการห้องพักสำหรับ 2 และ 3-4 คนในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มอื่นๆ รองลงมาคือกลุ่มคู่สมรส/คนรัก นักดำน้ำที่ไปคนเดียวมีความต้องการห้องพักเดี่ยว และ สำหรับ 2 คน ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งรูปแบบห้องพักที่ต้องการมีความสอดคล้องกับประเภท และ จำนวนของผู้พัก ทั้งนี้เนื่องจากนักดำน้ำ ที่ไปกับเพื่อน หรือ คนรัก มีความต้องการที่จะพักอาศัยในห้องเดียวกัน ในขณะที่นักดำน้ำที่ไปคนเดียว สามารถใช้ห้องพักได้ทั้ง 2 รูปแบบ

## ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยในส่วนของคุณลักษณะประชากรศาสตร์ของนักดำน้ำชาวไทย ที่พบว่า นักดำน้ำชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี โสด มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยตั้งแต่ 40,000 บาท ขึ้นไป สำเร็จระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำสูงสุดในระดับ Advanced Open Water Diver และ ดำน้ำมาแล้ว 101 – 200 Dives จนถึงปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรจัดโปรแกรมที่มีความหลากหลายของแหล่งดำน้ำ ทั้งการดำน้ำกลางวัน และ กลางคืน การดำน้ำที่ความลึกหลายระดับ เพื่อสอดคล้องกับอายุ และ ประสบการณ์ของนักดำน้ำในระดับ Advanced Open Water รวมถึงจัดที่พัก และ บริการให้สอดคล้องกับลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่ส่วนใหญ่เป็นหญิง โดยควรจัดให้ห้องพัก และ ห้องน้บนเรือมีความปลอดภัย สะอาด เรียบร้อย

2. จากผลการวิจัยในส่วนของคุณข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย ที่พบว่า นักดำน้ำชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ คือ ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยเน้นการไปดำน้ำในแหล่งดำน้ำที่มีสภาพสวยงาม มีการตรวจสอบสภาพแหล่งดำน้ำก่อนจัดโปรแกรมไปท่องเที่ยว ว่ามีความสวยงามสมบูรณ์ เรือที่ใช้ให้บริการท่องเที่ยว ควรออกแบบให้รองรับการไปท่องเที่ยวที่ไปกับเพื่อน หรือไปเป็น ทั้งรูปแบบห้องพัก สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เนื่องจากเพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึก และ เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือด้วย บนเรือควรจัดให้มีสถานที่สำหรับนอนพักผ่อน พุดคุยสนทนา และ บริการอาหารว่างสม่ำเสมอระหว่างพักดำน้ำ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นักดำน้ำทำระหว่างพักดำน้ำมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ควรเน้นการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาล ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักดำน้ำนิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือมากที่สุด

3. จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการด้านที่พักและความต้องการที่มีต่อบุคลากรมากที่สุด ส่วนความต้องการด้านคุณลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยวในส่วนของเส้นทางดำน้ำ ด้านอาหาร และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความต้องการอยู่ในระดับมากเช่นกัน ดังนั้นผู้ที่สนใจในธุรกิจการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน โดยให้ความสำคัญในส่วนของที่พัก ให้มีมาตรฐานรักษาความปลอดภัยที่ดี มีความสะอาด ของที่พักรวมถึง การฝึกอบรมบุคลากรที่ให้บริการให้มีใจบริการด้วยความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส ดูแลความปลอดภัย และ ให้ความช่วยเหลือนักดำน้ำเต็มที่ รวมถึงมีความชำนาญในหน้าที่เป็นอย่างดี ซึ่งทั้ง 2 ด้านนี้เป็นสิ่งที่นักดำน้ำมีความต้องการมากที่สุด ซึ่งเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญที่สนองความต้องการหลักเบื้องต้นของนักดำน้ำที่ต้องการมากที่สุด

4. ในส่วนของคุณลักษณะโปรแกรมในเส้นทางดำน้ำลึก พบว่า นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการในเส้นทางฝั่งอันดามันเหนือ ได้แก่ เส้นทางสิมิลัน-บอน-ตาชัย-ริเชิว มากที่สุด รองลงมาคือ อันดามันใต้ ได้แก่ เส้นทางหินแดง-หินม่วง ดังนั้นการจัดโปรแกรมเส้นทางดำน้ำลึกที่สนองความต้องการผู้บริโภค จึงควรจัดให้เส้นทางอันดามันเหนือมีส่วนมากที่สุด รองลงมาคือเส้นทางอันดามันใต้ และ ฝั่งอ่าวไทยตามลำดับ นอกจากนี้ เนื่องจากวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการไปดำน้ำนอกเหนือจากความต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ทะเล และ ต้องการไปพักผ่อนแล้ว นักดำน้ำยังมีความต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ เช่น กระเบนราหู ฉลามวาฬ ซึ่งรวมถึงการที่นักดำน้ำต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการศึกษา สำรวจเส้นทางที่ให้บริการอยู่ตลอดเวลา ว่ามีสภาพสวยงาม สมบูรณ์ รวมถึงตรวจสอบ

ข้อมูลการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจในเส้นทางต่างๆ และ การสำรวจเส้นทางใหม่ๆ จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความต้องการมาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

5. ในด้านคุณลักษณะอื่นๆของโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) พบว่าโปรแกรมที่นักดำน้ำส่วนใหญ่มีความต้องการ คือ โปรแกรมดำน้ำ 4 วัน มีดำน้ำทั้งหมด 13 -16 Dives โดยดำวันละ 4 Dives ซึ่งรวมถึงจัดให้มีการดำน้ำกลางคืน (Night Dive) 3-4 dives ต่อโปรแกรม ซึ่งคือมีประมาณ 3 วันดำน้ำ มีข้อสังเกตด้านจำนวนนักดำน้ำที่นักดำน้ำชาวไทยมีความต้องการต่อโปรแกรมท่องเที่ยวต่อโปรแกรมท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ต้องการนักดำน้ำ 11-15 คน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับเรือที่ให้บริการดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ส่วนใหญ่ในปัจจุบัน จะเป็นเรือสำหรับจำนวนนักดำน้ำ 20-26 คน ดังนั้นจะเห็นว่า ถ้ามีการสร้างทางเลือกในการให้บริการเรือขนาดเล็กลงสำหรับกลุ่มนักดำน้ำจำนวน 11-15 คน จะทำให้สามารถสนองความต้องการนักดำน้ำชาวไทยได้มากขึ้น

6. การที่จะทำให้ผู้บริโภคเล็งเห็นถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว จะต้องคำนึงถึงความสวยงามของสถานที่พัก ให้การออกแบบตกแต่งที่พักให้สวยงาม การจัดเส้นทางดำน้ำที่เหมาะสม การให้บริการอาหารเครื่องดื่มที่ตรงความต้องการของนักดำน้ำ โดยเฉพาะรสชาติของอาหารซึ่งนักดำน้ำมีความต้องการในระดับมากที่สุด ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งทางด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และ บริการอำนวยความสะดวก พบว่า นักดำน้ำมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยให้ก่อให้เกิดความสะดวกสบาย ในการเดินทาง ได้แก่ บริการรับส่งระหว่างสนามบินถึงท่าเรือ และ ความสะดวกสบายในการพักอาศัย ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ รวมถึงมีความต้องการอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ช่วยสร้างความเพลิดเพลิน ขณะพักดำน้ำได้ เนื่องจากนักดำน้ำจะมีเวลาร่วมอยู่บนเรือขณะพักดำน้ำค่อนข้างมาก อุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ควรมีให้บริการมากที่สุด ได้แก่ หนังสือ นิตยสารต่างๆเกี่ยวกับการดำน้ำ สิ่งมีชีวิตใต้ทะเล สิ่งเหล่านี้จะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ได้เป็นอย่างดี

7. จากงานวิจัยที่พบว่า ข้อมูลด้านประสบการณ์ของนักดำน้ำ ด้านระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่จบ และ จำนวนไคฟ์ที่ลงดำน้ำจนถึงปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร และ ความต้องการคุณลักษณะของโปรแกรมดำน้ำ อันได้แก่ ความต้องการจำนวนวันดำน้ำ จำนวน Dive ต่อโปรแกรมการท่องเที่ยว จำนวน Dive ต่อวัน และ ความต้องการการดำน้ำกลางคืนแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักดำน้ำที่มีประสบการณ์ต่างกันได้ โดยเสนอทางเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกสำหรับนักดำน้ำแต่ละกลุ่ม เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกสำหรับนักดำน้ำระดับเบื้องต้น โปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก

สำหรับนักดำน้ำระดับสูง ที่มีความต้องการจำนวนวันดำน้ำและจำนวน Dive แตกต่างกัน รวมถึงจัดการให้มีการให้บริการที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่ม

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ทางผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรทำการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ทำการศึกษาถึงความต้องการของนักดำน้ำชาวไทยที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ราคา (Price) สถานที่จัดจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) กระบวนการในการให้บริการ (Process) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) และ บุคลากร (People) ของโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดสำหรับผู้ที่มีความสนใจที่จะทำธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการดำน้ำนี้
2. ทำการศึกษาถึงความต้องการของนักดำน้ำชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย เพื่อให้ทราบความต้องการของนักดำน้ำชาวต่างประเทศ เปรียบเทียบกับนักดำน้ำชาวไทย เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการท่องเที่ยวดำน้ำลึก ซึ่งถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยอีกทางหนึ่ง

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- . (2546ก). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2546ข). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). *คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และ สภาตำบล (สต.)*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จริญญา เจริญสุขใน. (2543). *การดำน้ำลึก (Scuba Diving): อีกหนึ่งกิจกรรมเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวยุโรป*. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 19(3). 32-37.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542) . *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ลานนาการพิมพ์.
- ดำน้ำกระแสน้ำไทย. (2004,7 มิถุนายน). *บิสิเนสไทย*. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2546, จาก [http://www.businessthai.co.th/content.php?data=408086\\_VIP%20Varieties](http://www.businessthai.co.th/content.php?data=408086_VIP%20Varieties).
- ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์. (2544). *รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีและฉะเชิงเทรา*. ฉะเชิงเทรา: สถาบันราชภัฏราชชนครินทร์.
- ธีระ อินทรเรือง. (2546). *ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นราศรี ไวนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. (2542). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. (2535). *การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ภาคพัฒนา ตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู.
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพอยท์.
- ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2545,มกราคม-มิถุนายน). *การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวและส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว*. *วารสารวิทยาการจัดการ*. 20(1). 49-59.

- พรพรรณ สกกุลศรีจิรวัฒน์. (2548). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชิต เมืองนาโพธิ์. (2546,มกราคม-ธันวาคม). เรียนดำน้ำแบบ SCUBA. วารสารคณะพลศึกษาศาสตร์. 6(1-2): 60-61.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). ทักษะคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ราณี อธิชัยกุล. (2545).ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว.ใน เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ระวิงค์ เนตรโพธิ์แก้ว. (2542). มนุษย์สัมพันธ์ในองค์การ.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร.
- วิจิตรา ชัยศรี. (2537). ทักษะคติของประชาชนต่อพัฒนาการท่องเที่ยว : ศึกษาเฉพาะกรณี จ.แม่ฮ่องสอน.วิทยานิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศรีประภา ชัยวรวัฒน์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- . (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์;ปริชญ์ ลักษิตานนท์;ศุภร เสรีรัตน์ และ องอาจ ปทะวานิช. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ: เอ.อาร์. บีซิเนส เพรส.
- ศุนย์วิจัยไทยพาณิชย์. (2543. กรกฎาคม-กันยายน). คำนำธุรกิจมูลค่าพันล้าน...คนไทย/ต่างชาติใครได้ประโยชน์มากกว่ากัน. จุลสารการท่องเที่ยว. 19(3): 38-42.
- สมพุทธ ชูระเจน. (2540). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. นครศรีธรรมราช: สถาบันราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- สรณะ ฉายประเสริฐ. (2529). ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในภาครัฐบาลและภาคเอกชน.วิทยานิพนธ์ ศ.ม.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สาริน ดรรงค์สุวรรณ. (2546). *แผนการตลาดของ Beluga Dive Center สำหรับการสร้างนักดำน้ำรุ่นใหม่*. โครงการงาน บธ.ม.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวรรณ กาญจนเมธากุล. (2538). *การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. ภูเก็ต: ภาควิชาการตลาด สถาบันราชภัฏภูเก็ต.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และ ไชเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). *ครบเครื่องเรื่องการค้าการตลาด*. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- มนุษย์กับไทย. (2548). *หลักสูตรการเรียนดำน้ำ*. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2546, จาก [http://www.thaiseafrogdiving.com/th\\_course.html](http://www.thaiseafrogdiving.com/th_course.html)
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ รหัส 3564905 = Business Research*. อยุธยา: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อภิรักษ์ บัวหักดี. (2547). *ดำน้ำสู่อัจฉริยะแห่งทะเลลึก*. กรุงเทพฯ : สร้างสรรค์บุ๊คส์.
- อุบลทิพย์ ตั้งมั่นภูวดล. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลจังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- Burkart, A.J.; & Medlik, S.(1985). *Tourism : past, present and future*. London: Heinemann.
- Dann, Graham. (1981). *Tourist Motivation : An Appraisal*. Annals of Tourism Research. 8(2): 41-56.
- DIVE EXPO ฟันของนักดำน้ำ. (2004,22 มีนาคม). บิสิเนสไทย. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2546, จาก [http://www.business-thai.co.th/content.php?data=407464\\_VIP%20Varieties](http://www.business-thai.co.th/content.php?data=407464_VIP%20Varieties).
- Etzel, Michael J., Bruce J.Walker and William J. Stanton.(2001). *Marketing*. 12<sup>th</sup> ed. Boston: McGraw-Hill co.
- Fay, B. (1992). *Essentials of Tour Management*. New Jersey: Prentice – Hall.
- Hawkins, Del I.; Best, Roger J.; & Coney, Kenneth A. (1998). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. 7th ed. Boston: McGraw-Hill co.
- Hoyer, Wayne D and Macinnis, Deborah J. (1997). *Consumer Behavior*. Boston: Houghton Mifflin.
- Hudman, Lloyd E.. (1980). *Tourism, a shrinking world*. Columbus, Ohio: Grid Pub.
- Jackson, Jack.(2005). *Diving The World Coral Reef*. Singapore: Tien Wah Press.
- Kotler, Philip. (1984). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 5<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall international inc.



- Kotler, Philip;& Armstrong, Gary. (1996). *Principles of Marketing. 7th ed.*, New Jersey: Prentice Hall international inc.
- Kotler ,Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip; Boven, John; & Makens, James. (2003).*Marketing for Hospitality and Tourism* . New Jersey: Prentice – Hall.
- Lundberg, Donald E. (1990). *The Tourist Business*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Middleton, Victor T. C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Mill, Robert Christie; & Morrison, Alastair M. (1998). *The Tourism System*. Iowa: Kendall/Hunt.
- McIntoch, Robert W. (1972). *Tourism Principles, Practices and Philosophies*. Columbus : Grid.
- O'Leary, Bill; and Dowden, Andy. (2003). *Andaman Sea Pilot 2004*. Phuket: Image Asia Events.
- PADI. (2005). *PADI Courses and Experience Programs*. Retrieved September 10, 2005, from <http://www.padi.com/english/common/courses.html>
- Pizam, Abraham; & Mansfeld, Yoel. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. New York: Haworth Hospitality.
- Schiffman, Leon G.; & Leslie, Lazar Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. 5<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Smith, Valene L. (1977). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Solomon, Michael R. (1996). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* . Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Walters, C. Glenn. (1978). *Consumer Behavior: Theory and Practice*. Homewood, IL: Richard. D Irwin.

**แหล่งข้อมูลทาง Web site**

[www.businesssthai.co.th](http://www.businesssthai.co.th)

[www.diveinfo.net](http://www.diveinfo.net)

[www.padi.com](http://www.padi.com)

[www.thaiseafrogdiving.com](http://www.thaiseafrogdiving.com)

[www.vilaisamut.com](http://www.vilaisamut.com)

[www.wahoodivingcenter.com](http://www.wahoodivingcenter.com)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม

# แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ในประเทศไทย  
ของนักดำน้ำชาวไทย

คำชี้แจง – แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ท่านเลือก

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

หญิง

ชาย

2. อายุ

15 - 24 ปี

25 - 34 ปี

35 - 44 ปี

45 - 54 ปี

ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

โสด

หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

สมรส ไม่มีบุตร

สมรส มีบุตร

4. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,001 บาท

10,001 – 20,000 บาท

20,001 – 30,000 บาท

30,001 – 40,000 บาท

ตั้งแต่ 40,001 บาท ขึ้นไป

5. ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำขั้นสูงสุดที่ท่านเรียนจบ ( ให้เทียบกับหลักสูตรของ PADI )

Open Water

Advanced Open Water

Medic First Aid/ Rescue

Dive Master

Instructor

6. จำนวน dive ที่ท่านดำน้ำตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน

1 – 50 Dives

51 – 100 Dives

101 – 200 Dives

201 – 300 Dives

ตั้งแต่ 301 Dive ขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ Live Aboard ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. จำนวนครั้งที่ท่านเคยไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ Live Aboard ในประเทศไทย

1 – 2 ครั้ง

3 – 4 ครั้ง

5 – 6 ครั้ง

ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป

ไม่เคยไป ( ถ้าไม่เคย โปรดข้ามไปตอบในหน้าที่ 3 )

2. แหล่งดำน้ำที่ท่านเคยไปท่องเที่ยวแบบพักค้างแรมบนเรือ( Live Aboard )ในประเทศไทย ( เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )
- อันดามันเหนือ ได้แก่ หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์
  - อันดามันใต้ ได้แก่ หมู่เกาะพีพี เกาะราชา หินแดงหินม่วง หมู่เกาะตะรุเตา
  - อ่าวไทยตอนบน ได้แก่ ทะเลชุมพร เกาะเต่า และ เกาะพะงัน
  - อ่าวไทยตอนล่าง ได้แก่ โลซิน ลอปี
  - อ่าวไทยด้านตะวันออก ได้แก่ จุดดำน้ำต่างๆแถบทะเลชลบุรี ระยองและตราด
3. วัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ( สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )
- ต้องการไปพักผ่อน
  - ต้องการพบเห็นธรรมชาติที่สวยงามใต้ท้องทะเล
  - ต้องการเพื่อนใหม่
  - ต้องการความท้าทาย ตื่นเต้น
  - ต้องการพบเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ เช่น กระเบนราหู ฉลามวาฬ
  - ต้องการถ่ายรูป บันทึกภาพความงามใต้ทะเล สิ่งมีชีวิตในทะเลที่น่าสนใจ
  - ต้องการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนนักดำน้ำด้วยกัน
  - อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_
4. จากข้อ 3 วัตถุประสงค์หลักที่ท่านต้องการได้จากการไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ(Live Aboard) มากที่สุด คือ ต้องการ \_\_\_\_\_
5. ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับท่านในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard)
- เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน
  - ครูสอนดำน้ำ
  - คู่สมรส/คนรัก
  - คนในครอบครัว
  - บุคคลอื่น โปรดระบุ \_\_\_\_\_
6. ส่วนใหญ่บุคคลที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้วย คือ
- ไปคนเดียว
  - คู่สมรส/คนรัก
  - ครูสอนดำน้ำ
  - เพื่อนที่ดำน้ำด้วยกัน
  - คนในครอบครัว
7. กิจกรรมที่ทำระหว่างพักดำน้ำ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- นอนพักผ่อน
  - พุดคุยสนทนา
  - อ่านหนังสือ
  - ฟังเพลง
  - ดูวีซีดีภาพยนตร์
  - ร้องเพลง
  - ทานอาหารว่าง ขนม
  - เล่นเกมส์คอมพิวเตอร์
  - เล่นน้ำ ดำน้ำตื้น
  - ถ่ายรูป
  - เล่นเกมส์ สันทนาการต่างๆ เช่น ไพ่
  - จดบันทึกดำน้ำ ศึกษารายละเอียดสิ่งมีชีวิตที่พบในการดำน้ำ
  - อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

8. ช่วงเวลาที่ท่านนิยมไปท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ Live Aboard ในประเทศไทย

- วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์ – อาทิตย์)
  วันหยุดเทศกาล  
 วันธรรมดา
  วันลาพักร้อน

### ส่วนที่ 3 ความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ (Live Aboard) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ' ' ในช่องตามระดับความต้องการที่ท่านมีต่อประเด็นแต่ละข้อ

ประเด็นที่พิจารณา	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 4	น้อย 2	ไม่ต้องการ 1
<b>1. ความต้องการด้านคุณลักษณะโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ ( Live Aboard )</b>					
ความต้องการเส้นทางดำน้ำลึกในประเทศไทย					
<u>เส้นทางฝั่งอ่าวไทย</u>					
ชุมพร - เกาะเต่า - หินใบ - กองชุมพร					
ชุมพร - กองชุมพร - ร้านเบ็ด - ร้านไก่					
โลซิน - ลอปี- ตู้รถไฟ					
แหล่งดำน้ำต่างๆแถบทะเลชลบุรี ระยอง และ ตรวด					
<u>เส้นทางฝั่งอันดามัน</u>					
เกาะราชา - เกาะดอกไม้ - เกาะยูง - เกาะพีพี – มุสัง					
หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า - พีพี – เกาะยูง					
สิมิลัน - บอน - ตาชัย – ริเชลิว					
ตะรุเตา - หินแดง - หินม่วง - เกาะห้า – พีพี					
เส้นทางอื่นๆ โปรดระบุ _____					
<b>2. ความต้องการด้านที่พัก</b>					
ความสวยงามของห้องพักบนเรือ					
ความสะอาดของห้องพัก ห้องน้ำ บนเรือ					
มาตรการความปลอดภัย					
ห้องสำหรับสันทนาการ พักผ่อน บนเรือ					
<b>3. ความต้องการด้านอาหารและเครื่องดื่ม</b>					
ความหลากหลายของอาหาร					
ความอร่อยของอาหาร					
บริการเครื่องดื่มชา กาแฟ นม บนเรือ					
บริการเครื่องดื่มน้ำอัดลม น้ำผลไม้ บนเรือ					
บริการขนมขบเคี้ยวบนเรือ					

ประเด็นที่พิจารณา	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 4	น้อย 2	ไม่ต้องการ 1
บริการของหวาน ผลไม้ หลังอาหารบนเรือ					
บริการอาหารว่างระหว่างพักดำน้ำ					
บริการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนเรือ					
<b>4. ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
<b>4.1 ด้านเครื่องใช้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำห้องพัก</b> เครื่องปรับอากาศ					
พัดลม					
อุปกรณ์ เครื่องใช้อื่นๆ โปรดระบุ _____					
<b>4.2 ด้านเครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกประจำส่วนกลาง</b> โทรทัศน์					
เครื่องเล่นวีซีดี/ ดีวีดี					
วีซีดี/ ดีวีดีภาพยนตร์ เพลงต่างๆ					
คอมพิวเตอร์					
คาราโอเกะ					
เครื่องทำน้ำอุ่นประจำห้องน้ำทุกห้อง					
เครื่องชงกาแฟ					
เครื่องบึงขนมปัง					
หนังสือ นิตยสารต่างๆเกี่ยวกับการดำน้ำ สิ่งมีชีวิตใต้ทะเล					
หนังสือ นิตยสารสำหรับอ่านเล่น					
ไพ่ เกมสต่างๆ _____					
อุปกรณ์ เครื่องใช้อื่นๆ โปรดระบุ _____					
<b>4.3 ความต้องการด้านบริการอำนวยความสะดวก</b> บริการจองตั๋วโดยสารเครื่องบิน/รถทัวร์					
บริการขนย้ายสัมภาระไป-กลับระหว่างกรุงเทพฯ-เรือ					
บริการรับ-ส่งระหว่างสนามบิน/ท่ารถโดยสารถึงเรือ					
บริการให้เช่าอุปกรณ์ต่างๆสำหรับดำน้ำ					
บริการอื่นๆ โปรดระบุ _____					
<b>5. ความต้องการที่มีต่อการให้บริการของบุคลากร</b>					
<b>5.1 ความต้องการที่มีต่อผู้นำดำน้ำ (Dive Leader)</b>					
ความชำนาญเส้นทางของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader)					
ความสามารถของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader) ในการค้นหาสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่น่าสนใจ					
การดูแลเอาใจใส่ในความปลอดภัยของนักดำน้ำ					
ความเป็นมิตรของผู้นำดำน้ำ (Dive Leader)					



ประเด็นที่พิจารณา	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 4	น้อย 2	ไม่ต้องการ 1
<b>5.2 ความต้องการที่มีต่อพนักงานลูกเรือ</b>					
การช่วยเหลือขนย้ายสัมภาระ					
การช่วยจัดเตรียม ประกอบอุปกรณ์ในการดำน้ำ					
บริการเสิร์ฟน้ำดื่มก่อนลงดำน้ำ					
บริการช่วยเหลือนักดำน้ำขณะขึ้น-ลงดำน้ำ					
บริการล้างทำความสะอาดอุปกรณ์หลังจากดำน้ำ					
ความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงานลูกเรือ					

6. จำนวนวันดำน้ำที่ท่านต้องการต่อโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ Live Aboard ในประเทศไทย
- 2 วัน                       3 วัน                       4 วัน                       ตั้งแต่ 5 วันขึ้นไป
7. จำนวน Dive ทั้งหมดที่ท่านต้องการต่อทริปดำน้ำลึกแบบ Live Aboard ในประเทศไทย
- 5 – 8 Dives               9 – 12 Dives               13 – 16 Dives               ตั้งแต่ 17 Dives ขึ้นไป
8. จำนวนสมาชิกนักดำน้ำในเรือต่อทริปที่ท่านต้องการในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ Live Aboard ในประเทศไทย
- 2 – 5 คน                       6 – 10 คน                       11 – 15 คน
- 16 – 20 คน                       21 – 25 คน                       ตั้งแต่ 26 คนขึ้นไป
9. จำนวน dive ต่อวันที่ท่านต้องการ
- 1 – 2 Dives               3 Dives                       4 Dives                       ตั้งแต่ 5 Dives ขึ้นไป
10. ความต้องการการดำน้ำกลางคืน (Night Dive) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบ Live Aboard ในประเทศไทย
- ไม่ต้องการ                       3-4 Dives ต่อทริป
- 1-2 Dives ต่อทริป                       มีทุกวันดำน้ำ
11. รูปแบบห้องพักที่ท่านต้องการมากที่สุด
- ห้องนอนเดี่ยว                       ห้องพักสำหรับ 2 คน
- ห้องพักสำหรับ 3 -4 คน                       ห้องพักสำหรับ 5 คนขึ้นไป
12. รูปแบบห้องน้ำที่ท่านต้องการบนเรือมากที่สุด
- ห้องน้ำแยกประจำห้องพักแต่ละห้อง                       ห้องน้ำรวม
13. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข  
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

อาจารย์ ภัคภร สกลรักษ์

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ ดร. ชาญวงศ์ กীরติวานิชย์

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	เปมิกา เทศาภีรติ
วันเดือนปีเกิด	18 ตุลาคม 2519
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	16 ถ.เจริญนคร ต.บุคคโล อ.ธนบุรี จ.กรุงเทพมหานคร 10600
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	Product Development & Merchandiser
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เฟอร์นเทรต จำกัด 120/1 สุขุมวิท 63 คลองตันเหนือ เขตวัฒนา จ.กรุงเทพมหานคร 10110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	ปริญญาตรี การออกแบบอุตสาหกรรมบัณฑิต จาก คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2549	ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด จาก คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ