

การจัดการธุรกิจการดำน้ำ : กรณีศึกษา ฟินิก ไดเวอร์ส

THE DIVING BUSINESS MANAGEMENT : A CASE STUDY OF THE PHOENIX DIVERS

รัฐศาสตร์ หงส์แก้วบรรเจิด 4836862 SHSM/M

ศศ.ม. (การจัดการทางการกีฬา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : พราหม อินทรม, ค.ด. (พลศึกษา), โยธิน แสงวงศ์, Ph.D. (สังคมวิทยา)

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจการดำน้ำ กรณีศึกษา ฟินิก ไดเวอร์ส โดยศึกษาการจัดการทรัพยากรที่เป็นปัจจัยของการจัดการองค์ประกอบที่สำคัญประกอบด้วย 5 ปัจจัยได้แก่ คน เงิน สถานที่ วัสดุอุปกรณ์ การจัดการและการตลาด โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจ้าของหรือผู้จัดการ 1 คน กลุ่มบุคลากร (พนักงาน) 9 คน และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามผู้ที่มาใช้บริการ จำนวน 58 คน

ผลการวิจัยพบว่ามีการบริหารจัดการบุคลากรเป็นแบบเจ้าของคนเดียว มีจำนวนบุคลากรภายในองค์กร 9 คน การสรรหาบุคลากรที่เข้ามาทำงานนั้น ดูตามประสบการณ์ ความสามารถ และความเหมาะสม การประเมินผลการทำงานของพนักงาน มีการประเมินการทำงานทุก ๆ เดือน แต่ไม่มีประเมินผลอย่างเป็นระบบ รายได้ของฟินิก ไดเวอร์ส ส่วนใหญ่มาจาก การจัดการด้านการเรียน รายได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการในแต่ละเดือน อัตราส่วนที่ร้องลงมากคือ ค่าเช่าอุปกรณ์ ค่าบริการนำเที่ยวรอบเกาะ ซึ่งมีอัตราส่วนใกล้เคียงกัน สถานที่ตั้งของฟินิก ไดเวอร์ส ให้มีความสำคัญเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งเพื่อที่ก่อตั้ง โรงเรียนสอนดำน้ำ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ โดยคำนึงถึงหลักการสำคัญต่าง ๆ ดังนี้ อยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้พักอาศัยหนาแน่นอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีผู้พักอาศัยหนาแน่น มีรถของโรงเรียนรับ – ส่ง จากท่าเรือ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน เหตุผลของการจัดตั้งคือ ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นำรายได้มาสู่ท้องถิ่น การให้ความรู้และถ่ายทอด การดำน้ำอย่างถูกต้องและปลอดภัย มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ จัดทำโดยการแจกใบปลิวที่ทำเรือหรือบนเรือขนส่งระหว่างเกาะที่อยู่ใกล้เคียง มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่น(Local Guide) เป็นผู้หาลูกค้าที่มีอยู่ประจำที่ทำเรือและบนเรือเพื่ออธิบายกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจการดำน้ำ มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ในเว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีการเข้าไปนำเสนอ โปรโมชั่นต่างๆ บอกวิธีการเดินทาง ราคา และเบอร์โทรศัพท์ ด้านความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจทางด้านผลิตภัณฑ์ และทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ส่วนทางด้านราคา และทางด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยควรมีการประสานงานบุคลากรโดยเฉพาะการสื่อสารที่ถูกต้อง ควรมีการวางระบบการบริหารอย่างชัดเจน การตรวจสอบอุปกรณ์ การเตรียมความพร้อมใช้งาน และการดูแลซ่อมบำรุง ควรมีการบันทึกการตรวจสอบเป็นหลักฐาน โดยจัดข้อมูล,เอกสารและภาพประกอบ ไว้หลายภาษา เพื่อความสะดวกและไม่จำเป็นต้องใช้ภาษามากนัก เพื่อขจัดปัญหาเรื่องการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ของฟินิก ไดเวอร์ส ลงในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยวและกิจกรรมของเกาะเต่าให้มากขึ้น

คำสำคัญ : การบริหารจัดการ / การดำน้ำ / ฟินิก ไดเวอร์ส

# THE DIVING BUSINESS MANAGEMENT : A CASE STUDY OF THE PHOENIX DIVERS

RATTASART HONGKAEWBANJERD 4836862 SHSM/M

M.A. (SPORT MANAGEMENT)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: PRAM INPROM, Ph.D.DOCTOR OF  
EDUCATION (PHYSICAL EDUCATION), YOTHIN SAWANGDEE,  
Ph.D.DOCTOR OF SOCIOLOGY (SOCIOLOGY)

## ABSTRACT

The objective of this research is to study diving business management using a case study of Phoenix Divers on Koh Tao. This was done by studying and learning how the company deploys and manages its available resources effectively in term of 5 factors: human capital, financial assets, equipment, management methods and marketing. This research was completed using both qualitative and quantitative methods. The qualitative method for this research was to interview the manager/owner of Phoenix Divers and nine employees, while the quantitative method was to analyze 58 questionnaires collected from customers who used the company's service.

The research showed that the management style of the company was single owner management. There were 9 employees working for the company, and they were recruited by considering their talents and experience. Regarding performance management, staff were assessed on monthly basis. However, there was not specific performance management system in this company. The revenue of Phoenix Divers primarily came from classes taught to customers, with income based on the number of customers attending the course. Minor revenue came from equipment rentals and charges for tour packages showing customers around the island. Location was the most important factor considered by Phoenix Divers when they established their diving school for visitors and enthusiasts. It had to be in a community with a highly dense population, where a school bus could be sent to and returned from the port, and full of facilities. The reasons for the school establishment of the school were to promote and support eco-tourism, bring revenue to the local economy and transfer or share proper diving knowledge with people. The most common way most marketing and promotion was performed was through the distribution of flyers or leaflets at ports or on ships between the nearby islands.

The local guide was available to sell packages and describe activities of interest to tourists at port and on board ships. In addition, advertisement on the internet and on web boards was also available for tourists to find information about guided tours, updated promotional offers, travel costs, budgets, and contact information. The level of the satisfaction with services shows that the majority of consumers were satisfied with the products provided by the diving school and distribution channels. There was also high level of satisfaction with prices and promotion of the market.

Suggestions from research are that there should be better coordination among employees, clear and transparent management, a better monitoring system and better equipment maintenance and care, especially checking the condition of used equipment. Moreover, there should be more recorded documents as an audit trial, event data, documents and images should be prepared into multiple languages for convenience; there should not be overly complex language to reduce the chance of miscommunication. The release of advertisements in the guidebook and other published accounts of tourist activities in Koh Tao should be more frequent.

KEYWORDS : MANAGEMENT / DIVING / PHOENIX DIVERS

130 pages.