

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย



กานต์ธิดา พรหมสวัสดิ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)

คณะกรรมการการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2563

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย

กานต์ธิดา พรหมสวัสดิ์

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)

..... ประธานกรรมการ
(ดร.รสิตา สีนอกเอี่ยม)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรษิดา บุญญาณเมธภาพร)

..... คนบดี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง)

____/____/____

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	กานต์ธิดา พรหมสวาสดี
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)
ปีการศึกษา	2563

การศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย กำหนดวัตถุประสงค์การศึกษาไว้ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย 3) เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกเพื่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย จำนวน 420 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพส่วนใหญ่โสด มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวม ความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำ ความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ฤดูกาล ช่วงเวลาการท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการดำน้ำต่อปี จำนวนคนในการท่องเที่ยว และระดับบัตรดำน้ำ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย

การศึกษานี้มีการเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกของประเทศไทยเพื่อให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ด้านผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำ ด้านภาครัฐ

และภาคเอกชน ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านน้ำ และด้านสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณแหล่งด้านน้ำ



ABSTRACT

Title of Thesis	Guidelines for Promoting the Scuba Diving Tourism in Thailand
Author	Karnthida Promsavast
Degree	Master of Arts (Integrated Tourism Management)
Year	2020

There are three objectives in the study of Guidelines for Promoting the Scuba Diving Tourism in Thailand, including 1) to study the Thai Scuba diving tourists' behavior 2) to study the satisfaction level of Thai scuba diving tourists 3) to propose advice on the promotion of scuba diving tourism for the satisfaction of Thai diving tourists. A quantitative research method to study behavior and satisfaction of 420 Thai diving tourists by using questionnaires as a tool for data collection. The results of the research were as follows:

1. Most of the Thai scuba diving tourists are female, almost single, age between 31-40 years old with a bachelor's degree, have average monthly income 10,001-20,000 baht, with most tourists being private company employees.

2. Thai scuba diving tourists are overall satisfied. The satisfaction in the dive sites, the satisfaction of the dive operator, the Satisfaction of tourist attractions in a high level.

3. Comparison of personal factors with the satisfaction of tourists, the comparison of tourism behavior factors and the satisfaction of tourists, and the comparing the factors of tourism behavior with the satisfaction of tourists found that all aspects had the statistically significant level of 0.05.

4. The factors of tourism behavior are seasons, periods of tourism, number of dives per year, The number of people in the tour and dive card level influence on the satisfaction of Thai scuba diving tourists.

This study offers recommendations for promoting scuba diving tourism in Thailand to suit Thai divers are the operator of diving business, the Public and private sectors, Business related to diving business and the tourist attractions in diving area.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีจากความเมตตาและความอนุเคราะห์อย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกานต์ แก้วนุช ในการสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ตรวจสอบ แก้ไข และปรับปรุงงานวิจัยในหลายขั้นตอนด้วยความกรุณาและเอาใจใส่ ผู้วิจัยซาบซึ้งและกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการที่กรุณาให้คำชี้แนะและให้แนวทางในการปรับแก้ งานวิจัยให้สำเร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณกลุ่มนักท่องเที่ยวน้ำลึกชาวไทยที่มีส่วนทำให้งานวิจัยสำเร็จ ลุล่วงได้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา พี่สาวของผู้วิจัยที่ให้โอกาส ผลักดัน และสนับสนุนในการศึกษาอย่างเต็มกำลัง ตลอดจนเพื่อนรักและ คุณวันวิสาภัก สิทธิไชยากุลที่คอยเป็นกำลังใจและช่วยเหลือให้ผ่านพ้นอุปสรรคจนสำเร็จ

ผู้ทำวิจัยหวังว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจคุณค่าของการท่องเที่ยว ดำน้ำลึก ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณดีความชอบให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำงานวิจัยชิ้นนี้สมบูรณ์ หากมีข้อบกพร่องประการต่างๆ ข้าพเจ้าน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และพร้อมรับฟังคำแนะนำจากทุกท่าน เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยต่อไป

กานต์ธิดา พรหมสวาสดี

พฤษภาคม 2564

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....ค	
ABSTRACT.....จ	
กิตติกรรมประกาศ.....ช	
สารบัญ.....ช	
สารบัญตาราง.....ฉ	
สารบัญรูปภาพ.....ฐ	
บทที่ 1 บทนำ.....1	
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....1	
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....4	
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....4	
1.4 ขอบเขตงานวิจัย.....5	
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....5	
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....7	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism).....7	
2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism).....7	
2.1.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย.....8	
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Tourism).....10	
2.2.1 การท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Tourism).....10	
2.2.2 การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึก (Scuba diving tourism).....13	
2.2.3 แหล่งดำน้ำในประเทศไทย.....14	
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist's Behaviour).....16	

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (Demographic).....	18
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Satisfaction).....	20
2.5.1 ความหมายของความพึงพอใจ.....	20
2.5.2 การประเมินความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	22
2.5.3 ความพึงพอใจของการท่องเที่ยวด้านน้ำลึก.....	24
2.6 เอกสารอ้างอิงและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39
2.7 กรอบแนวคิด	41
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	42
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
3.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ.....	44
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
3.6 แผนการทำงาน.....	47
3.7 งบประมาณ	47
3.8 จริยธรรม	48
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	49
4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านน้ำ	49
4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านน้ำ	50
4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำ	53
4.3.1 ความพึงพอใจโดยรวม.....	53
4.3.2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งดำน้ำ	54
4.3.3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการด้านน้ำ	55
4.3.4 ความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว.....	56

4.4 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึกชาวไทย	58
4.5 การเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก..	61
4.5.1 การวิเคราะห์ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก	61
4.5.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก	64
4.6 ปัจจัยทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึกประเทศไทย	66
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
5.1 ลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึกในประเทศไทย	69
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก.....	69
5.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก.....	70
5.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึกในประเทศไทย.....	72
5.2.1 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก.....	72
5.2.2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งดำน้ำ	73
5.2.3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	74
5.2.4 ความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว.....	75
5.3 ปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก	76
5.3.1 เพศกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก	76
5.3.2 อายุกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก	78
5.3.3 สถานภาพสมรสกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก	79
5.3.4 ระดับการศึกษากับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก.....	79
5.3.5 อาชีพกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก	80
5.3.6 รายได้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก.....	81
5.4 พฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลึก	82

5.4.1	ปัจจัยคาดทำนายความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึก	82
5.4.2	ปัจจัยคาดทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งดำนํ้าของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึก	83
5.4.3	ปัจจัยคาดทำนายความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึก	85
5.4.4	ปัจจัยคาดทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึก	86
5.5	แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำนํ้าลึกในประเทศไทย	87
5.6	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	89
บรรณานุกรม		90
ภาคผนวก		101
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย		101
ประวัติผู้เขียน		112

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่านน้ำลึก	29
ตารางที่ 2.2 การจัดหมวดหมู่ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวด่านน้ำลึก	33
ตารางที่ 2.3 ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวด่านน้ำลึกด้านแหล่งดำน้ำ	34
ตารางที่ 2.4 ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวด่านน้ำลึกด้านผู้ประกอบการดำน้ำ	35
ตารางที่ 2.5 ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวด่านน้ำลึกด้านแหล่งท่องเที่ยวด่านน้ำ	36
ตารางที่ 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	41
ตารางที่ 3.1 รายละเอียดแผนการทำงาน	47
ตารางที่ 3.2 งบประมาณค่าใช้จ่าย	47
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด่านน้ำ	49
ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวด่านน้ำ	51
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่านน้ำ โดยการจำแนกรายด้าน	53
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งน้ำ โดยจำแนกรายข้อ	54
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ดำน้ำโดยจำแนกรายข้อ	55
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกรายข้อ	57
ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่านน้ำลึก	60
ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยว กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่านน้ำลึก	63
ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อเปรียบเทียบปัจจัย พฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่านน้ำลึก	65
ตารางที่ 4.10 ปัจจัยทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่านน้ำลึกประเทศไทย	67

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 4.1 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดำนํ้าลึก	59
ภาพที่ 4.2 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว	62
ภาพที่ 4.3 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวดำนํ้าลึก	65
ภาพที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึก	66

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวทางทะเลได้มีการพัฒนาขึ้นเมื่อประมาณเจ็ดสิบปีก่อนเป็นช่วงที่เริ่มมีการพัฒนาการท่องเที่ยวโลก การท่องเที่ยวในระยะแรกจะเน้นการท่องเที่ยวธรรมชาติริมชายหาด โดยจะเน้นการทำกิจกรรมริมชายหาด (Miller & Auyong, 1991) แม้ว่าจะไม่ทราบการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวที่แน่นอน ความนิยมของการท่องเที่ยวทางทะเลทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของที่พักและรีสอร์ทริมชายหาด บ้านพักตากอากาศ ร้านอาหาร รวมถึงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (Miller, 1993; Hall, 2001) และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลมีความหลากหลายมากขึ้น การขยายพื้นที่ในการทำกิจกรรมเข้าสู่ท้องทะเล กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญ เช่น การดำน้ำลึก (scuba diving) การโต้คลื่น (surfing) การตกปลา (fishing) การแล่นเรือใบ (sailing) การเล่นสกีทางน้ำ (water skiing) การพายเรือคายัก (sea kayaking) การเล่นวินเซิร์ฟ (windsurfing) เป็นต้น (Orams, 1999) ส่งผลให้ประเทศแถบชายฝั่งทั่วโลกเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (UNEP and UNWTO, 2005; Orams and Luck, 2014) จึงทำให้ช่วงปี 2000 การท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วที่สุดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Hall, 2014)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความเปี่ยมพร้อมของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สามารถดึงดูดและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั่วโลก (จุฬารัตน์ และคณะ, 2558) การท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยเริ่มต้นในช่วงปี 1960 ตามแนวโน้มการท่องเที่ยวทั่วโลก สร้างรายได้ให้กับประเทศจำนวน 8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเติบโตขึ้นเป็น 8.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 1996 (WTO, 1997) ต่อมาการท่องเที่ยวทางทะเลได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากความสวยงามของทะเลไทยที่มีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลกเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย (Wong, 1998; เพลิมศักดิ์ จารยะพันธุ์ และคณะ, 2550) ทะเลของไทยมีความหลากหลายทางชีวภาพครบถ้วนจึงทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากประเทศไทยมีทะเลทั้งฝั่งอันดามันและอ่าวไทยในเนื้อที่กว่า 350,000 ตารางกิโลเมตร (วรารุช ชินทรเดชา, 2555) ในบริเวณแต่ละชายฝั่งทะเลมีจุดเด่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้แตกต่างกัน เนื่องจากประเทศไทยมีระบบนิเวศทางทะเลที่อุดมสมบูรณ์ มีแนวปะการังครอบคลุม

พื้นที่ประมาณ 153 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยประการังมากกว่า 400 ชนิด แนวปะการังพบได้ทั้ง อ่าวไทย (74.8 ตารางกิโลเมตร) และทะเลอันดามัน (78.56 ตารางกิโลเมตร) มีแหล่งหญ้าทะเลที่มีความสำคัญต่อการหากิน การแพร่พันธุ์ และเป็นแหล่งอนุบาลของสัตว์น้ำหลายชนิดซึ่งมีบริเวณครอบคลุมพื้นที่ 149.97 ตารางกิโลเมตร (ศักดิ์อนันต์ และศิริสา, 2553) ความสวยงามและอุดมสมบูรณ์ของทะเลไทยร่วมกับความโดดเด่นและมีชื่อเสียงระดับโลกของทะเลทางภาคใต้ที่เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยว (จุฬารัตน์ และคณะ, 2558) ประกอบกับจำนวนที่พัก รีสอร์ท โรงแรมในบริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทำให้การท่องเที่ยวทางทะเลเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่อันดับต้นๆของทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Wong, 1988; Martin, 2010) ประกอบกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลของไทยได้รับความนิยมสูง ได้แก่ การท่องเที่ยวในการชมทัศนียภาพและความงามของท้องทะเล ผืนน้ำ และวิวทิวทัศน์ รวมถึงหมู่เกาะต่างๆ การเล่นเรือใบ การท่องเที่ยวในการดำน้ำทั้งการดำน้ำตื้นและการดำน้ำลึก (เฟติมศักดิ์ จารยะพันธุ์ และคณะ, 2550)

จากการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล พบว่า กิจกรรมดำน้ำลึกเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจเนื่องจากเป็นหนึ่งในกิจกรรมสันทนาการของการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในโลก (Musa & Dimmock, 2012; Hunt et al., 2013) การดำน้ำลึกเป็นที่นิยมและแพร่หลายมากในการท่องเที่ยวทางทะเลทั่วโลกจนกลายเป็นกิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวทางทะเล (Hsua & Wang, 2013; Mota & Frausto, 2014) ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกจะมีพฤติกรรมในการเดินทางไปยังแหล่งดำน้ำที่สนใจในต่างประเทศเป็นจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้การท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจในประเทศที่กำลังพัฒนา (Daldeniz & Hampton, 2012) ส่วนกิจกรรมดำน้ำลึกในประเทศไทยเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคตตามการขยายตัวของนักท่องเที่ยวของประเทศ รัฐบาลไทยได้วางกลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของยุทธศาสตร์พัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำเป็นหนึ่งในแนวทางการสร้างศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ประกอบกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษนั้นจะรวมถึงการท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้วย ในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยได้มีแนวทางปฏิบัติภายใต้แนวคิด “The Real Diving Hub of Asia” เพื่อให้ได้เป็นศูนย์กลางการดำน้ำของภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากในแต่ละปีมีจำนวนนักดำน้ำทั้งนักดำน้ำสมัครเล่นและนักดำน้ำมืออาชีพมากกว่า 50,000 รายเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย รายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำก่อให้เกิดมูลค่าทั้งในภาคบริการและการท่องเที่ยวกว่า 5,000 ล้านบาท ส่งผลให้เกิดการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (วินิจ รังผึ้ง, 2550)

การเติบโตของการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นโดยไม่มีมาตรการการรองรับนักท่องเที่ยวตามขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวนำไปสู่ปัญหาสิ่งแวดล้อมของทรัพยากรทางทะเลจากการใช้กิจกรรมต่างๆ ทางทะเลทั้งบนบก ชายฝั่ง และในทะเล (จุฬารัตน์ และคณะ, 2558) อันได้แก่ ปัญหาการรั่วไหลของน้ำมัน การกัดเซาะชายฝั่ง ปรากฏการณ์น้ำทะเลเปลี่ยนสี การเปลี่ยนแปลงของระดับน้ำทะเลเนื่องมาจากสภาวะโลกร้อน เป็นต้น และการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพอย่างเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การขาดจิตสำนึกของผู้ประกอบการในเรื่องต่างๆ อาทิ การทิ้งสมอเรือ บริเวณแนวปะการังและบริเวณใกล้เคียงสามารถส่งผลกระทบต่อแนวปะการังได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ปะการังมีการแตกหักจากการทิ้งสมอเรือ หรืออาจแตกหักจากการถูกเหยียบย่ำของนักท่องเที่ยวที่ทำการกิจกรรมดำน้ำและว่ายน้ำในบริเวณแนวปะการัง รวมไปถึงการขุดร่องน้ำในการรับส่งผู้โดยสารทำให้ปะการังเกิดความเสียหายโดยตรง การทิ้งขยะและน้ำเสียจากการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลต่อแนวปะการัง สิ่งมีชีวิตตามแนวปะการัง และทัศนียภาพ ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางทะเล (กรมควบคุมมลพิษ, 2552) ทำให้สิ่งแวดล้อมทางทะเลเสื่อมโทรมลง เกิดเป็นมลภาวะหรือมลพิษในทะเล คุณภาพน้ำเสื่อมโทรมลง ความงดงามของทัศนียภาพของทะเลลดน้อยลง และยิ่งก่อให้เกิดการสูญเสียของทรัพยากรธรรมชาติที่มีชีวิต เช่น สิ่งมีชีวิตใกล้สูญพันธุ์และสัตว์สงวนไว้เพื่อความยั่งยืนในอนาคต ได้แก่ พะยูน ฉลาม หอยมือเสือ เป็นต้น ทั้งนี้ทำให้เกิดความสูญเสียที่มีอาจประเมินค่าได้จากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่ผ่านมาโดยมิได้ให้ความสำคัญหรือตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น (เผด็จศักดิ์ จารยะพันธุ์ และคณะ, 2550) ปัจจุบันพบว่า แนวปะการังมากกว่าร้อยละ 80 ในทะเลอันดามัน และมากกว่าร้อยละ 50 ของทะเลอ่าวไทย อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ในระดับปานกลาง สภาพเสื่อมโทรม และสภาพเสื่อมโทรมมาก การคาดการณ์ของแนวปะการังเหล่านี้อยู่ในสภาพเสี่ยงต่อการเสื่อมโทรมมากขึ้นจากสภาวะถูกคุกคามมากถึงมากที่สุด ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่ประทับใจ มีการบอกต่อในเชิงลบและไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ (เผด็จศักดิ์ จารยะพันธุ์และคณะ, 2550)

การท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความเกี่ยวข้องกับระบบเครือข่ายธุรกิจดำน้ำ ประกอบด้วย ธุรกิจการบริการเฉพาะด้านการดำน้ำ ได้แก่ โรงเรียนสอนการดำน้ำลึก ร้านขายอุปกรณ์ดำน้ำลึก เรือบริการนักดำน้ำลึก เป็นต้น และยังมีธุรกิจการบริการการท่องเที่ยวพื้นฐาน อาทิ โรงแรมที่พักอาศัย ร้านอาหารและเครื่องดื่ม การบริการขนส่งสาธารณะ เป็นต้น การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกจึงก่อให้เกิดพื้นที่ที่มีผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน รวมถึงชุมชนในพื้นที่ด้วยเช่นกัน ดังนั้นการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกเป็นกลไกสำคัญในการสร้างผลประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อมให้กับทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ร่วมกับด้านสังคมและวัฒนธรรมให้กับชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งดำน้ำ การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างประโยชน์สาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม (สุดสันต์ สุทธิพิศาลและคณะ, 2562)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติใต้ท้องทะเลไปพร้อมกับการสร้างรายได้ที่เป็นผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวดำน้ำ ประเทศไทยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญตระหนักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึก เช่นเดียวกับการมุ่งเน้นส่งเสริมอาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดำน้ำและกิจกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำในประเทศไทยมัลดีฟส์ที่มีการจัดการแนวทางการจัดระเบียบและควบคุมการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกจนกลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ในปัจจุบันมีกลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยส่วนใหญ่ทำการศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำชาวต่างชาติซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกกลุ่มหลักของไทย ผู้วิจัยเล็งเห็นการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยที่เพิ่มมากขึ้น (สมาคมดำน้ำแห่งประเทศไทย, 2556) ประกอบกับขณะที่ผู้ทำวิจัยได้ทำการวิจัยได้เกิดสถานการณ์การระบาดของโรค Covid-19 ทั่วโลกจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ตามปกติ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวดำน้ำชาวไทยเพื่อเป็นโอกาสในการศึกษาวิจัยนักดำน้ำชาวไทยโดยเฉพาะ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในประเด็นการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักดำน้ำชาวไทยเป็นประเด็นหลักในการศึกษาเพื่อให้รับรู้ถึงพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของนักดำน้ำชาวไทยเป็นแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกในประเทศไทย พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สามารถนำไปใช้และพัฒนาการท่องเที่ยวดำน้ำลึกเพื่อให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย
- 1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย
- 1.2.3 เสนอแนะแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกเพื่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.3.1 ภาครัฐ งานวิจัยชิ้นนี้จะป็นแนวทางให้ภาครัฐนำไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเลเพื่อการดำน้ำลึก
- 1.3.2 ภาคอุตสาหกรรม งานวิจัยชิ้นนี้จะป็นแนวทางให้ภาคเอกชนนำไปใช้พัฒนาหรือปรับปรุงในธุรกิจการท่องเที่ยวทางทะเลเพื่อการดำน้ำลึก เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ

1.3.3 ภาคการศึกษา (สถาบันการศึกษา) งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นแนวทางเพื่อให้สถาบันการศึกษานำไปจัดทำเป็นคู่มือ หรือหลักสูตรสำหรับการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางทะเลเพื่อการดำน้ำลึกให้นักวิชาการได้ศึกษาและนำไปใช้

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1) ศึกษาและวิเคราะห์การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกของประเทศไทย
- 2) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยในประเทศไทย ในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการดำน้ำ ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวและระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว จำนวนของผู้ร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง และระดับบัตรดำน้ำ
- 3) ศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยในความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งดำน้ำ ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาแหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทย

1.4.2 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาการเริ่มดำเนินงานตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม 2563 และเก็บข้อมูลในเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม 2563

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร ศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึก ณ แหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 นักท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวและได้เข้าร่วมกิจกรรมการดำน้ำลึก หรือเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาทำกิจกรรมการดำน้ำลึกโดยเฉพาะ ณ แหล่งในประเทศไทย

1.5.2 แหล่งดำน้ำ เป็นสถานที่เพื่อการทำกิจกรรมการดำน้ำลึก โดยมีการค้นพบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการดำน้ำ และมีการสำรวจเส้นทางในการดำน้ำเพื่อชมความสวยงามใต้ท้องทะเลอย่างปลอดภัย

1.5.3 แหล่งท่องเที่ยว ในที่นี้หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงแหล่งดำน้ำ เพื่อการพักผ่อน หรือผ่อนคลายจากกิจกรรมดำน้ำของนักท่องเที่ยว

1.5.4 ผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำที่นักดำน้ำใช้บริการในการทำกิจกรรมดำน้ำโดยเฉพาะ

1.5.5 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการทำกิจกรรม
ดำน้ำลึก



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism)

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism)

ปัญญา เทียนนาวา (2554) ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการเข้าร่วมทำกิจกรรมของผู้ซึ่งชื่นชอบกิจกรรมที่อาศัยความทรหดอดทน การเสี่ยงภัย ในสถานที่ห่างไกลที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่มีชื่อเสียงด้านความงามและ องค์ประกอบของธรรมชาติ กิตติศักดิ์ ศรีวรรณ (2552) อธิบายว่า การท่องเที่ยวผจญภัย หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความพิเศษ นักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว แต่ปลอดภัย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับความทรงจำและประสบการณ์ใหม่ เช่นเดียวกับ ทรงชัย อังกาทิพย์ (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบผจญภัยว่า การท่องเที่ยวแบบผจญภัยเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางเพื่อ ค้นหาค้นหา หรือการเดินทางไปยังพื้นที่ที่ห่างไกล มีอุปสรรค และไม่สามารถคาดเดาเหตุการณ์ถึง สถานการณ์ข้างหน้าได้ หรืออาจหมายถึงความถึง การก้าวเข้าไปในพื้นที่เสี่ยง หรือพื้นที่ที่มีความยากลำบากในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวต้องการความพยายาม ดิ้นรน ในการแก้ปัญหา หลีกเลี่ยง อุปสรรคที่ต้องพบเจอเพื่อให้มีชีวิตรอด ประสบการณ์เช่นนี้ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตื่นเต้นและท้าทาย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ประกอบไปด้วย ความสนุกตื่นเต้น ความท้าทาย ความเสี่ยง เหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาอนาคตข้างหน้าได้ อุปสรรค การคิดค้นหรือประดิษฐ์ขึ้นใหม่ การหลบหลีกเอาตัวรอด และการใช้พลังกำลัง สอดคล้องกับ นิศา ชัชกุล (2547) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นกิจกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกจากถิ่นที่อยู่จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยมีเหตุจูงใจของการเดินทางที่หลากหลาย เช่น เพื่อการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการศึกษา หรือเพื่อสาเหตุอื่นๆ ในระหว่างการเดินทางอาจมีเหตุการณ์ที่ต้องเผชิญหน้า หรือทำทลายกับการเสี่ยงภัยเกิดขึ้น นักท่องเที่ยวอาจจะคาดการณ์ได้หรือคาดการณ์ไม่ได้ว่าจะเกิดขึ้น ผู้เดินทางท่องเที่ยวประเภทจะต้องมีการเตรียมการอย่างดี ตั้งอยู่ในความไม่ประมาท และต้องมีผู้นำที่มีประสบการณ์เพราะสามารถเกิดอันตรายได้ เช่น ทัวร์เดินป่า นักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการชมต้นไม้ดอกไม้ สัตว์ป่านานาพันธุ์ ได้ศึกษาธรรมชาติ ได้

ออกกำลังกายจากการเดินผ่านป่า ภูเขา ล่องแม่น้ำ และสามารถพบเจอเหตุการณ์ไม่คาดคิดในบางครั้ง อาทิ การถูกแมลงหรือสัตว์กัดต่อย การเดินหลงป่า ลื่นหกล้ม ฝนตกหนัก น้ำป่าไหลหลาก ฯลฯ

Swarbrooke et al, (2003) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย มีลักษณะสำคัญประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวที่มีผลลัพธ์ที่ไม่แน่นอน มีความอันตราย ความเสี่ยง ความท้าทาย ตอบสนองความคาดหวัง ความแปลกใหม่ การได้สำรวจ การได้ค้นพบสิ่งเร้าและความตื่นตัวของนักท่องเที่ยว การหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิต และการมีความแตกต่างของอารมณ์ เช่นเดียวกับ ราไฟพอร์น แก้วสุริยะ (2545) ได้กล่าวเพิ่มเติมถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวผจญภัย ว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความตื่นตาตื่นใจ เกิดการท้าทายความสามารถ ส่งผลให้เกิดความต้องการทดลองทำเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย ปลอดภัย มีความทรงจำและประสบการณ์ใหม่ แหล่งท่องเที่ยวอาจมีความพร้อมในการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การทำกิจกรรมต้องมีผู้รับผิดชอบการแนะนำและดูแลความปลอดภัย การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน มีการกำหนดนโยบายแผนงานและแผนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระยะสั้นและระยะยาว

2.1.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย

Hudson (2002) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย สามารถแบ่งได้ 2 แบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวผจญภัยแบบเข้มข้น (Hard Adventure) และการท่องเที่ยวแบบกึ่งผจญภัย (Soft Adventure) ส่วน Shephard & Evans (2005) ได้เพิ่มเติมว่า การให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยมีความผันแปรที่ขึ้นอยู่กับลักษณะของนักท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว และระดับการรับรู้ส่วนบุคคลเกี่ยวกับความเสี่ยงในระดับสูง การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยมีความผันแปรในระดับต่ำสุด คือ การท่องเที่ยวแบบกึ่งผจญภัย (Soft Adventure) และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยมีความผันแปรระดับสูงสุด คือ การท่องเที่ยวผจญภัยเข้มข้น (Hard Adventure)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545 อ้างถึงใน ปัญญา เทียนนาวา, 2554) อธิบายว่า การรวมกันของการท่องเที่ยวแบบผจญภัยกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวแบบผจญภัยกึ่งอนุรักษ์ธรรมชาติ (Soft Venture Tourism) หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ ที่ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินจากความท้าทาย การไขว่คว้ากำลัง หรือการเสี่ยงภัย ประกอบกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้ามาเกี่ยวข้อง กิจกรรมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแบบผจญภัยกึ่งอนุรักษ์ธรรมชาติจะเกี่ยวพันกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยตรง ประเภทของกิจกรรมที่นิยมกันมาก ได้แก่ การพายเรือ การล่องแก่ง การปั่นจักรยานและการไต่เขา การขี่จักรยาน

เสือภูเขา และการเดินป่า ส่วน Fennell and Dowling (2003) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัย เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (2549 อ้างถึงใน พรทิพย์ รุ่งเรือง (2559) กล่าวเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในประเทศไทยว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) แบบธรรมดาทั่วไป (Common Adventure) เป็นการท่องเที่ยวในการเสริมสร้างความรู้เป็นหลัก เสริมด้วยกิจกรรมที่ไม่ต้องการความเป็นมืออาชีพหรือความชำนาญ เช่น การนั่งรถชมเมือง การท่องเที่ยวแบบอยู่โฮมสเตย์เพื่อสัมผัสวิถีชาวบ้านและวัฒนธรรม เป็นต้น 2) แบบซอฟท์ แอดเวนเจอร์ (Soft Adventure) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความบันเทิงและความผ่อนคลายจากการทำกิจกรรมที่ง่าย ๆ ไม่ต้องการอาศัยความรู้ในการทำกิจกรรมมากมาย เช่น การส่องนก การดูดาว การพายเรือ การดำน้ำตื้น การปั่นจักรยานทางธรรมชาติเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านและชมธรรมชาติ เป็นต้น 3) แบบเอกซ์ตรีม แอดเวนเจอร์ (Extreme Adventure) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการทำกิจกรรมที่อาศัยทักษะทางความรู้และร่างกาย นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการศึกษาหาความรู้ในการทำกิจกรรมที่จัดให้ไว้ เหมาะกับนักท่องเที่ยวที่รักการผจญภัยเป็นอย่างมาก เช่น การเดินป่าผจญภัย การล่องแก่ง การปีนผา การปั่นจักรยานเสือภูเขาในทางลาดชัน เป็นต้น

Buckley, Zhong, Cater & Chen, (2008) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัย เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีพื้นฐานของการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยทางบก เช่น การเดินป่า รวมถึงการนั่งช้าง ส่องสัตว์ การดูนก การดูผีเสื้อ การเที่ยวถ้ำ การปีนหน้าผา การไต่เขา การขี่จักรยาน 2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัยทางน้ำหรือทางทะเล เช่น การล่องแก่ง การพายเรือแคนู เรือคายัค การเล่นเรือใบหรือวินเซิร์ฟ การดำน้ำตื้นและการดำน้ำลึก เช่นเดียวกับ นิสา ชัชกุล (2547) อธิบายว่า รูปแบบการท่องเที่ยวผจญภัยสามารถจำแนกดังนี้ 1. การท่องเที่ยวผจญภัยทางบก อาทิ การเดินป่า รวมถึงการนั่งช้างและส่องสัตว์ โดยส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินป่านิยมกระทำ การดูนกและดูผีเสื้อ การเที่ยวถ้ำ การปีนผาหรือการไต่เขา การขี่จักรยานเสือภูเขา 2. การท่องเที่ยวทางน้ำหรือทางทะเล การเดินทางโดยเรือชนิดต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความนิยมอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆของประเทศไทย แตกต่างกับ กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ (2556) กล่าวว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย สามารถจำแนกได้ 3 ประเภท คือ 1. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ (Intellectual adventure) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่แห่งหนึ่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของตนเอง เช่น การเดินทางทัศนศึกษา การเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์การเข้าค่ายพักแรม หรือการเดินทางไปยังสถานที่ที่ซึ่งให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความสามารถมาพัฒนาตนเอง 2. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเพื่อพัฒนาอารมณ์ (Emotional

adventure) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อทำให้เกิดความสุขทางอารมณ์ ซึ่งอาจจะ เป็นทั้งความสุขในทางบวกและทางลบก็ได้ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการพนัน การทำกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยความเสี่ยง หรือการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ที่ทำแล้วก่อให้เกิดความสุขทาง อารมณ์ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในรูปแบบนี้ 3. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเพื่อยกระดับจิตใจ (Spiritual adventure) เป็นการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับจิตใจ ขัดเกลาจิตใจและจิตวิญญาณให้มี ความสงบสุขที่แท้จริง ส่วนมากการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในรูปแบบนี้จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น การปฏิบัติธรรม การเข้าร่วม พิธีฮัจจ์ เป็นต้น

Sriworapot et al., (2009) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผจญภัย อาจจะแบ่งได้ 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผจญภัยแบบทัวร์สำเร็จรูป (Package Tour) และการท่องเที่ยว เชิงนิเวศผจญภัยแบบความสนใจพิเศษ (Special Interest Tour) สอดคล้องกับ นิศา ชัชกุล (2547) กล่าวว่า การกำหนดแนวทางและลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยมีลักษณะคล้ายคลึงกับ การจัดการการท่องเที่ยวประเภทอื่น อาจแตกต่างกันในเรื่องการกิจกรรม การนำเสนอรูปแบบการ ท่องเที่ยว การจัดเตรียมอุปกรณ์ รวมถึงความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยว เชิงผจญภัยสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ 1. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยแบบทัวร์สำเร็จรูป (Package Tour) บริษัทนำเที่ยวจะจัดโปรแกรมในการจัดการการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า กำหนดรายละเอียดของ วัน เวลา สถานที่พักอาศัย การเดินทาง กิจกรรมและการบริการในการท่องเที่ยว ระยะเวลาของการ จัดการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบตั้งแต่ 2 วัน 1 คืน ถึง 7 วัน 6 คืน ซึ่งแต่ละบริษัทมีการจัดเส้นทาง ท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อเป็นตัวเลือกให้กับนักท่องเที่ยว 2. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยแบบความ สนใจพิเศษ (Special Interest Tour) นักท่องเที่ยวเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวในการกำหนดสถานที่ เส้นทางท่องเที่ยว วันที่ และเวลาด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวประเภทนี้โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเป็นพิเศษเฉพาะทาง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Tourism)

2.2.1 การท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Tourism)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลมีการพัฒนามาตลอดหลายศตวรรษจนถึงปัจจุบัน ประชากรส่วนใหญ่ในโลกอาศัยอยู่ตามชายฝั่งทะเล การเดินทางไปยังชายฝั่งทะเลเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจจึงเกิดขึ้นพร้อมๆ กันกับมนุษย์ ซึ่งมีการค้นพบหลักฐานเป็นหมูเกาะของการพักผ่อนสำหรับ ชนชั้นสูงของอาณาจักรโรมัน (King R, 1993) นำไปสู่การค้นพบการท่องเที่ยวริมทะเลในยุโรป ตะวันตก ปี 1750 – 1840 สามารถกล่าวได้ว่า ทะเลมีแรงดึงดูดที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อผู้คนสำหรับการเป็นแหล่งอาหารและการขนส่ง (Miller, 1990) พื้นที่บริเวณชายทะเลเป็นแหล่งการหาอาหาร

ทะเลที่อุดมสมบูรณ์ อาทิ การตกปลา การหาหอย เป็นแรงจูงใจของผู้คนที่มาอาศัยและเดินทางมายังพื้นที่บริเวณทะเลเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการ เช่น การว่ายน้ำ การพักผ่อน และกิจกรรมทางสังคม การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลเริ่มขึ้นเมื่อศตวรรษที่ 19 จากการพัฒนาการคมนาคมขนส่งและการเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ทั่วโลกทำให้ผู้คนมีเงินและเวลาสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยว (Davenport and Davenport, 2006) จนกลายมาเป็นการท่องเที่ยวมวลชนและการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ ในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 ในปัจจุบันการท่องเที่ยวทางทะเล (Coastal and Marine Tourism) เป็นประเภทของการท่องเที่ยวที่เติบโตรวดเร็วที่สุดของการท่องเที่ยวทั่วโลก (Davis and Tisdell, 1995; Hall, 2001; WTO, 2001; Davenport and Davenport, 2006; Mola et al., 2012) โดยเฉพาะประเทศชายฝั่งทะเลเขตร้อน (Bennett et al., 2003) และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของแหล่งชุมชนโดยรอบบริเวณเกาะและชายหาด

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลประกอบด้วยธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดย่อยหลากหลายรูปแบบ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง อาทิ ผู้ประกอบการเรือเหมาลำล่องตกปลา ทัวร์เรือคายัค ผู้ฝึกสอนการดำน้ำลึก ผู้ประกอบการล่องเรือชมวาฬ บริษัทเช่าเหมาลำเรือยอร์ช บริษัทเรือสำราญข้ามชาติขนาดใหญ่ เป็นต้น ธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น ร้านซ่อมบำรุงเรือ รีสอร์ทริมชายฝั่ง ร้านขายอุปกรณ์ดำน้ำ ร้านเช่าวินเชิร์ฟ ร้านขายอุปกรณ์ตกปลา เรือเฟอร์รี่ข้ามเกาะ ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น หน่วยงานของรัฐมีส่วนเกี่ยวข้องในการติดตามและจัดการการท่องเที่ยวทางทะเล ได้แก่ หน่วยงานจัดการอุทยานทางทะเล หน่วยงานควบคุมการประมง หน่วยงานส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หน่วยงานบังคับใช้กฎหมายและองค์กรความปลอดภัยทางทะเล และกลุ่มที่ไม่แสวงหาผลกำไรเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลด้วย เช่น ชมรมนักดำน้ำลึก ชมรมนักไต่คลื่นเพื่อการช่วยชีวิต ชมรมเรือยอร์ช ชมรมเรือใบ ชมรมไต่คลื่น และชมรมตกปลา นอกจากนี้ กลุ่มสิ่งแวดล้อมก็เป็นผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสำคัญเช่นกัน ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลจึงมีความสำคัญในการหมุนเวียนของภาคเศรษฐกิจและก่อให้เกิดภาคธุรกิจที่ขยายตัวอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะชุมชนที่เป็นเกาะและบริเวณชายฝั่งทะเล กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวทางทะเลเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุด (Miller, 1990)

การท่องเที่ยวทางทะเลมีความคล้ายคลึงกันกับการท่องเที่ยวประเภทอื่น แต่ก็ยังมีส่วนที่แตกต่างกับการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ การท่องเที่ยวทางทะเลได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Miller, 1993) การเติบโตอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลขึ้นอยู่กับอุปกรณ์และความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ แต่ยังเป็นข้อถกเถียงกันว่าการท่องเที่ยวทางทะเลเป็นการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เนื่องจากกิจกรรมทางทะเลเป็นการใช้ธรรมชาติเป็นพื้นฐานในการทำกิจกรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ การดำน้ำลึก การไต่คลื่น การตกปลา การเล่นเรือใบ การเล่นสกีน้ำ การพายเรือคายัค การเล่นวินด์เซิร์ฟ แต่

การล่องเรือสำราญไปยังต่างเมืองหรือต่างประเทศเป็นกิจกรรมที่ติดต่อกับธรรมชาติเพียงเล็กน้อยเท่านั้น นักวิจัยจึงได้ทำการศึกษากองท่องเที่ยวทางทะเลที่ยังไม่มีข้อกำหนดลักษณะที่แน่ชัดแยกออกจากการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เนื่องจากประการแรก การท่องเที่ยวทางทะเลมีลักษณะแตกต่างจากการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ แหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์อาศัยอยู่หรือเข้าถึงได้ง่าย แต่แหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวประเภทนี้ คือ ทะเลซึ่งไม่ใช่สภาพแวดล้อมที่มนุษย์อยู่อาศัย มนุษย์ต้องใช้อุปกรณ์เพื่อความอยู่รอดในทะเล อุปกรณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวทางทะเลโดยการสร้างกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจประกอบกับการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาทำให้นักท่องเที่ยวเข้าชมและสัมผัสสิ่งแวดล้อมทางทะเล (Townsend, 2003) ประการที่สอง การท่องเที่ยวทางทะเลเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เติบโตในอัตราที่เร็วกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ประการที่สาม การท่องเที่ยวทางทะเลมีผลกระทบในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ และประการที่สี่ การท่องเที่ยวทางทะเลต้องมีการจัดการในรูปแบบพิเศษ

นักวิจัยหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวทางทะเล ดังนี้

Mark Oram (1998) การท่องเที่ยวทางทะเลโดยส่วนใหญ่จะเป็นการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางทะเลบริเวณชายฝั่งทะเล ในทะเล บนผิวน้ำทะเล รวมถึงใต้ท้องทะเล และกิจกรรมจะต้องเชื่อมโยงกันกับพื้นที่ทางทะเลดังกล่าว

Mohd Nizam Basiron (1997) การท่องเที่ยวทางทะเล เป็นการเคลื่อนย้ายชั่วคราวในระยะสั้นๆ ของผู้คนไปยังสถานที่ทางทะเลซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่นอกเหนือจากสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมที่ทำในชีวิตประจำวัน แต่การท่องเที่ยวทางทะเลยังหมายถึงกิจกรรมบนผิวน้ำ ในน้ำ หรือใต้น้ำก็เป็นการท่องเที่ยวทางทะเลทั้งหมดเนื่องจากมีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ทางทะเล

Mark Oram (1999) การท่องเที่ยวทางทะเลเป็นการท่องเที่ยวที่รวมถึงกิจกรรมสันทนาการ ซึ่งเกี่ยวกับการเดินทางออกจากที่พักอาศัยและมีการทำกิจกรรมเหมือนคนพักผ่อนหรือมีกิจกรรมที่มุ่งเน้นการใช้สิ่งแวดล้อมทางทะเล

Hall (2001) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่งทะเลเกี่ยวข้องกับกิจกรรมชายฝั่งทะเลภายในบริเวณทั้งหมดของการท่องเที่ยวทางทะเล และเน้นสิ่งแวดล้อมทางทะเลด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลมีจุดประสงค์ของกิจกรรมและเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางทะเลเป็นหลัก เช่น การตกปลาริมชายฝั่ง การชมปลาวาฬ การเดินชมปะการัง การล่องเรือสำราญ การเล่นกระดานโต้คลื่น เป็นต้น

Hall and Page (2014) อธิบายว่า แนวคิดของการท่องเที่ยวทางทะเล เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และการทำกิจกรรมสันทนาการในพื้นที่บริเวณทะเล หมายรวมถึงการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และบ้านพักตากอากาศ) และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (ธุรกิจการท่องเที่ยว ศูนย์กลางการเดินทาง ผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยวทาง

ทะเล) นอกจากนี้ยังรวมกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การล่องเรือเพื่อการนันทนาการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การล่องเรือสำราญ การว่ายน้ำ การตกปลา การดำน้ำตื้น และการดำน้ำลึก

การท่องเที่ยวทางทะเลมุ่งเน้นการทำกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมทางทะเลและการใช้ทรัพยากรทางทะเล

2.2.2 การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึก (Scuba diving tourism)

การท่องเที่ยวดำน้ำลึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทางทะเล (Hall, 2001; Hall & Page, 2002; Musa & Dimmock, 2012) Dimmock (2007) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวดำน้ำลึก เป็นการท่องเที่ยวที่รวมการดำน้ำลึกอย่างน้อยหนึ่งครั้ง และนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกอาจเป็นนักกีฬาดำน้ำที่มีการดำน้ำอยู่เป็นประจำหรือนักดำน้ำที่เดินทางมาพักผ่อนเป็นครั้งคราว กิจกรรมดำน้ำเป็นกิจกรรมที่ไม่มีการแข่งขันโดยมีความสนุกสนาน การออกกำลังกายและความเป็นอิสระเป็นองค์ประกอบ (Dimmock 2007)

WTO (2001, p.88) นิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ การเดินทางของบุคคลไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์หลักในการเข้าร่วมกิจกรรมดำน้ำ สถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีปัจจัยต่างๆที่มีคุณภาพซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำน้ำ เช่น คุณภาพของที่พักอาศัย หรือสถานที่ท่องเที่ยวบนบก และยังอธิบายว่า การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกมาจากที่พักอาศัยเป็นเวลาอย่างน้อย 1 คืน และเข้าร่วมกิจกรรมดำน้ำอย่างน้อยหนึ่งประเภท เช่น การดำน้ำลึก การดำน้ำตื้น หรือการใช้อุปกรณ์ช่วยหายใจบางประเภท

พิชิต เมืองนาโพธิ์ (2550) อธิบายเรื่อง การดำน้ำลึก ไว้ว่า การดำน้ำลึกเป็นกิจกรรมนันทนาการที่มีความใกล้ชิดธรรมชาติได้ท่องเที่ยวทะเลที่เต็มไปด้วยสีสันสวยงามก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน เช่นเดียวกับการดำน้ำตื้น แต่จะต่างกันที่การดำน้ำลึกนั้นเป็นการดำน้ำที่มีระดับความลึกไม่เกิน 30 เมตร และจะต้องอาศัยอุปกรณ์ที่ช่วยในการหายใจติดไปกับตัวนักดำน้ำ ทำให้นักดำน้ำสามารถเคลื่อนไหวและหายใจได้โดยอิสระ

ณัฐริการ์ ปานมาศ (2561) กล่าวว่า ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวสนใจก่อนที่จะตัดสินใจเลือกแหล่งดำน้ำในการท่องเที่ยวดำน้ำมี 2 ปัจจัย คือ 1.ปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำน้ำโดยตรง เช่น อุณหภูมิของอากาศ อุณหภูมิของน้ำ กระแสน้ำ แหล่งดำน้ำ แหล่งดำน้ำใหม่ๆที่มีในประเทศ เป็นต้น 2.ปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำน้ำทางอ้อม เช่น อัตราแลกเปลี่ยน สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น ความต้องการที่สำคัญในการดำน้ำของนักท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้ 1.ความงดงามใต้ท้องทะเล 2.ความเชี่ยวชาญของครูผู้ฝึกสอน หรือผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ดูแลอย่างใกล้ชิด 3.ความปลอดภัยของใต้ท้องทะเล 4.ความสวยงามของสิ่งมีชีวิตที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ที่มีมากเพียงพอกับการดำน้ำเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชม 5. อุณหภูมิของน้ำทะเล จุดเด่นของการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกในประเทศไทยในสายตาของ

นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำมี 5 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1.อุณหภูมิของน้ำทะเล 2.ภูมิทัศน์ใต้ท้องทะเลที่มีความสวยงาม 3.ปะการังใต้ท้องทะเลและความสวยงามของแนวปะการัง 4.ความปลอดภัยในการดำน้ำ 5.ความสะอาดใต้ท้องทะเล จุดด้อยมี 5 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1.บริเวณจุดดำน้ำมีนักดำน้ำในจำนวนที่มากเกินไป 2.ระยะเวลาในการเดินทางโดยการนั่งเรือไปยังจุดดำน้ำ 3.การวางแผนในการลงไปดำน้ำและขึ้นจากการดำน้ำ 4.ชนิดของสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเลที่หาดูได้ยาก 5.การบริการของเรือโดยสารเพื่อนำนักท่องเที่ยวไปดำน้ำ

2.2.3 แหล่งดำน้ำในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เพียบพร้อมและสมบูรณ์ พื้นที่ทางทะเลประกอบด้วยฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทยจำนวนมากกว่า 350,000 ตารางกิโลเมตร การท่องเที่ยวทางทะเลในประเทศไทยสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากทะเลฝั่งอ่าวไทยได้รับอิทธิพลลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจากประเทศจีนส่งผลให้เกิดฤดูกาลในการท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนเมษายนถึงเดือนพฤศจิกายน ส่วนทะเลฝั่งอันดามันได้รับอิทธิพลลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จากมหาสมุทรอินเดียส่งผลให้เกิดฤดูกาลในการท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน ส่งผลให้พื้นที่ทางทะเลแต่ละฝั่งมีจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน การท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการเที่ยวชมทัศนียภาพความสวยงามของทะเล และการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำทั้งการดำน้ำตื้นและการดำน้ำลึก (ปรัชญาพร ประมวลสุข, 2560)

แหล่งดำน้ำของประเทศไทยโดยเฉพาะแหล่งดำน้ำลึกตามแนวปะการัง สามารถแบ่งตามลักษณะความลึกของน้ำทะเลและทรัพยากรธรรมชาติใต้ท้องทะเล ดังต่อไปนี้

แหล่งดำน้ำขั้นต้น เป็นแหล่งดำน้ำที่มีความลาดชันเล็กน้อย ระดับความลึกของน้ำทะเลวัดจากผิวน้ำถึงพื้นผิวดินใต้ท้องทะเลไม่เกิน 100 ฟุต อยู่ในแนวน้ำตื้นใกล้ชายฝั่งจะมีลักษณะน้ำทะเลไม่ค่อยใสเพราะได้รับผลกระทบค่อนข้างมากจากมลภาวะบนฝั่งทะเล แหล่งท่องเที่ยวดำน้ำประเภทนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในทะเลฝั่งตะวันออก เช่น เกาะช้าง เกาะมัน พัทยา เป็นต้น

แหล่งดำน้ำระดับกลาง เป็นแหล่งดำน้ำที่มีความลาดชันมากขึ้น ระดับความลึกของน้ำทะเลวัดจากผิวน้ำถึงพื้นผิวดินใต้ท้องทะเลไม่เกิน 150 ฟุต อยู่ในแนวน้ำที่ลึกมากขึ้นจึงมีลักษณะความขุ่นใสของน้ำทะเลไม่คงที่เพราะยังคงได้รับผลกระทบจากมลภาวะบนฝั่งทะเลแต่ค่อนข้างน้อย แหล่งท่องเที่ยวดำน้ำประเภทนี้ ได้แก่ ตรัง ชุมพร กระบี่ กองหินริวเซลิว เกาะพีพี เป็นต้น

แหล่งดำน้ำนานาชาติ เป็นแหล่งดำน้ำที่มีความลาดชันสูง ระดับความลึกของน้ำทะเลวัดจากผิวน้ำถึงพื้นผิวดินใต้ท้องทะเลมากกว่า 200 ฟุตขึ้นไป อยู่ในแนวน้ำลึกจึงทำให้น้ำทะเลค่อนข้างใส

เพราะอยู่ติดกับทะเลลึก แหล่งท่องเที่ยวดำน้ำประเภทนี้ ได้แก่ เกาะเต่า เกาะตาชัย หินแดง หินม่วง หมูเกาะสิมิลัน กองหินโลซิน เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวดำน้ำที่น่าสนใจของประเทศไทย มีดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, 2558)

ทะเลอ่าวไทยตะวันออก มีจุดดำน้ำที่สวยงามมากมายเรียงรายไปจนสุดทะเลตะวันออก แถบ หมู่เกาะช้างจะมีปะการังโดยส่วนใหญ่เป็นปะการังแข็งและฟองน้ำครก ส่วนแสมสาร เกาะครก เกาะล้าน เกาะสาเก เกาะรีน เกาะमारวิชัย เกาะกัลยาบดล ยังคงความสวยงามตามอัตภาพ นอกจากนี้ยังมีแหล่งดำน้ำที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้แก่ ซากเรือสุทธาทิพย์ และซากเรือเพชรบุรีรามัน

ทะเลชุมพร เป็นแหล่งดำน้ำที่มีเอกลักษณ์และความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล อาทิ ปะการังสีดา ดอกไม้ทะเล หอยเบี้ย แส้ทะเล ทากทะเล ถ้วยทะเล สัตว์น้ำและปลานานาพันธุ์ รวมทั้งฉลามวาฬ แหล่งดำน้ำที่โดดเด่นของทะเลชุมพร ได้แก่

- เกาะง่ามใหญ่ เป็นแหล่งดำน้ำที่มีถ้ำใต้น้ำที่ประกอบไปด้วยปะการังแข็ง ปะการังหน้ำ ดอกไม้ทะเล กัลปังหา ฟองน้ำ รวมถึงปลาหลากหลายชนิดและเต่าทะเล
- เกาะง่ามน้อย เป็นแหล่งดำน้ำที่อยู่ทางตอนใต้ของเกาะง่ามใหญ่ ปะการังที่พบเป็นปะการังหน้ำ แส้ทะเล นอกจากนี้ยังพบปลาเก๋า ปลากระพง ปลากระเบน และปลาไหล
- เกาะหลักง่าม เป็นแหล่งดำน้ำที่มีปะการังดำจำนวนมากราวกับต้นไม้หลากสี รวมถึงดอกไม้ทะเล และฟองน้ำ เกาะหลักง่ามยังมีฝูงปลาสาเก หมึก ทากทะเล และหอยเบี้ย
- หินแพ เป็นแหล่งดำน้ำที่น่าสนใจอยู่ในแนวหินทางตอนเหนือของเกาะง่ามใหญ่ ประกอบไปด้วย ปะการังดำ ดอกไม้ทะเล หอยมือเสือ แส้ทะเล ปลาสาเก ปลาผีเสื้อ กระเบนขนาดใหญ่ ปลาหมอนขนาดใหญ่ ปลานกแก้ว รวมถึงฉลามวาฬที่พบเห็นได้บ่อย
- เกาะร้านเบ็ด ร้านไก่ ประกอบด้วยปะการังสีเหลืองอ่อน ปะการังสีขาว ปะการังสีทอง ปะการังครก ปะการังถ้วยส้ม รวมถึงปลาน้อยใหญ่ทั้ง ปลากัลยาแถบเหลือง ปลาข้างเหลือง ปลานกแก้ว ปลานกขุนทอง ปลาการ์ตูน และสามารถพบเจอฉลามวาฬได้ด้วย

ทะเลอ่าวไทยใต้ เป็นแหล่งดำน้ำที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีลักษณะของโลกใต้ทะเลที่มีแนวปะการังโดยรอบของเกาะและกองหินใต้น้ำ สิ่งมีชีวิตทางทะเลที่พบจะคล้ายคลึงกับทะเลชุมพร แหล่งดำน้ำที่โดดเด่นของทะเลอ่าวไทยใต้ ได้แก่ เกาะเต่า ที่มีจุดดำน้ำที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

- กองหินชุมพรจุด คือ จุดดำน้ำชื่อดังที่สุดของเกาะเต่ามีลักษณะเป็นกองหินขนาดใหญ่ที่มีความลึกโดยประมาณ 12 – 32 เมตร ประกอบไปด้วย ปะการังดำ ดอกไม้ทะเล ปลาเก๋าดอกหมาก ขนาดยักษ์ ปลาสาเก ปลาหูช้าง ปลากระมง ปลาหมอตะเล รวมถึงฉลามวาฬที่เป็นที่ประทับใจของนักดำน้ำ

- กองตุงกู เป็นจุดดำน้ำที่มีปะการังทั้งดงาม มีฝูงปลาเก่าขนาดใหญ่และฝูงปลาอื่นๆหลายชนิด

- หินวง มีลักษณะเป็นกองหินที่มีปะการังอ่อนและปะการังดำที่สวยงาม รวมถึงสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเลชนิดอื่นๆนานาพันธุ์

ทะเลอันดามัน มีแหล่งดำน้ำที่น่าสนใจในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์หลายจุด ยกตัวอย่างเช่น กองหินริเชลิว เป็นแหล่งวางไข่ของหมีกระตอง และเป็นที่อาศัยของปลาสาก ปลากระพง ปลามัง รวมถึงฉลามวาฬที่พบได้บ่อยมากจนทำให้เป็นที่รู้จักของทั่วโลก

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist's Behaviour)

เอเกอร์นา พลเซียขวาง (2558) กล่าวว่า พฤติกรรม (Behavior) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมที่เป็นการแสดงออกให้บุคคลอื่นมองเห็นได้ (Overt Behavior) เช่น การเดิน การเขียน การยิ้ม อาการหน้าแดง และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในซึ่งบุคคลอื่นไม่สามารถมองเห็นได้จากภายนอกแต่สามารถวัดได้ (Covert Behavior) เช่น ทักษะคติ ความคิด ความรู้สึก พฤติกรรมประเภทนี้สามารถวัดได้ง่ายๆ โดยการสอบถามทางตรง หรือสามารถวัดในระดับที่สูงขึ้นโดยการสอบถามทางอ้อม เช่น การใช้แบบสอบถาม หรือการใช้เครื่องมือในการวัดด้วยเครื่อง G.S.R. (Galvanic Response) เพื่อวัดการเปลี่ยนแปลงของกระแสไฟฟ้าในการรับรู้ด้านอารมณ์ของบุคคล

นฤมล สมิตินันท์ (2527) อธิบายว่า พฤติกรรมมนุษย์มีความแตกต่างกันไปตามสภาพสังคมของแต่ละบุคคล การแสดงออกของบุคคลจะประกอบด้วยเหตุผลหลายอย่าง ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัวและอีกส่วนหนึ่งมาจากความต้องการที่จะแสดงสถานภาพของตนให้เป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่อง บุคคลบางกลุ่มมีเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวจากความต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ และรวมไปถึงการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นอยากได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ด้วย

เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) อธิบายเพิ่มเติมว่า โดยส่วนใหญ่พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวจะกล่าวถึงปัจจัยต่างๆที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เช่น ค่าใช้จ่าย เวลา ความตั้งใจ เป็นต้น ปัจจัยต่างๆเหล่านี้มีความสำคัญอย่างมากที่จะเป็นตัวกำหนดการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว นั่นคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะมีเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า มีความตั้งใจที่มากกว่า และไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีคุณภาพดีกว่า

Perreault & Dorden (1979) เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลางแต่มีความต้องการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำ

2) นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี มีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบที่จะทำกิจกรรมผจญภัยในวันหยุดพักผ่อนหรือออกมาท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3) นักท่องเที่ยวที่เดินทางในวันหยุด (Vacationers Travelers) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างจะกะตือรือร้นในการท่องเที่ยวโดยจะใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว วางแผนการท่องเที่ยวในครั้งถัดไป นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มขนาดเล็กและมีรายได้ค่อนข้างน้อย

4) นักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความรักในการท่องเที่ยวจึงใช้ระยะเวลากับการท่องเที่ยวที่นาน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่เดินทางในวันหยุดสุดสัปดาห์แต่จะใช้เวลาไปกับการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬามากกว่า

Cohen (1979) เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 รูปแบบ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นการทำกิจกรรมต่างๆ ในการพักผ่อนร่างกาย เช่น การนอนอาบแดด การล่องแก่ง ขับรถชมวิวทิวทัศน์ ทำกิจกรรมแอดเวนเจอร์ เป็นต้น

2) นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่หลบหนีออกมาจากความจำเจของชีวิตประจำวันเพื่อออกมาท่องเที่ยว

3) นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ จากการท่องเที่ยว เช่น การฝึกทำขนมไทย การท่องเที่ยววิถีไทย การท่องเที่ยวตามรอยธรรมชาติป่าโกงกาง การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาการบำบัดน้ำเสียของโครงการพระราชดำริ เป็นต้น

4) นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experiment Tourists) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบลองทำในสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เคยได้สัมผัส เช่น การทำขนม การทอผ้า การมัดผ้าย้อมคราม การหาหอย ปู กุ้ง ตามชายเลน

5) นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต การแฝงตัวเข้ากับคนท้องถิ่นเพื่อท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไทย การเรียนรู้ การอยู่อาศัย การกิน การนอน การใช้ชีวิต

สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (1986 อ้างใน Horner 1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ 7 รูปแบบ ได้แก่

1) นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active sea Lovers)

2) นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday Makers) มีจิตใจชอบติดต่อกับปะกับผู้อื่นแสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น

3) นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

4) นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อน หย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ

5) นักค้นหา (Discovers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่

6) นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว

7) นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

นรินทร์สิริ เชียงพันธ์ (2560) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีตัวแปรทั้งหมด 5 ด้าน อันได้แก่ (1) ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ (2) ข้อจำกัดหรืออุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว (3) ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายใน (4) ปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอก (5) ปัจจัยด้านประสบการณ์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (Demographic)

ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร (2559) ได้อธิบายปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ว่า ประชากรศาสตร์ (Demography) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก คำว่า Deme หมายถึง คนหรือประชากร และคำว่า Graphy หมายถึง ศาสตร์หรือการศึกษา คำว่าประชากรศาสตร์ หมายความว่า การวิเคราะห์ขนาดโครงสร้าง การกระจายตัวและการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550: 57-59) ได้อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่นิยมนำมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาด สถิติของประชากรที่วัดได้เป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมายได้ และเป็นตัวแปรที่วัดได้ง่ายกว่าตัวแปรอื่นๆ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังนี้

1) อายุ (age) อายุมีผลต่อการแสดงออกและพฤติกรรมของการตัดสินใจซื้อ ส่งผลให้การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันไปตามอายุของผู้บริโภคและเป็นการกำหนดความยากง่ายในการชักจูง เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละช่วงอายุมีความต้องการสินค้า บริโภค

สินค้าหรือจำเป็นต่อสินค้าที่แตกต่างกัน นักการตลาดเห็นประโยชน์จากตัวแปรนี้เพื่อแบ่งแยกอายุของผู้บริโภคในการศึกษาความต้องการสินค้าหรือกำหนดกลยุทธ์ของสินค้าที่เหมาะสมกับผู้บริโภค ส่วนกอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) กล่าวว่า อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านความคิดและพฤติกรรม บุคคลผู้ที่มีอายุน้อยค่อนข้างจะมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าบุคคลผู้ที่มีอายุมากซึ่งค่อนข้างจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าบุคคลที่มีอายุน้อย เนื่องจากผู้ที่มีอายุมากจะมีประสบการณ์ชีวิตที่มากกว่าและแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจ

2) เพศ (Sex) ลักษณะของเพศที่ต่างกันเป็นตัวแปรที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ต่างกันอย่างชัดเจน เพศจึงเป็นตัวแปรที่สำคัญของการแบ่งส่วนตลาด ความแตกต่างของเพศสามารถแยกการตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้ค่อนข้างชัดเจน ความคิด ค่านิยม วิธีคิด การตัดสินใจ และทัศนคติของเพศชายและเพศหญิงจะแตกต่างกันในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนกิติมา สุรสนธิ (2541) กล่าวว่า หญิงชายมีความแตกต่างกันหลายด้าน เช่น ดานสรีระ ด้านความถนัด ด้านสภาวะทางจิตใจและอารมณ์ เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของเพศชายและเพศหญิงไว้แตกต่างกัน ส่งผลให้มีการวิจัยทางจิตวิทยาส่วนมากแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของเพศทั้งสองในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ

3) สถานภาพการสมรส (Marital status) สถานภาพการสมรสมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ความสามารถในการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเกี่ยวเนื่องกับวิธีคิด ทัศนคติ ความจำเป็น แนวทางในการตัดสินใจ หรือบุคคลที่มีอิทธิพล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามสถานภาพการสมรส เช่น ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดจะสามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเองอย่างอิสระ และมีอิสรภาพทางความคิด ใช้เวลาในการตัดสินใจในผลิตภัณฑ์น้อยต่างจากผู้บริโภคที่สมรสแล้ว เช่นเดียวกันกับ ฐปณี สุวรรณฉัตรชัย (2542) ที่กล่าวว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยวโสดหรือสมรสมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว เพราะสถานภาพนั้นก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่องจำนวนของผู้ที่มีส่วนร่วมตัดสินใจท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

4) รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) รายได้เป็นตัวชี้วัดผู้บริโภคว่ามีหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า แต่ความเป็นจริงแล้วการซื้อสินค้าอาจมาจากปัจจัยอื่น เช่น อาชีพ การศึกษา ทัศนคติส่วนตัว เป็นต้น เพื่อให้มีการกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนมากขึ้น ตัวแปรด้านรายได้จึงมักใช้รวมกันกับตัวแปรอื่นๆของประชากรศาสตร์ นอกจากนี้ รายได้ การศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กันในเชิงเหตุและผล เนื่องจากบุคคลที่มีการศึกษาสูงโอกาสที่จะหางานระดับสูงและมีรายได้ค่อนข้างสูง ในทางกลับกันบุคคลที่มีการศึกษาน้อยโอกาสที่จะทำงานระดับสูงค่อนข้างยากทำให้มีรายได้ต่ำนั่นเอง จากการศึกษา Mill and Morrison (2002) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากส่วนมากจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน

และเลือกที่พักที่อยู่ในระดับหรูหรา ตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย การศึกษาของ รูปนี้ สุวรรณฉัตรชัย (2542) กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลทำให้มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลต่างกันและการรับรู้ข้อมูลจะมีระดับที่ต่างกันไปด้วย นอกจากนี้ระดับการศึกษาที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับน้อยค่อนข้างจะทำกิจกรรมน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับสูงซึ่งจะให้ความสนใจกับการพัฒนาทักษะและการแสดงออกของตน ส่วนจากการศึกษาของ ปฐมลักษณ์ สุเวชณชัย (2550) กล่าวว่า ปัจจัยด้านอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยอธิบายว่าอาชีพที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาตัวแปรด้าน เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากกิจกรรมดำน้ำลึกเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง และต้องมีการเรียนตามหลักสูตรของการดำน้ำ จึงเห็นควรว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวและการศึกษาน่าจะเป็นปัจจัยสำคัญและเหมาะสมกับงานวิจัย

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (Destination Satisfaction)

2.5.1 ความหมายของความพึงพอใจ

Morse (1958) ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ ไว้ว่า จิตใจที่อยู่ในสภาวะไร้ซึ่งความเครียด กล่าวคือ ความต้องการของมนุษย์ตามธรรมชาติแล้วหากได้รับการตอบสนองได้ทั้งหมดก็ปราศจากความเครียดจึงมีความพึงพอใจเกิดขึ้น แต่ถ้าตอบสนองได้เพียงบางส่วนหรือไม่ได้รับการตอบสนอง อาจก่อให้เกิดการเครียดและความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ทวีพงษ์ หินคำ (2541) ได้ให้ความหมายสอดคล้องกับนักวิชาการข้างต้นว่า ความพึงพอใจ เป็นความชอบต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคล ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการและลดความตึงเครียดของบุคคลลงได้

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2540) อธิบายว่า ความพึงพอใจ เป็นภาวะทางอารมณ์หรือความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบจากสิ่งที่บุคคลได้รับการบริการและประเมินผลสอดคล้องกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการบริการทั้งต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จของงานบริการ

วิรุฬ พรรณเทวี (2548) ได้อธิบายความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของมนุษย์ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจที่แตกต่างกันไปแต่ละบุคคลที่มีความคาดหวังต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ถ้าบุคคลมีความคาดหวังหรือตั้งใจสูงแล้วได้รับการตอบสนองที่ดีตามความคาดหวังหรือตั้งใจไว้นั้นจะส่งผลให้มีความพึงพอใจมาก ในทางกลับกันอาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจหรือผิดหวังเป็นอย่างยิ่งหากไม่ได้รับ

การตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งที่คาดหวังหรือตั้งใจไว้ สอดคล้องกับ Campbell (1976) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกจากภายในของแต่ละบุคคล โดยแต่ละบุคคลสามารถตัดสินว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจกับสภาพการณ์นั้นจากความคิดเห็นต่อสิ่งที่พบเจอว่าเป็นไปตามที่คาดหวังหรืออยากให้เป็นหรือเห็นสมควรว่าจะได้รับในสภาพการณ์นั้น

Kotler (2003) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ได้รับความสุขหรือความสมหวังของบุคคลจากการรับรู้ความคาดหวังในสิ่งที่ต้องการต่อผลลัพธ์ที่จะได้รับ ถ้าความคาดหวังพอดีกับผลที่ได้รับแล้วนั้นบุคคลก็จะเกิดความพึงพอใจ และ Maynard W. Shelly (1975) กล่าวถึงความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความรู้สึกทางด้านบวก คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วนั้นก่อให้เกิดความสุข และความรู้สึกทางด้านลบที่ทำให้ไม่มีความสุข

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2541) อธิบายว่า ความพึงพอใจ เป็นความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของผลิตภัณฑ์ โดยเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นภายหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ การรับรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า การรับรู้ที่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังหมายความว่าลูกค้าเกิดความพึงพอใจ หากไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังหมายความว่าลูกค้าไม่เกิดความพึงพอใจ ความพึงพอใจหมายถึงรวมถึงการตอบสนองต่อลูกค้าในช่วงเวลาและวิธีการที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการตอบสนองสามารถแบ่งออกได้ 3 ระดับ

ระดับที่ 1 การตอบสนองความจำเป็นของลูกค้า

ระดับที่ 2 การตอบสนองความคาดหวังในวิถีทางที่ต้องการให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกในครั้งถัดๆไป

ระดับที่ 3 การตอบสนองที่เกินความคาดหวังของลูกค้าเพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เป็นการตอบสนองที่มีการสืบค้นความต้องการหรือความจำเป็นของลูกค้าเพื่อนำมาตอบสนองลูกค้าได้อย่างตรงจุดประสงค์

ระดับความต้องการหรือความจำเป็นของลูกค้าแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน ส่วนความต้องการพื้นฐานจะมีความคล้ายคลึงกัน ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประกอบด้วย

1) ความต้องการในตัวสินค้าและบริการ ลูกค้าจะมีความคาดหวังในตัวสินค้าที่ตรงกับความต้องการและการบริการที่รวดเร็ว ความประทับใจที่ปราศจากความบกพร่องของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญมากเพื่อให้ลูกค้าสนใจ นอกจากนี้ปัจจัยนี้ยังมีความสำคัญมากกว่าปัจจัยด้านราคาอีกด้วย

2) ราคา การแข่งขันด้านราคาเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีจำนวนมาก

3) คุณภาพและความเชื่อถือได้ ลูกคามีความคาดหวังว่าสินค้าที่ซื้อและบริการที่จะใช้ต้องมีคุณภาพสูงและสามารถไว้วางใจได้

4) การส่งมอบสินค้า การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าจะต้องมีการบริการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลา ผู้ให้บริการจะต้องส่งมอบสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

5) การบริการหลังการขาย ลูกคามีความคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือหรือได้รับคำแนะนำจากผู้ให้บริการเป็นอย่างดีภายหลังจากการซื้อสินค้าและบริการแล้ว หากมีปัญหาหรือต้องการความช่วยเหลือในสินค้าหรือบริการที่ได้ซื้อไปแล้ว

6) สถานที่ ความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าและบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับในขณะที่ซื้อสินค้า รวมไปถึงบรรยากาศของสถานที่และความสะดวกในการบริการ ปัญญา ซิมส์ (2547) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นผลมาจากปัจจัยหลายอย่างที่ไม่สามารถชี้ขาดได้ชัดเจน อาทิ การวัดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจว่ามีปัจจัยใดที่สำคัญกว่ากันเป็นเรื่องยากเนื่องจากเครื่องมือไม่สามารถวัดจิตใจคนได้อย่างแท้จริงและพอเพียง จึงได้เสนอแนวทางการวัดความพึงพอใจ ดังนี้

1) การสังเกตการณ์ เป็นการติดตามความเคลื่อนไหว ความเป็นไป และการเปลี่ยนแปลงอย่างใกล้ชิดของสิ่งที่ต้องการจะทราบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ ผู้วัดจะต้องมีแบบแผนที่แน่นอนและต้องกระทำอย่างจริงจังในการประเมินจึงจะได้ผลการประเมินความพึงพอใจที่ถูกต้อง

2) การสัมภาษณ์ เป็นการตรวจสอบข้อเท็จจริงในการวัดความพึงพอใจซึ่งจะต้องมีแบบแผนในการวิจัย วิธีการสัมภาษณ์จะต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญของผู้สัมภาษณ์ในการสอบถามและพูดคุยกับผู้ให้สัมภาษณ์ วิธีการนี้เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพและประหยัดค่าใช้จ่ายอีกวิธีการหนึ่ง

3) การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่ให้กลุ่มบุคคลที่ต้องการจะวัดแสดงความคิดเห็นลงในแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่างๆที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกหรือเป็นการเขียนตอบโดยอิสระ

2.5.2 การประเมินความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว

ณัฐยานี ชุณหวิริยะกุล (2561) กล่าวว่า การวัดระดับความพึงพอใจของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ตามองค์ประกอบต่อความพึงพอใจหลายด้าน เช่น การวัดระดับความพึงพอใจในการบริการของแหล่งท่องเที่ยวสามารถวัดได้ทั้งด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความสวยงาม ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และด้านจิตวิทยา คือ การบริการที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ผู้บริการมอบให้ซึ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการ คุณภาพของการท่องเที่ยวสามารถสะท้อนได้จากผลการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (5A) ของ Tourism Western Australia (2008) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจขององค์ประกอบการท่องเที่ยวมีหลากหลายแบบสามารถแบ่งได้เป็น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2) กิจกรรม (Activities) กิจกรรมเป็นสิ่งที่เพิ่มความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในช่วงที่พำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กิจกรรมที่มีควรตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีความหลากหลายเหมาะสมกับช่วงเวลาสำหรับพักผ่อนของนักท่องเที่ยวด้วย

3) การเข้าถึง (Access) การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สภาพเส้นทางคมนาคมที่ของแหล่งท่องเที่ยวเหมาะต่อการเดินทางหรือไม่สามารถพิจารณาได้จากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวกสบายมาน้อยเพียงใดสามารถพิจารณาจากลักษณะของการเดินทาง เช่น การเดินทางโดยรถ โดยเรือ หรือการเดินเท้า ลักษณะของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางเพียงใด มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ หากเป็นถนนมีสภาพเป็นถนนลาดยาง คอนกรีต ลูกกรง หรือดิน หากเป็นทะเล แม่น้ำ ลำคลองต้องใช้เรือหรือแพ หากเป็นทางเดินเท้ามีสภาพเรียบร้อยเหมาะกับการเดินมาน้อยเพียงใด หากต้องใช้ยานพาหนะมีการจัดหาที่สะดวกหรือไม่ และค่าใช้จ่ายถูกหรือแพง ปัจจัยดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นตัวแปรในการประเมินสภาพการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยวได้ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น การใส่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวลงในเว็บไซต์ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งบริการและระบบสาธารณูปการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกรองรับความสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภค ร้านค้า ร้านอาหาร ระบบไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต สถานพยาบาล ระบบรักษาความปลอดภัย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาส่วนของปริมาณควบคู่กับคุณภาพ แต่ถ้าหากแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องพิจารณาถึงการเข้าไปใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนข้างเคียงได้หรือไม่ สะดวกหรือไม่ ใกล้หรือไกลเพียงใด

5) ที่พัก (Accommodation) แหล่งที่พักที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว แหล่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ที่พักควรมีความ

หลากหลายรูปแบบและราคา เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ เป็นต้น และมีการบริการที่ดี รวมถึงมีความปลอดภัยในที่พักราคา

ศิริพร คงจินดา (2552: 55-60) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 7 ด้าน ดังนี้

1) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ความสวยงาม ความมีชื่อเสียง และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงค่าธรรมเนียมในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม

2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการนั่งเรือชมวิวทิวทัศน์ กิจกรรมการพายเรือแคนู/คายัค กิจกรรมเล่นน้ำ การถ่ายภาพ

3) ด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สภาพถนน ระยะทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง เรือบริการในการท่องเที่ยว ท่าเทียบเรือ สถานที่สำหรับจอดรถ

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ห้องน้ำสาธารณะ ถึงขยะ การบริการโทรศัพท์ สัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต ที่นั่งสำหรับพักผ่อน

5) ด้านที่พัก ความหลากหลายประเภทและราคาของที่พัก ความสะอาดได้มาตรฐาน ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักที่เหมาะสม อัตราค่าบริการที่เหมาะสม

6) ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน แหล่งท่องเที่ยวต้องมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย ป้ายเตือนสำหรับจุดอันตรายในแหล่งท่องเที่ยว อุปกรณ์ต่างๆ สำหรับป้องกันภัย

7) ด้านข้อมูลข่าวสาร แหล่งท่องเที่ยวต้องมีศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ป้ายนิทรรศการ สื่อแผ่นพับ ป้ายโฆษณา เจ้าหน้าที่ หรือวิทยากรสำหรับแนะนำและอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวและข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว

2.5.3 ความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดาน้ำลึก

Thirumoorthi et al. (2013) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลการเปรียบเทียบแหล่งท่องเที่ยวในด้านประสบการณ์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในที่ได้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น การวัดความพึงพอใจของนักดำน้ำเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากการปฏิบัติตามความพึงพอใจสามารถนำไปสู่เจตนาของนักท่องเที่ยวในการจงรักภักดีและถ่ายทอดคำพูดในเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งคุณสมบัติของแหล่งท่องเที่ยวในเชิงบวกมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ในด้านการตลาดของการท่องเที่ยวดาน้ำลึกพร้อมกับการให้บริการในปัจจุบันที่แตกต่างกับคู่แข่ง ในทาง

กลับกันคุณลักษณะเชิงลบก็เป็นโอกาสสำหรับการปรับปรุงเพิ่มเติมในการให้บริการดำน้ำลึกเพื่อนักท่องเที่ยวดำน้ำ

O'Neil et al. (2000) เป็นผู้พัฒนา DIVEPERF จากการประเมินคุณภาพการบริการของการดำน้ำลึกในออสเตรเลียตะวันตก โดยใช้การสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณตามพื้นฐานของ SERVQUAL เพื่อประเมินคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่สามารถจับต้องได้ (Tangible) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) และด้านความมั่นใจ (Assurance)

จากการศึกษางานวิจัย O'Reilly (1982) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความคาดหวังที่เด่นชัดในด้านความชัดเจนของทิวทัศน์ใต้น้ำ สิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล การเข้าถึงแหล่งดำน้ำ และราคาถูก ส่วน MacCarthy, O'Neil and Williams (2006) ได้พบปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความใสของน้ำทะเล ประเภท สีสันและปริมาณของสิ่งมีชีวิตในทะเล และสิ่งมีชีวิตที่พบได้ยาก ผลการสำรวจพบปัจจัยเพิ่มเติมที่สำคัญ เช่น ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย และด้านประสิทธิภาพของผู้ปฏิบัติงาน นอกจากนี้ Cater (2008) กล่าวว่า ความพึงพอใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวดำน้ำนั้นขึ้นอยู่กับความสำเร็จของความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น เพื่อนดำน้ำ (dive buddies) ที่ดี การพบปะผู้คน และการผูกมิตร และพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานและความเป็นมิตรของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก การศึกษาของ Musa et al (2006) ใช้ปัจจัย 5 ด้านในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำ ได้แก่ ด้านการบริการของที่พักและอาหาร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย และด้านธรรมชาติใต้ท้องทะเล Paterson et al (2012) ได้ตรวจสอบปัจจัยความพึงพอใจในหลายๆด้าน พบว่าปัจจัยต่างๆ อาทิ แนวปะการังที่มีความสมบูรณ์ สภาพะที่ง่ายต่อการดำน้ำ สภาพการมองเห็นใต้น้ำที่ดี การมองเห็นแนวปะการังที่ไม่มีความเสียหาย การมองเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล การพบเห็นปลาขนาดใหญ่ การมองเห็นทิวทัศน์ใต้น้ำที่เป็นเอกลักษณ์ การพบเห็นปะการังที่มีชีวิต การสัมผัสกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และการผ่อนคลาย

Thirumoorthi et al. (2013) กล่าวว่า โดยทั่วไปการศึกษาวัดความพึงพอใจของนักดำน้ำสามารถสรุปได้เป็น 3 มิติหลัก นั่นคือ 1. ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ หมายถึง ทิวทัศน์ใต้น้ำ ชีวิตใต้ทะเล ทิวทัศน์ใต้น้ำอุณหภูมิ น้ำ เป็นต้น 2. การบริการของผู้ประกอบการดำน้ำ เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจกับการให้บริการของผู้ดำเนินการดำน้ำ เช่น เรืออุปกรณ์ ความปลอดภัย อุปกรณ์ดำน้ำ และบุคลากรผู้ดูแล และ 3. การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เน้นคุณภาพของประสบการณ์ทางสังคมกับเพื่อนนักดำน้ำรายอื่น การศึกษาวิจัยอื่น ๆ ทั้งหมดยอมรับว่า ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำเป็นมิติที่สำคัญในการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก ดังนั้นการ

รักษาสมดุลทางนิเวศวิทยาของสิ่งมีชีวิตในทะเลและแนวปะการังจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากคุณลักษณะนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

Ince and Bowen (2011: 1178) ได้แบ่งกลุ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบทางเทคนิค องค์ประกอบในการปฏิบัติการ และองค์ประกอบของประสบการณ์ รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบทางเทคนิค

- การลอยตัว นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่มีความชำนาญจะสามารถควบคุมการลอยตัวได้เป็นอย่างดี หากนักดำน้ำมีการลอยตัวที่ไม่ดีทำให้เกิดการรบกวนในการดำน้ำกับนักดำน้ำอื่นๆ เนื่องจากการดำน้ำลงสู่ด้านล่างจะทำให้เกิดการขุ่นของน้ำส่งผลให้มองเห็นแนวปะการังได้ไม่ชัดเจน หรือแนวปะการังอาจจะถูกทำลายได้

- อุปกรณ์ การดูแลรักษาอุปกรณ์เป็นอย่างดีของผู้ประกอบการส่งผลให้นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่การเช่าอุปกรณ์สามารถสัมผัสได้ถึงการรักษาที่ดีและรู้สึกปลอดภัยในระหว่างการเดินทาง (Fuchs et al., 2016: 150; Naidoo et al., 2016: 1)

- ราคา Daly et al. (2015) กล่าวว่า หากผู้ประกอบการมีความมั่นใจที่จะมอบรับประสบการณ์ที่คุ้มค่าในการดำน้ำลึก นักท่องเที่ยวจะยินดีที่จะจ่ายในราคาจะเพิ่มมากขึ้นตามสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการทำกิจกรรมดำน้ำเพื่อการสันทนาการ

- จุดดำน้ำ Augustine, Dearden & Rollins (2016) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความต้องการที่จะได้รับข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับจุดดำน้ำเนื่องจากการสร้างมั่นใจเป็นไปตามที่คาดหวัง ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความภาคภูมิใจที่ได้ทราบว่าจุดดำน้ำมีปะการังที่พบเจอได้ยากทำให้ขณะดำน้ำพวกเขาให้ความสนใจไปที่ปะการังที่ได้พบหรือปะการังอื่นๆที่มีลักษณะพิเศษส่งผลให้นักท่องเที่ยวดำน้ำไม่เกิดความผิดหวังต่อจุดดำน้ำ นอกจากนี้ นักดำน้ำก็ยินดีที่จะบอกกล่าวถึงประสบการณ์ที่ได้พบเจอในขณะที่กำลังดำน้ำ

- เรือที่ใช้ในการดำน้ำ เป็นเรือที่ใช้ในการขนส่งนักดำน้ำไปยังแหล่งดำน้ำแต่ละจุด Augustine et al. (2016) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกให้ความสำคัญกับเรือที่ใช้ซึ่งจะต้องเหมาะสมกับการใช้ในทะเลและมีความรวดเร็วเพียงพอที่จะทำให้ไม่เสียเวลาในการเดินทาง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวดำน้ำชี้ให้เห็นว่าเรือที่สามารถการเข้าถึงแหล่งดำน้ำได้ง่ายเป็นปัจจัยที่เหมาะสม

2. องค์ประกอบการทำงาน

- การบริการบนเรือ Augustine et al. (2016) กล่าวว่า การให้บริการในการยกสัณหาระและอุปกรณ์ของนักท่องเที่ยวในขณะที่ไปและกลับจากเรือทั้งก่อนและหลังการดำน้ำของพนักงาน ประกอบกับความเป็นมิตรและการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้นักดำน้ำมีความพึงพอใจอย่างมาก

- ความปลอดภัย Fuchs et al., (2016) กล่าวว่า มาตรการความปลอดภัยของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกเป็นอย่างมาก เนื่องจากกิจกรรมดำน้ำลึกเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง เพื่อความสบายใจในการทำกิจกรรมนักท่องเที่ยวดำน้ำจึงมีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการกับผู้ประกอบการที่มีประวัติด้านความปลอดภัยในการดำน้ำที่ดี การรับรู้เกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยของผู้ประกอบการ เช่น การมีถังออกซิเจนสำรองอยู่ในเรือไว้สำหรับสถานการณ์ฉุกเฉิน การติดตามของระบบการทำงานโดยการกำหนดตำแหน่งบนโลก (GPS) และประเด็นที่สำคัญที่สุดคือการบรรยายสรุปเรื่องความปลอดภัยในเชิงลึกของผู้ประกอบการก่อนการทำกิจกรรม

- ระยะเวลาในการดำน้ำ Ince & Bowen, (2011) กล่าวว่า นักดำน้ำความพึงพอใจมากที่สุดที่ดำน้ำในระดับความลึกมากขึ้น เนื่องจากพวกเขาสามารถเตรียมตัวเพื่อดำน้ำลึกได้นานขึ้นเมื่อเทียบกับการดำน้ำตื้นที่ทำให้พวกเขาดำน้ำได้นานขึ้น นักดำน้ำที่มีประสบการณ์น้อยเปิดเผยว่าพวกเขาจะดำน้ำตื้นเพื่อให้พวกเขาดำน้ำได้นานขึ้น

- กระแสน้ำทะเลในการทำกิจกรรม Schuhmann et al., (2013) อธิบายว่า นักดำน้ำมีความพึงพอใจกับระดับกระแสน้ำน้อยๆ ยิ่งสัมผัสกับกระแสน้ำน้อยเท่าไรก็ยิ่งดีเท่านั้น การดำน้ำในขณะที่มีกระแสน้ำแรงส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจกับการดำน้ำในครั้งนั้นเนื่องจากกระแสน้ำทำให้นักดำน้ำลอยไปไกลจากจุดที่ต้องการสำรวจ

- ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดดำน้ำ Augustine et al., (2016) กล่าวว่า นักดำน้ำไม่ต้องการให้ใช้ระยะเวลาในการเดินทางโดยเรือไปยังจุดดำน้ำที่นานเกินไป ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการการล่องเรือประมาณ 20 นาทีเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมต่อการสร้างความสัมพันธ์ต่อนักดำน้ำคนอื่นๆที่มาทำกิจกรรมร่วมกัน

- การบริการเสริม Fuchs et al., (2016) กล่าวว่า การบริการถ่ายวิดีโอได้นำให้กับนักดำน้ำ โดยมีการเก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมส่งผลให้เกิดความประทับใจผู้ประกอบการที่มีความใส่ใจและเต็มใจที่จะทำให้นักดำน้ำได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำ แมวักดำน้ำจะไม่ได้ใช้บริการนี้ทุกคน แต่ผู้ที่ใช้บริการสามารถใช้วิดีโอในการแบ่งปันประสบการณ์ที่ดีในการดำน้ำกับครอบครัวและเพื่อนๆจึงมีความพึงพอใจอย่างมาก

3. องค์ประกอบทางด้านประสบการณ์

- สิ่งมีชีวิตใต้ทะเล Fuchs et al., (2016) กล่าวว่า นอกจากการบรรยายเรื่องความปลอดภัยแล้วนักดำน้ำยังเห็นว่าการบรรยายที่สำคัญที่สุดคือการบรรยายเรื่องสิ่งมีชีวิตทางทะเลที่จะได้พบเห็นในขณะทำกิจกรรม การบรรยายต้องมีการอธิบายรายละเอียดของสิ่งมีชีวิตในทะเลและสัญลักษณ์ได้นำเพื่อให้ นักดำน้ำมีความคุ้นเคยกับสิ่งมีชีวิตทางทะเลในพื้นที่ดำน้ำ นักดำน้ำต้องการพบเห็นชีวิตทางทะเลที่หายากมากกว่าการพบเห็นชีวิตทางทะเลทั่วไปที่พบเห็นได้เป็นจำนวนมาก

- การเรียนรู้ Kler & Tribe (2012) กล่าวว่า การพัฒนาทักษะที่มีหรือการเรียนรู้ทักษะเพิ่มเติมเป็นสิ่งที่นักดำน้ำมีความพึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง นักดำน้ำที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำน้อยมีความยินดีเป็นอย่างมากเมื่อสามารถระบุสายพันธุ์สิ่งมีชีวิตได้ที่ไม่เคยเห็นมาก่อนและได้การเรียนรู้เพิ่มเติมของสภาพแวดล้อมในขณะดำน้ำ ส่วนนักดำน้ำที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำมากมีความพึงพอใจเมื่อสามารถแบ่งปันความรู้กับนักดำน้ำคนอื่นๆ

- ทัศนวิสัยในการดำน้ำ Augustine et al. (2016) กล่าวว่า ก่อนการทำกิจกรรมดำน้ำ นักดำน้ำยอมรับว่าผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือกำหนดทัศนวิสัยในการดำน้ำของจุดดำน้ำได้ หากทัศนวิสัยในการดำน้ำที่ไม่ดี ผู้ประกอบการควรมีการชดเชยด้วยด้านอื่น ๆ ของการดำน้ำ

- ด้านสังคม ปัจจัยที่ทำให้นักดำน้ำได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำมากที่สุด คือ การแบ่งปันประสบการณ์กับครอบครัวและเพื่อนร่วมทำกิจกรรมการดำน้ำ ขนาดของกลุ่มมีความสำคัญต่ออิทธิพลในการสร้างประสบการณ์กล่าวคือ นักดำน้ำมีความพึงพอใจกับกลุ่มขนาดเล็กในการดำน้ำเนื่องจากไม่ก่อให้เกิดปัญหาเมื่อเข้าใกล้สิ่งมีชีวิต นักดำน้ำมีความสุขกับการได้ทำความรู้จักกับ “เพื่อนดำน้ำ (dive buddies)” ก่อนการดำน้ำ ในทางกลับกันหากนักดำน้ำไม่คุ้นเคยกับเพื่อนนักดำน้ำก่อนการดำน้ำส่งผลให้เกิดการดำน้ำที่ไม่น่าพึงพอใจ ผู้สอนหรือผู้นำในการดำน้ำเป็นบุคคลสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจให้กับนักดำน้ำ อาทิ การนำออกนอกเส้นทางเพื่อให้นักดำน้ำได้รับประสบการณ์ในระหว่างการดำน้ำที่ดีที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การที่ผู้เชี่ยวชาญที่ชี้ให้นักดำน้ำเห็นสิ่งมีชีวิตทางทะเลที่หายากเป็นการสร้างประสบการณ์และก่อให้เกิดความภักดีในการดำน้ำครั้งต่อไป ความสนิทสนมกันเป็นปัจจัยสุดท้ายในด้านสังคมที่เอื้อต่อประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจของนักดำน้ำ นักดำน้ำที่ไปท่องเที่ยวกับเพื่อนและครอบครัวยินดีที่จะมีโอกาสในการสังสรรค์กับผู้อื่นหลังจากการดำน้ำ ดังนั้นผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้นักดำน้ำเข้าสังคมกับคนท้องถิ่นหรือวางแผนหลังจากการดำน้ำเพื่อให้ได้มีโอกาสทำความรู้จักกัน (Augustine et al., 2016: 667; Dimmock & Musa, 2015: 54; Fuchs et al., 2016: 181; Ince & Bowen, 2011: 1781; Kler & Tribe, 2012: 24)

- การเดินทาง Augustine et al., (2016) กล่าวว่า นักดำน้ำมีความต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่น่าจดจำที่สุด เช่น สถานที่ท่องเที่ยวในชนบทหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่เพื่อหลบหนีความวุ่นวายจากตัวเมืองหรือเขตอุตสาหกรรม นักดำน้ำมีความเบิกบานใจเมื่อได้เพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ลงในสมุดบันทึก นอกจากความตื่นเต้นของนักท่องเที่ยวดำน้ำในการเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ แล้ว ในพื้นที่ที่มีการขนส่งมีจำกัดนักดำน้ำจะเลือกผู้ประกอบการที่อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวและสามารถหาอาหารและที่พักใกล้ในบริเวณใกล้ๆ

- ความคาดหวัง Augustine et al., (2016) กล่าวว่า นักดำน้ำมีความคาดหวังที่จะออกไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวและทำกิจกรรมดำน้ำลึกด้วย ผู้ประกอบการดำน้ำลึกจะมีการแจ้งรายละเอียดของแผนการท่องเที่ยวและการทำกิจกรรมดำน้ำเพื่อให้นักดำน้ำได้ทราบ โดยส่วนใหญ่

ผู้ประกอบการมักจะพยายามทำให้นักดำน้ำพึงพอใจตามที่มีความคาดหวังไว้ แต่ความคาดหวังของนักดำน้ำบางส่วนไม่ได้รับการเติมเต็ม เนื่องจากนักดำน้ำจะสร้างความคาดหวังและกำหนดมาตรฐานของการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นักดำน้ำที่มีประสบการณ์สูงต้องการที่จะมีประสบการณ์ใหม่ในการทำกิจกรรมอื่นๆ เพราะการดำน้ำไม่เกิดความท้าทายที่เพียงพอ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

นักวิจัย	สถานที่วิจัย	ปัจจัย
O'Reilly (1982)	-	ความชัดเจนในการมองเห็น ทัศนียภาพใต้ท้องทะเล สิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล การเข้าถึง ค่าใช้จ่าย
David and Tisdell (1996)	-	ราคา สิ่งดึงดูดใจ สิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเลที่น่าสนใจที่ได้พบเห็น ง่ายต่อการเข้าถึง ปัจจัยแหล่งดำน้ำ คุณภาพของการดำน้ำ ผู้ประกอบการ
O'Neil et al. (2000)	Western Australia	การประกันภัย สิ่งที่จับต้องได้ ความรู้สึกร่วม ความน่าเชื่อถือ
Graham et al. (2001)	Palau, Micronesia	ปะการัง/แนวปะการัง ปลา/ฉลาม คุณค่า
Musa (2002)	Sipadan Island, Malaysia	ภูมิทัศน์ใต้ท้องทะเล พนักงานเป็นกันเอง/ให้ความช่วยเหลือ

นักวิจัย	สถานที่วิจัย	ปัจจัย
		คู่มือที่ดีด้านน้ำที่ดี การเข้าถึงแหล่งน้ำได้ง่าย ผู้ฝึกสอนด้านน้ำมีประสิทธิภาพและเป็นมืออาชีพ อาชีพ ประสิทธิภาพของพนักงาน รูปแบบธรณีวิทยาใต้ท้องทะเล การสร้างมิตรภาพ แนวปะการัง
Musa et al. (2006)	Layang - Layang Island, Malaysia	แนวปะการัง อุณหภูมิน้ำทะเล เรือบริการ สิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล การเข้าถึงแหล่งน้ำ ภูมิทัศน์ใต้ท้องทะเล การบริการของแผนกต้อนรับ การจัดการการคมนาคมขนส่ง ทัศนวิสัยใต้น้ำ ที่พัก มาตรการความปลอดภัย สภาพภูมิอากาศ อุปกรณ์สำหรับเช่า อาหาร อุปกรณ์ปฐมพยาบาล การความรู้เกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล
Maccarthy et al. (2006)	South West and Queensland, Australia Thailand	ทัศนวิสัยใต้น้ำ ภูมิทัศน์ใต้ท้องทะเล สิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล คู่มือที่ดีด้านน้ำ มิตรภาพของสมาชิกด้านน้ำ การพบเจอคนแปลกหน้าระหว่างด้านน้ำ

นักวิจัย	สถานที่วิจัย	ปัจจัย
Ince and Bowen (2011)	Zanzibar, Tanzania	คุณภาพของอุปกรณ์
		ความมีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการและ ความปลอดภัย
Paterson et al. (2012)	Florida Keys, USA	การลอยตัว
		ความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์
		ราคา
		แหล่งดำน้ำ
		เรือสำหรับดำน้ำ
		การให้บริการในเรือ
		ความปลอดภัยส่วนตัวและผู้ประกอบการ
		ระยะในการดำน้ำ
		สภาพอากาศและสภาพทะเลในขณะดำน้ำ
		ระยะเวลาในการเดินทางไปสู่แหล่งดำน้ำ
		สิ่งเพิ่มเติมพิเศษ
		สิ่งมีชีวิตใต้น้ำ
		การเรียนรู้
		ทัศนวิสัย
		การเข้าถึง
		อุณหภูมิของน้ำทะเล
		การเดินทาง
		ความคาดหวัง
		ปัจจัยที่ง่ายต่อการดำน้ำ
		ทัศนวิสัยใต้น้ำที่ดี
		ความผ่อนคลาย
		การมองเห็นความเป็นเอกลักษณ์ใต้ทะเล
		ธรรมชาติใต้ท้องทะเล
		การมองเห็นปลาขนาดใหญ่
		การมองเห็นปะการังที่มีชีวิต
		การมองเห็นแนวปะการังที่อุดมสมบูรณ์
		การมองเห็นแหล่งปะการังที่ไม่ถูกทำลาย

นักวิจัย	สถานที่วิจัย	ปัจจัย
Musa et al. (2013)	-	การมองเห็นสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล แหล่งท่องเที่ยว การบริการของผู้ประกอบการดำน้ำ การปฏิสัมพันธ์กับสังคม
Naidoo et al, (2016)	Mauritius	แหล่งดำน้ำและเรือ ความปลอดภัย อุปกรณ์ พนักงาน สิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล
Kunthea (2016)	Sihanoukville, Cambodia	แนวปะการัง ชนิดของปลา ทัศนียภาพ สภาพภูมิอากาศ ปฏิสัมพันธ์ในสังคม มัคคุเทศน์ ชนิดหรือรูปแบบของเรือ การให้บริการ

จากตารางที่ 2.1 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความหลากหลาย ตามที่ WTO (2001, p.88) นิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ การเดินทางของบุคคลไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์หลักในการเข้าร่วมกิจกรรมดำน้ำ สถานที่ท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีปัจจัยต่างๆที่มีคุณภาพซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำน้ำ เช่น คุณภาพของที่พักรีสอร์ทหรือสถานที่ท่องเที่ยวบนบก และยังอธิบายว่า การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกมาจากที่พักอาศัยเป็นเวลาอย่างน้อย 1 คืน และเข้าร่วมกิจกรรมดำน้ำอย่างน้อยหนึ่งประเภท เช่น การดำน้ำลึก การดำน้ำตื้น หรือการใช้อุปกรณ์ช่วยหายใจบางประเภท ผู้ทำวิจัยเล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวดำน้ำลึกจะเน้นการทำกิจกรรมดำน้ำลึกเป็นหลัก และมีการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบ ดังนั้น จึงได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมโดยการจัดหมวดหมู่ของปัจจัยการท่องเที่ยวดำน้ำลึกออกเป็น 3 ด้านที่มีความหมายใกล้เคียงกัน อ้างอิงกับงานวิจัยของ Wilson (2019) ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสบการณ์ดำน้ำที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยวดำน้ำ

ลึก จากการศึกษได้แบ่งปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ แหล่งดำน้ำ (Dive site) ผู้ประกอบการดำน้ำ (Dive operator) และแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ (Dive Destination) แสดงตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 การจัดหมวดหมู่ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำลึก

นักวิจัย	ปัจจัยความพึงพอใจการท่องเที่ยวดำน้ำ		
	แหล่งดำน้ำ	ผู้ประกอบการ	แหล่งท่องเที่ยว
O'Reilly (1982)	√	√	
David and Tisdell (1996)	√	√	
O'Neil et al. (2000)		√	
Graham et al. (2001)	√		
Musa (2002)	√	√	
Dearden et al. (2006)	√	√	√
Maccarthy et al. (2006)	√	√	
Musa et al. (2006)	√	√	√
Worachananant et al. (2008)	√	√	√
Dimmock (2009)	√	√	
Ince and Bowen (2011)	√	√	
Paterson et al. (2012)	√	√	
Musa et al. (2013)	√	√	
Augustine et al. (2016)	√	√	√
Naidoo et al, (2016)	√	√	
Kunthea (2016)	√	√	
Edney (2017)	√	√	
Queiroz Neto et al. (2017)	√	√	√
Wilson (2019)	√	√	

จากตารางที่ 2.2 การจัดหมวดหมู่ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำลึก 3 ด้าน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) แหล่งดำน้ำ (Dive site) จากการศึกษงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้านแหล่งดำน้ำ พบปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3 ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้านแหล่งดำน้ำ

ปัจจัย	นักวิจัย
สิ่งมีชีวิตในแหล่งดำน้ำ	Ince and Bowen (2011), Musa (2002), Musa et al. (2006), Naidoo et al. (2016), Queiroz Neto et al. (2017)
ภูมิประเทศของแหล่งดำน้ำ	Musa (2002), Dearden et al. (2006), Worachananant et al. (2008), Augustine et al. (2016)
ประวัติแหล่งดำน้ำ	Paterson et al. (2012), Edney (2017), Queiroz Neto et al. (2017)
ทัศนวิสัยใต้น้ำ	Dearden et al. (2006), Paterson et al. (2012), Augustine et al. (2016), Queiroz Neto et al. (2017)
อุณหภูมิของน้ำ	Musa (2002), Edney (2017), Queiroz Neto et al. (2017)
การเข้าถึงแหล่งดำน้ำ	Dearden et al. (2006), Musa et al. (2006), Worachananant et al. (2008)
โอกาสในการถ่ายภาพ/วิดีโอใต้น้ำ	Paterson et al. (2012), Augustine et al. (2016), Dearden et al. (2006), Edney (2017)
การมองเห็นสิ่งมีชีวิตที่หายาก	Dimmock (2009), Paterson et al. (2012), Queiroz Neto et al. (2017)

จากตารางที่ 2.3 พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้านแหล่งดำน้ำประกอบไปด้วย ปัจจัยความเหมาะสมและการมีชื่อเสียง (Temperate and reputability) อาทิ สภาพอากาศของแหล่งดำน้ำ โอกาสในการถ่ายภาพหรือถ่ายวิดีโอใต้น้ำ ชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำ บวกสิ่งที่ต้องทำ สิ่งที่จะได้พบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก ปัจจัยความหลากหลายทางสิ่งแวดล้อม (Environmental diversity) ได้แก่ กระแสน้ำจะต้องไม่มีความรุนแรง แหล่งดำน้ำที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น ซากเรืออัปปาง สิ่งประดิษฐ์ รูปปั้น เป็นต้น การเข้าถึงแหล่งดำน้ำ อุณหภูมิของน้ำที่เหมาะสม และปัจจัยของทะเลและน้ำทะเล (Marine and Aquascape) ได้แก่ สัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล ลักษณะภูมิประเทศของแหล่งดำน้ำ เช่น แนวปะการัง หน้าผาใต้น้ำ แนวหิน และถ้ำ เป็นต้น ทัศนวิสัยใต้น้ำ

2) ผู้ประกอบการดำน้ำ (Dive operator) จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้านผู้ประกอบการดำน้ำ พบปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.4 ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้านผู้ประกอบการดำน้ำ

ปัจจัย	นักวิจัย
ราคายุติธรรม	Schoeman et al. (2016), Queiroz Neto et al. (2017)
คุณภาพการบริการ	MacCarthy et al. (2006), Augustine et al. (2016)
ความมีชื่อเสียง	Schoeman et al. (2016), Queiroz Neto et al. (2017)
ผู้ประกอบการและผู้สอนดำน้ำมีความเป็นมิตร	Musa (2002), Augustine et al. (2016), Naidoo et al. (2016)
บำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือ	Naidoo et al. (2016)
ความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน	Rangel et al. (2014), Graver (2016)
ความน่าเชื่อถือ	Schoeman et al. (2016), Queiroz Neto et al. (2017)
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของจุดดำน้ำ	Dearden et al. (2006), Edney (2017), Queiroz Neto et al. (2017)
ความปลอดภัย	Ince and Bowen (2011), Naidoo et al. (2016)
ง่ายต่อการเข้าถึงและติดต่อ	Musa (2002), Schoeman et al. (2016), Queiroz Neto et al. (2017)

จากตารางที่ 2.4 พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกด้านผู้ประกอบการดำน้ำ ประกอบไปด้วย ปัจจัยความน่าเชื่อถือและไหวพริบ (Reliability and astuteness) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของจุดดำน้ำแต่ละแห่งแก่นักดำน้ำ ความเป็นอิสระของนักดำน้ำในการสำรวจและเรียนรู้ในขณะดำน้ำ ความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน การนำเสนอผลิตภัณฑ์และกิจกรรมอื่นๆ การบริการตลอดทั้งวัน การบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือเป็นอย่างดี ความสามารถในการดูแลความปลอดภัยของนักดำน้ำได้ตลอดเวลา ปัจจัยความสมควรและความขยัน (Conscientiousness and diligence) จำนวนของนักดำน้ำไม่หนาแน่น (การจำกัดจำนวนนักดำน้ำในจุดดำน้ำ) การรองรับระดับการดำน้ำของนักดำน้ำที่แตกต่างกัน การให้ข้อมูลสรุปประเด็นของสิ่งแวดล้อมใต้น้ำ การมีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือ การมีใบอนุญาต การบังคับใช้กฎในการดำน้ำที่เข้มงวด การตลาดที่ดีในหลากหลายช่องทางเพื่อเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย การบรรยายสรุปและตรวจสอบความปลอดภัยและระยะเวลาที่ใช้ในการดำน้ำ การเติมเต็มทุกความต้องการของนักดำน้ำ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ (Amenities and service) การให้เช่าอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการ

ดำน้ำ ผู้ฝึกสอนดำน้ำและผู้ประกอบการผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดีและมีความเป็นมิตร การส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพ ราคาที่คุ้มค่าของการบริการจากผู้ประกอบการ และการดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี ปัจจัยสนับสนุนและความน่าเชื่อถือ (Auxiliary offerings and credibility) การบริการในการขายและ/หรือการบำรุงรักษาอุปกรณ์ดำน้ำ ประกาศนียบัตรเฉพาะของการดำน้ำง่ายต่อการเข้าถึงและติดต่อ รูปแบบโปรแกรมของการดำน้ำเป็นแพคเกจดำน้ำรวมที่พัก รองรับนักดำน้ำที่ขอความท้าทายทางร่างกาย รองรับนักดำน้ำรุ่นเยาว์ การบริการที่จอดรถ

3) แหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ (Dive Destination) จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำlickด้านแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ พบปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.5 ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำlickด้านแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ

ปัจจัย	นักวิจัย
ที่พัก	Musa et al. (2006), Worachananant et al. (2008), Queiroz Neto et al. (2017)
การเข้าถึง	Augustine et al. (2016), Schoeman et al. (2016),
ร้านอาหารและธุรกิจท้องถิ่น	Anderson and Juma (2017), Queiroz Neto et al. (2017)
ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	Wilde (2010), Queiroz Neto et al. (2017)
แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่	Wilde (2010), Queiroz Neto et al. (2017)
ความปลอดภัยของ	Dimmock (2009), Queiroz Neto et al. (2017)
สิ่งแวดล้อม	
แหล่งธรรมชาติ/สิ่งมีชีวิต	Queiroz Neto et al. (2017), Wilde (2010)
กิจกรรมนอกเหนือจากการดำน้ำ	Dearden et al. (2006), Queiroz Neto et al. (2017)

จากตารางที่ 2.5 พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจของการท่องเที่ยวดำน้ำlickด้านแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ ประกอบไปด้วย ปัจจัยความหลากหลายและโอกาสในการพักผ่อน (Variety and leisure opportunities) ความหลากหลายของร้านอาหาร แหล่งซื้อของที่มีคุณภาพ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ลักษณะของแหล่งธรรมชาติ ความหลากหลายของกิจกรรมเมื่อไม่ได้ดำน้ำ การเข้าถึงอาหารที่มีคุณภาพ เช่น ร้านอาหาร ตลาด ร้านขายของ เป็นต้น ตัวเลือกของที่พักที่หลากหลาย จำนวนของผู้ประกอบการดำน้ำที่เพียงพอต่อการเลือกสรรของนักดำน้ำ ปัจจัยค่าใช้จ่าย

และการเข้าถึง (Affordability and accessibility) ร้านอาหารและธุรกิจท้องถิ่นที่ราคาไม่แพง ที่พักที่มีราคาเหมาะสม ง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินทางโดยรถ เครื่องบิน เป็นต้น ชุมชนมีความเป็นมิตรและยอมรับนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นธรรม ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำนํ้า ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มของปัจจัยโดยอ้างอิงจาก Wilson (2019) ในการแบ่งปัจจัยออกเป็น 3 อย่าง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับแหล่งดำนํ้า ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการดำนํ้า และปัจจัยที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังแบ่งย่อยเป็นด้านต่างๆ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมการดำนํ้า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของผู้ประกอบการ ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักของแหล่งท่องเที่ยว และด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวดำนํ้าในประเทศไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งดำนํ้า การท่องเที่ยวเพื่อการดำนํ้ามีวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมดำนํ้า ดังนั้น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งดำนํ้าคือ กิจกรรมดำนํ้า

ด้านกิจกรรมดำนํ้า ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของแหล่งดำนํ้า ความสวยงามได้ท้องทะเล จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล สามารถถ่ายภาพหรือถ่ายวิดีโอได้ สามารถพบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก มีสภาพอากาศที่เหมาะสม กระแสน้ำไม่ไหลเชี่ยว อุณหภูมิของน้ำเหมาะต่อการดำนํ้า ทิศนวิสัยใต้นํ้า (การมองเห็นใต้นํ้า) รูปแบบที่หลากหลายของแหล่งดำนํ้า เช่น แหล่งดำนํ้าธรรมชาติ แหล่งดำนํ้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งดำนํ้าที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ลักษณะภูมิประเทศของแหล่งดำนํ้า เช่น แนวปะการัง หน้าผาใต้นํ้า แนวหิน และถ้ำ ระยะทางในการเข้าถึงแหล่งดำนํ้าและระยะเวลาในการเดินทาง เรือบริการในการดำนํ้า และการบริการท่าเทียบเรือ

2. ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการดำนํ้า การท่องเที่ยวเพื่อการดำนํ้าต้องอาศัยความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการที่มีความน่าเชื่อถือและมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมดำนํ้า ปัจจัยนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อการดำนํ้า ซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักดำนํ้าได้จากด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ประกอบด้วย การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ การบริการที่คุ้มค่าคุ้มราคาจากผู้ประกอบการ มีการดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี มีบริการให้เช่าอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการดำนํ้า มีบริการในการขายและ/หรือการบำรุงรักษาอุปกรณ์ดำนํ้า มีประกาศนียบัตรเฉพาะของการดำนํ้า สามารถตอบสนองทุกความต้องการของนักดำนํ้า มีบริการถ่ายรูป/ถ่ายวิดีโอ มีแพคเกจดำนํ้ารวมที่พัก รองรับนักดำนํ้าที่ขอความช่วยเหลือทางร่างกาย รองรับนักดำนํ้ารุ่นเยาว์ มีบริการที่จอดรถ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของจุดดำนํ้าแต่ละแห่งแก่นักดำนํ้า การให้ข้อมูลสรุปประเด็นของสิ่งแวดล้อมใต้นํ้า การบรรยายสรุปและตรวจสอบ

ความปลอดภัยและระยะเวลาที่ใช้ในการดำน้ำ ความสามารถในการดูแลความปลอดภัย ความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือเป็นอย่างดี มีใบอนุญาตสำหรับธุรกิจดำน้ำ การบังคับใช้กฎในการดำน้ำที่เข้มงวด ผู้ฝึกสอนดำน้ำและผู้ประกอบการผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี ผู้ประกอบการมีความเป็นมิตร สุภาพ กิริยามารยาทดี สามารถจำกัดจำนวนของนักดำน้ำในแต่ละจุดดำน้ำให้ไม่หนาแน่น สามารถรองรับนักดำน้ำที่มีระดับการดำน้ำแตกต่างกัน มีการตลาดที่ดีในหลากหลายช่องทางเพื่อเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ง่ายต่อการเข้าถึงและใกล้แหล่งท่องเที่ยว

3. ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยเสริมของการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำในการผ่อนคลายหรือพักผ่อนหลังจากการดำน้ำ ปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย และด้านที่พักอาศัย

ด้านสิ่งดึงดูดใจ ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมให้ทำนอกเหนือจากการดำน้ำ เช่น นั่งเรือชมวิวทิวทัศน์ พายเรือแคนู/คายัค เล่นน้ำ ถ่ายภาพ ชุมชนมีความเป็นมิตรและยอมรับนักท่องเที่ยว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย ความหลากหลายของร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ร้านอาหารและธุรกิจท้องถิ่นที่ราคาเหมาะสม มีการบริการโทรศัพท์สัญญาณโทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต มีที่นั่งสำหรับพักผ่อน มีบริการห้องน้ำสาธารณะและถังขยะ สถานที่สำหรับจอดรถพอเพียง

ด้านการเข้าถึง ประกอบด้วย มีความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ระยะทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง การบริการรถสาธารณะ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน แหล่งท่องเที่ยวต้องมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัย มีเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย มีป้ายเตือนสำหรับจุดอันตรายในแหล่งท่องเที่ยว มีอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับป้องกันภัย มีศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว มีป้ายนิเทศการ สื่อแผ่นพับ ป้ายโฆษณา เจ้าหน้าที่ หรือวิทยากรสำหรับแนะนำและอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวและข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว

ด้านที่พักอาศัย ประกอบด้วย มีความหลากหลายประเภทและราคาของที่พัก ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ ความปลอดภัยของที่พักอาศัย ความสะอาดได้มาตรฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักที่เหมาะสม มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม ที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว

2.6 เอกสารอ้างอิงและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มุกิตา แมนเมตตกุล (2548) ทำการศึกษาเรื่อง การกลับมาเที่ยวซ้ำถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่ถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติช่วงเดือนมีนาคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2548 ที่มาท่องเที่ยวที่ถนนข้าวสาร ผลการศึกษาพบว่า แหล่งสถาบันบันเทิงและร้านอาหาร ความใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง การบริการของพนักงานในสถาบันบันเทิงและร้านอาหาร การบริการของพนักงานในที่พัก ความปลอดภัยในที่พัก ราคาของร้านอาหาร และสถานบันเทิงที่เหมาะสม ราคาที่พักที่เหมาะสม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำในถนนข้าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

เจษฎา สุทธิอุดม (2552) ทำการศึกษากลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่เกาะช้าง ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ได้แก่ การดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น การนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเกาะ การเที่ยวชมน้ำตก นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำจะมีค่าใช้จ่ายที่มากกว่านักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางมาครั้งแรกเนื่องจากต้องการการบริการที่ดีขึ้น นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำประเมินคะแนนในส่วนประสมทางการตลาดต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านอัตราค่าบริการของกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลการตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวทั้ง 8 ด้าน ซึ่ง ด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ด้านจิตวิทยา และการบริการของกิจกรรม เป็นด้านที่มีอิทธิพลมากที่สุดตามลำดับ

ฤดี หลิมไพโรจน์ และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดปทุมธานี สุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย 392 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวส่งผลมากที่สุดต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ความพึงพอใจในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมรองลงมา และความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

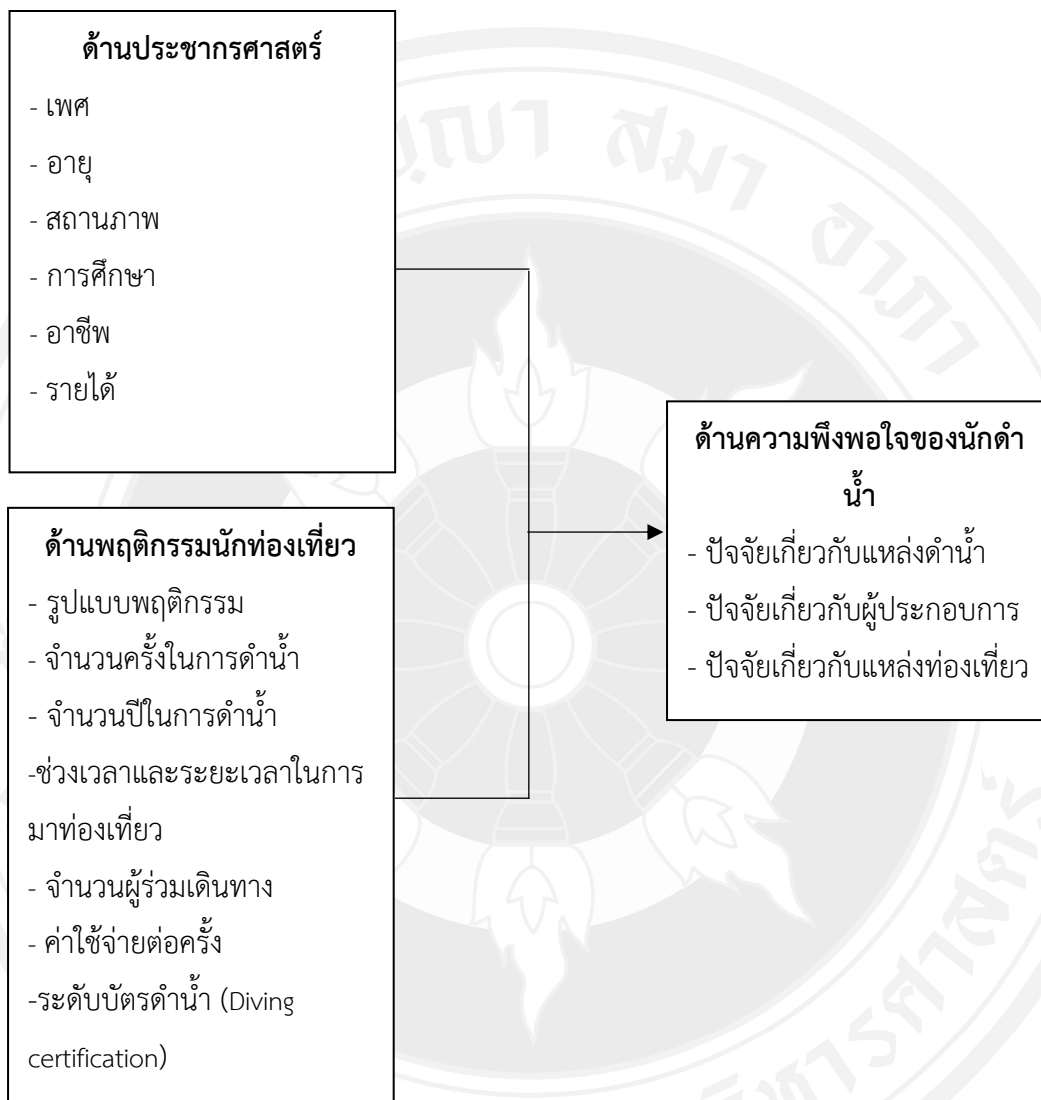
ฤดี หลิมไพโรจน์ และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว (2555) ได้ศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของภาพลักษณ์และความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวที่ส่งผลให้กลับมาเที่ยวซ้ำ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสุ่มการสำรวจ นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวน 403 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากที่สุด คือ ความพึงพอใจในสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์เกี่ยวกับความปลอดภัย และภาพลักษณ์เกี่ยวกับของที่ระลึกตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ณัฐยานี ชุนทวิริยะกุล (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเป็นซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และเปรียบเทียบปัจจัยของความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 400 คน การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนพื้นถิ่น ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง และปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนพื้นถิ่นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทางเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2.7 กรอบแนวคิด

ตารางที่ 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การหาคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. แผนการทำงาน
7. งบประมาณ
8. จริยธรรม

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึก ณ แหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึก ณ แหล่งดำน้ำลึกแหล่งใดก็ได้ในประเทศไทย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แต่เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรค COVID-19 ผู้วิจัยจึงใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือแทนการลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถาม โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างจากประชากรที่ไม่ทราบจำนวน จากการกำหนดการสุ่มตัวอย่าง 50% จากประชากรทั้งหมดโดยต้องการระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5%

สูตรการคำนวณ

$$n = \frac{P(1 \cdot P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มตัวอย่าง

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนที่ต้องการสุ่มตัวอย่าง

$Z = 1.96$ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ผลการคำนวณ
$$\frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2} = 384.16$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 384.16 หรือประมาณ 385 คน และได้มีการสำรวจตัวอย่างเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนไว้อีก 35 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 420 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามสร้างขึ้นมาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้จากการศึกษาแนวคิดปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลิกชาวไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวด่าน้ำลิกในประเทศไทย โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี จากหนังสือและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดพฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลิกชาวไทย

2) เตรียมข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มากำหนดแนวทางและหัวข้อของโครงสร้างแบบสอบถามมาสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามภาษาไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล โดยถามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด่าน้ำลิก โดยการประเมินค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการด่าน้ำลิก จำนวนปีในการด่าน้ำลิก ประเภทของบัตรด่าน้ำลิก ช่วงเวลาและระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว จำนวนของผู้ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก โดยการประเมินค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านแหล่งดำน้ำ ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ

3.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยจำนวน 3 ท่าน ในการตรวจสอบ ประเด็นสอดคล้อง ความชัดเจน ความซ้ำซ้อน และจริยธรรมศีลธรรม เพื่อทำการหาค่าความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้ โดยการใช้วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ในการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) นำผลที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง เพื่อคำนวณหารายการที่ผ่านเกณฑ์ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป การหาค่าความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยมีการกำหนดเกณฑ์ดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการวัด

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการวัด

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการวัด

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วมาทดลองใช้ (Pilot Test) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient Reliability) ด้วยโปรแกรม Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) มีค่ามากกว่า 0.75 แสดงว่าแบบสอบถามที่ได้มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ในช่วงเดือนมิถุนายน 2563 ถึงเดือนกรกฎาคม 2563

- 1.) ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยประชุมทำความเข้าใจการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์
- 2.) ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยค้นหานักดำน้ำจากเพจดำน้ำต่างๆ เพื่อเก็บข้อมูลแบบสอบถาม
- 3.) ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยวและส่งหนังสือยินยอมการให้ข้อมูล
- 4.) สรุปผลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวน้ำลึก

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายข้อมูลคุณลักษณะของประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการดำน้ำ จำนวนปีในการดำน้ำ ประเภทของบัตรดำน้ำ ช่วงเวลาและระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว จำนวนของผู้ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำ ได้แก่ ด้านแหล่งดำน้ำ ด้านผู้ประกอบการ และด้านแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยในประเทศไทยที่แตกต่างกัน ใช้สถิติทดสอบดังนี้

1) นักท่องเที่ยวดำน้ำชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยในประเทศไทยที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ Independent Sample T-test

2) นักท่องเที่ยวดำน้ำชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยในประเทศไทยที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One Way-ANOVA (F-test)

3) นักท่องเที่ยวดำน้ำที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One Way-ANOVA (F-test)

4) นักท่องเที่ยวดำน้ำที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One Way-ANOVA (F-test)

5) นักท่องเที่ยวดำน้ำที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One Way-ANOVA (F-test)

6) นักท่องเที่ยวที่มรดาน้ำที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดาน้ำลึกในประเทศไทยที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One Way-ANOVA (F-test)

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวนครั้งในการดาน้ำ จำนวนปีในการดาน้ำ ประเภทของบัตรดาน้ำ ช่วงเวลาและระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว จำนวนของผู้ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่อครั้งมีความสัมพันธ์ต่อการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดาน้ำลึกในประเทศไทย โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำนวนครั้งในการดาน้ำ จำนวนปีในการดาน้ำ ประเภทของบัตรดาน้ำ ช่วงเวลาและระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว จำนวนของผู้ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายต่อครั้งสามารถทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดาน้ำลึกในประเทศไทย โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวดาน้ำลึกในพื้นที่เกาะเต่า ดังนี้

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หรือค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

1) การหาค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550: 52)

$$\text{สูตร } P = \frac{F}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

F แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2) การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550: 48)

$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3) การหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550: 49)

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

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.6 แผนการทำงาน

ตารางที่ 3.1 รายละเอียดแผนการทำงาน

รายละเอียดการทำงาน	เดือน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ทบทวนวรรณกรรม	→											
2. ทำแบบสอบถาม		→										
3. ลงพื้นที่สำรวจ					→							
4. วิเคราะห์ข้อมูล						→						
5. สรุปผลสำรวจ							→					
6. อภิปรายผล								→				
7. จัดทำรายงาน									→			

3.7 งบประมาณ

ตารางที่ 3.2 งบประมาณค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่าย	งบประมาณ (บาท)
1. ค่าที่ระลึกสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม	2,000
2. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	2,000
รวม	4,000

3.8 จริยธรรม

ผู้วิจัยจัดทำหนังสือขอความยินยอมจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยผู้ยินยอมสามารถพิจารณาเงื่อนไขตามสิทธิด้านจริยธรรม ไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และไม่ให้บุคคลภายนอกนำข้อมูลไปใช้ในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ผลตามข้อมูลที่เก็บได้จริง ประมวลผลและวิเคราะห์ผลอย่างถูกต้องและเหมาะสม ผู้วิจัยจะหลีกเลี่ยงการบิดเบือนผลการวิจัย และจะยึดหลักการมีจริยธรรมในการทำวิจัยอย่างเคร่งครัด



บทที่ 4

ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 402 คน จำแนกเป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.2 และเพศชาย ร้อยละ 32.8 โดยมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 59.0 รองลงมาคืออายุ 21-30 ปี ร้อยละ 23.9 สถานภาพโสด มากที่สุด ร้อยละ 55.2 และสมรส ร้อยละ 38.8 ตามลำดับ การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 60.5 โดยประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ร้อยละ 21.6 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.4 ตามลำดับ ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 37.3 และ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 22.4 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ข้อมูล	n	%
เพศ		
ชาย	132	32.8
หญิง	270	67.2
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20	6	1.5
21-30	96	23.9
31-40	237	59.0
41-50	57	14.2
51-60	6	1.5
สถานภาพสมรส		
โสด	222	55.2
สมรส	156	38.8
หย่าร้าง/หม้าย	24	6.0

ข้อมูล	n	%
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	111	27.6
ปริญญาตรี	243	60.5
สูงกว่าปริญญาตรี	48	11.9
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	216	53.7
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	66	16.4
แม่บ้าน/พอบ้าน	21	5.3
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	87	21.6
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	12	3.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000	60	14.9
10,001-20,000	150	37.3
20,001-30,000	90	22.4
30,001-40,000	42	10.4
40,001-50,000	15	3.7
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	45	11.3

4.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำ

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากที่สุด ร้อยละ 38.1 รองลงมาคือ ท่องเที่ยวกับเพื่อน ร้อยละ 34.3 และท่องเที่ยวกับคนรัก ร้อยละ 11.9 ตามลำดับ ช่วงเวลาที่ชอบท่องเที่ยวมากที่สุดคือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 43.3 โดยนักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดจะชอบดำน้ำในฤดูร้อน ร้อยละ 93.3 และสถานที่ที่เคยดำน้ำมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เกาะสมุย เกาะเต่า และหมู่เกาะสิมิลัน เท่ากับร้อยละ 44.8, 36.6 และ 17.9 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีจำนวนคืนที่เข้าพักเฉลี่ย 2.58 ± 1.64 วัน มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 6.35 ± 7.75 คน มีประสบการณ์การดำน้ำลึกเฉลี่ย 22.40 ± 99.36 ครั้ง สูงสุดถึงกว่า 1,000 ครั้ง ดำน้ำมาแล้วเฉลี่ย 4.09 ± 3.79 ปี สูงสุด 22 ปี จุดดำน้ำเฉลี่ยต่อวัน 2.05 ± 1.11 จุด และในหนึ่งปีเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อดำน้ำเฉลี่ย 2.68 ± 8.89 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวจะมีบัตรดำน้ำ ร้อยละ

61.2 ซึ่งอยู่ในระดับ Open Water Diver มากที่สุด ร้อยละ 42.5 รองลงมาคือระดับ Advanced Open Water Diver ร้อยละ 8.3 และระดับ Adventure Diver ร้อยละ 6.0 ส่วนค่าใช้จ่ายในการดำน้ำเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วงน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 51.5 และอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 29.9 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำ

ข้อมูล	n	%
ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำ		
ท่องเที่ยวคนเดียว	24	6.0
ท่องเที่ยวกับคนรัก	48	11.9
ท่องเที่ยวกับครอบครัว	153	38.1
ท่องเที่ยวกับเพื่อน	138	34.3
ท่องเที่ยวกับหน่วยงานหรือองค์กร	39	9.7
ช่วงเวลาที่ชอบท่องเที่ยว		
วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	39	9.7
วันหยุดเสาร์อาทิตย์	174	43.3
วันหยุดนักขัตฤกษ์	174	43.3
วันที่สะดวกท่องเที่ยว	15	3.7
ฤดูที่ชอบดำน้ำ		
ฤดูร้อน	375	93.3
ฤดูฝน	3	0.7
ฤดูหนาว	24	6.0
สถานที่ที่เคยดำน้ำ		
พัทยา	60	14.9
เกาะเสม็ด	52	12.9
เกาะช้าง	14	3.5
เกาะสุเมย	180	44.8
เกาะเต่า	147	36.6
ชุมพร	33	8.2
ภูเก็ต	54	13.4

ข้อมูล	n	%
หมู่เกาะสิมิลัน	72	17.9
หมู่เกาะสุรินทร์	36	9.0
หมู่เกาะพีพี	60	14.9
ตรัง	51	12.7
เกาะตะรุเตา	30	7.5
เกาะลันตา	24	6.0
เกาะหลีเป๊ะ	6	1.5
สตูล	9	2.2
กระบี่	6	1.5
เกาะพังงา	6	1.5
จำนวนคืนที่เข้าพักในแหล่งท่องเที่ยว (คืน)		
$\bar{X} \pm SD$ (Min-Max)	2.58 $\pm$ 1.64 (1.00-10.0)	
จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน (คน)		
$\bar{X} \pm SD$ (Min-Max)	6.35 $\pm$ 7.75 (0.00-80.00)	
จำนวนประสบการณ์การดำน้ำลึก (ครั้ง)		
$\bar{X} \pm SD$ (Min-Max)	22.40 $\pm$ 99.36 (0.00-1000.00)	
จำนวนประสบการณ์ระยะเวลาการดำน้ำลึก (ปี)		
$\bar{X} \pm SD$ (Min-Max)	4.09 $\pm$ 3.79 (0.00-22.00)	
จำนวนจุดดำน้ำลึกต่อวัน (จุด)		
$\bar{X} \pm SD$ (Min-Max)	2.05 $\pm$ 1.11 (1.00-9.00)	
จำนวนการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกต่อปี (ครั้ง)		
$\bar{X} \pm SD$ (Min-Max)	2.68 $\pm$ 8.89 (0.50-100.00)	
ระดับของบัตรดำน้ำ		
Open Water Diver	171	42.5
Adventure Diver	24	6.0
Advanced Open Water Diver	33	8.3
Rescue Diver	6	1.5
Master Scuba Diver	3	0.7
Instructor Scuba Diver	9	2.2

ข้อมูล	n	%
ไม่มี	156	38.8
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำต่อครั้ง (บาท)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000	207	51.5
10,001-20,000	120	29.9
20,001-30,000	42	10.4
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	33	8.2

4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำ

4.3.1 ความพึงพอใจโดยรวม

การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 4.01 ± 0.54 คะแนน เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยนักท่องเที่ยวมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X}=4.04$) รองลงมาคือ แหล่งดำน้ำ ($\bar{X}=4.01$) และผู้ประกอบการดำน้ำ ($\bar{X}=3.98$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำโดยการจำแนกรายด้าน

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ความพึงพอใจโดยรวม	4.01	0.54	มาก
ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งดำน้ำ	4.01	0.57	มาก
ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการดำน้ำ	3.98	0.65	มาก
ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	4.04	0.58	มาก

4.3.2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งดำน้ำ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งดำน้ำ จำแนกรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสวยงามใต้ท้องทะเล ($\bar{X}$ =4.34) จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล ($\bar{X}$ =4.25) และทัศนวิสัยใต้น้ำ ($\bar{X}$ =4.10) ตามลำดับ ส่วนเรื่องการพบเห็นสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายากมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}$ =3.78) ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งน้ำโดยจำแนกรายข้อ

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านกิจกรรม	4.01	0.57	มาก
1.1 ความมีชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำ	4.01	0.76	มาก
1.2 ความสวยงามใต้ท้องทะเล	4.34	0.70	มาก
1.3 จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล	4.25	0.67	มาก
1.4 สามารถถ่ายภาพหรือถ่ายวิดีโอได้	3.96	0.78	มาก
1.5 สามารถพบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก	3.78	0.95	มาก
1.6 มีสภาพอากาศที่เหมาะสม	4.01	0.78	มาก
1.7 กระแสน้ำเหมาะกับการดำน้ำ	4.08	0.72	มาก
1.8 อุณหภูมิของน้ำเหมาะต่อการดำน้ำ	4.04	0.69	มาก
1.9 ทัศนวิสัยใต้น้ำ (การมองเห็นใต้น้ำ)	4.10	0.72	มาก
1.10 รูปแบบที่หลากหลายของแหล่งดำน้ำ เช่น แหล่งดำน้ำธรรมชาติ แหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งดำน้ำที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	3.86	0.82	มาก
1.11 ลักษณะภูมิประเทศของแหล่งดำน้ำ เช่น แนวปะการัง หน้าผาใต้น้ำ แนวหิน และถ้ำ	3.96	0.73	มาก
1.12 ระยะทางในการเข้าถึงแหล่งดำน้ำและระยะเวลาในการเดินทาง	3.87	0.73	มาก
1.13 เรือบริการในการดำน้ำ	3.96	0.74	มาก
1.14 การบริการทำเทียบเรือ	3.89	0.82	มาก
รวม	4.01	0.57	มาก

4.3.3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการด้านน้ำ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการ จำแนกรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ผู้ประกอบมีความเป็นมิตร ($\bar{X}$ =4.12) การส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพ ($\bar{X}$ =4.10) มีความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน ($\bar{X}$ =4.10) และผู้ฝึกสอนด้านน้ำและผู้ประกอบการผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี ($\bar{X}$ =4.08) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ การบริการที่รองรับนักดำน้ำรุ่นเยาว์ ($\bar{X}$ =3.75) ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการด้านน้ำโดยจำแนกรายข้อ

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ	3.98	0.65	มาก
2.1 การส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพ	4.10	0.72	มาก
2.2 การบริการที่คุ้มค่าคุ้มราคาจากผู้ประกอบการ	4.02	0.71	มาก
2.3 มีการดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี	4.07	0.72	มาก
2.4 มีบริการให้เช่าอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการดำน้ำ	4.01	0.91	มาก
2.5 มีบริการในการขายและ/หรือการบำรุงรักษาอุปกรณ์ดำน้ำ	3.90	0.85	มาก
2.6 มีประกาศนียบัตรเฉพาะของการดำน้ำ	3.87	0.83	มาก
2.7 สามารถตอบสนองทุกความต้องการของนักดำน้ำ	3.95	0.78	มาก
2.8 มีบริการถ่ายรูป/ถ่ายวิดีโอ	3.84	0.89	มาก
2.9 มีแพคเกจดำน้ำรวมที่พัก	3.90	0.79	มาก
2.10 รองรับนักดำน้ำที่ชอบความท้าทายทางร่างกาย	3.85	0.75	มาก
2.11 รองรับนักดำน้ำรุ่นเยาว์	3.75	0.87	มาก
2.12 มีบริการที่จอดรถ	3.84	0.80	มาก
2.13 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของจุดดำ	3.93	0.85	มาก

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
น้ำแต่ละแห่งแก่นักดำน้ำ			
2.14 การให้ข้อมูลสรุปประเด็นของสิ่งแวดล้อมใต้ น้ำ	3.97	0.73	มาก
2.15 การบรรยายสรุปและตรวจสอบความ ปลอดภัยและระยะเวลาที่ใช้ในการดำน้ำ	4.00	0.73	มาก
2.16 ความสามารถในการดูแลความปลอดภัย	4.05	0.88	มาก
2.17 ความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์	4.10	0.72	มาก
อุปกรณ์			
2.18 มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือเป็น อย่างดี	4.04	0.78	มาก
2.19 มีใบอนุญาตสำหรับธุรกิจดำน้ำ	4.04	0.82	มาก
2.20 การบังคับใช้กฎในการดำน้ำที่เข้มงวด	3.97	0.85	มาก
2.21 ผู้ฝึกสอนดำน้ำและผู้ประกอบการผ่านการ อบรมมาเป็นอย่างดี	4.08	0.80	มาก
2.22 ผู้ประกอบการมีความเป็นมิตร	4.12	0.87	มาก
2.23 สามารถจำกัดจำนวนของนักดำน้ำในแต่ละ จุดดำน้ำให้ไม่หนาแน่น	4.04	0.75	มาก
2.24 สามารถรองรับนักดำน้ำที่มีระดับการดำน้ำ แตกต่างกัน	4.04	0.80	มาก
2.25 มีการตลาดที่ดีในหลากหลายช่องทางเพื่อ เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย	3.96	0.84	มาก
2.26 สถานประกอบการง่ายต่อการเข้าถึงและใกล้ แหล่งท่องเที่ยว	4.03	0.78	มาก
รวม	3.98	0.65	มาก

4.3.4 ความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จำแนกรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =4.24) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =4.16) และความสะอาดของแหล่ง

ท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.15$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ($\bar{X}=3.76$) ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยจำแนกรายข้อ

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	แปลผล
3. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.13	0.63	มาก
3.1 ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.16	0.74	มาก
3.2 สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.10	0.77	มาก
3.3 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	4.24	0.74	มาก
3.4 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.15	0.74	มาก
3.5 มีกิจกรรมให้ทำนอกเหนือจากการดำน้ำ เช่น นั่งเรือชมวิวยิวทัศน์ พายเรือแคนู คายัค/เล่นน้ำ ถ่ายภาพ	4.01	0.75	มาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.89	0.64	มาก
4.1 ความหลากหลายของร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	3.93	0.77	มาก
4.2 ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	3.76	0.79	มาก
4.3 ร้านอาหารและธุรกิจท้องถิ่นที่ราคาไม่แพง เหมาะสม	3.83	0.86	มาก
4.4 มีการบริการโทรศัพท์ สัญญาณโทรศัพท์และ สัญญาณอินเทอร์เน็ต	3.87	0.79	มาก
4.5 มีที่นั่งสำหรับพักผ่อน	4.00	0.74	มาก
4.6 มีบริการห้องน้ำสาธารณะ และถังขยะ	4.02	0.75	มาก
4.7 สถานที่สำหรับจอดรถพอเพียง	3.80	0.91	มาก
5. ด้านการเข้าถึง	4.07	0.65	มาก
5.1 มีความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่ง ท่องเที่ยว	4.14	0.70	มาก
5.2 ระยะทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง	4.11	0.72	มาก

ความพึงพอใจ	$\bar{x}$	SD	แปลผล
5.3 การบริการรถสาธารณะ	4.00	0.72	มาก
5.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	4.04	0.73	มาก
6. ด้านความปลอดภัย	4.06	0.66	มาก
6.1 สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	4.07	0.75	มาก
6.2 แหล่งท่องเที่ยวต้องมีมาตรการในการรักษาความปลอดภัย	4.12	0.77	มาก
6.3 มีเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย	4.10	0.73	มาก
6.4 มีป้ายเตือนสำหรับจุดอันตรายในแหล่งท่องเที่ยว	4.09	0.81	มาก
6.5 มีอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับป้องกันภัย	4.05	0.79	มาก
6.6 มีศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว	4.03	0.73	มาก
6.7 มีป้ายนิเทศการ สื่อแผ่นพับ ป้ายโฆษณา	3.98	0.77	มาก
เจ้าหน้าที่ หรือวิทยากรสำหรับแนะนำและอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวและข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว			
7. ด้านที่พัก	4.08	0.65	มาก
7.1 มีความหลากหลายประเภทและราคาของที่พัก	4.13	0.74	มาก
7.2 ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ	4.10	0.68	มาก
7.3 ความปลอดภัยของที่พักอาศัย	4.10	0.75	มาก
7.4 ความสะอาดได้มาตรฐาน	4.06	0.73	มาก
7.5 สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักที่เหมาะสม	4.02	0.77	มาก
7.6 มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม	4.06	0.75	มาก
7.7 ที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	4.06	0.73	มาก
รวม	4.04	0.58	มาก

4.4 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึกชาวไทย

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึกชาวไทยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจโดยรวม ความพึงพอใจด้านแหล่งดำนํ้า ความพึงพอใจด้าน

ผู้ประกอบการ ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกด้าน ตามภาพที่ 4.1

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก

ความพึงพอใจโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง อายุ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจด้านแหล่งน้ำ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ

ภาพที่ 4.1 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก

ความพึงพอใจโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง อายุ ($p=0.034$) สถานภาพสมรส ($p=0.003$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($p=0.014$) โดยกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ($\bar{X}=4.09$) สถานภาพสมรส ($\bar{X}=4.13$) และรายได้เฉลี่ยเท่ากับ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน ($\bar{X}=4.10$)

ความพึงพอใจด้านแหล่งน้ำ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง สถานภาพสมรส ($p=0.004$) ระดับการศึกษา ($p=0.009$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($p<0.001$) โดยกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ สถานภาพสมรส ($\bar{X}=4.13$) การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=4.15$) และรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ($\bar{X}=4.11$)

ความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง สถานภาพสมรส ($p=0.012$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($p=0.004$) โดยกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ สถานภาพสมรส ($\bar{X}=4.10$) และรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ($\bar{X}=4.10$)

ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง อายุ ($p<0.001$) สถานภาพสมรส ($p=0.003$) และอาชีพ ($p=0.003$) โดยกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย

ความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ กลุ่มอายุ 31-40 ปี ($\bar{X}$ =4.13) สถานภาพสมรส ($\bar{X}$ =4.15) และประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X}$ =4.19) ตามตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ปัจจัย	ความพึงพอใจ							
	โดยรวม		แหล่งดำน้ำ		ผู้ประกอบการ		แหล่งท่องเที่ยว	
	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P
เพศ^t								
ชาย	3.98±0.61	0.416	4.04±0.69	0.424	3.96±0.69	0.593	3.97±0.60	0.108
หญิง	4.03±0.50		3.99±0.51		3.99±0.63		4.07±0.56	
อายุ (ปี)^a								
≤20	4.09±0.72	0.034*	3.86±0.94	0.513	4.38±0.55	0.078	3.93±0.77	<0.001*
21-30	3.90±0.65		4.00±0.68		3.91±0.69		3.84±0.71	
31-40	4.05±0.51		4.00±0.53		4.00±0.67		4.13±0.53	
41-50	4.06±0.40		4.12±0.51		4.06±0.44		4.03±0.44	
51-60	3.58±0.21		3.82±0.20		3.46±0.51		3.57±0.15	
สถานภาพสมรส^a								
โสด	3.94±0.59	0.003*	3.93±0.63	0.004*	3.92±0.68	0.012*	3.95±0.62	0.003*
สมรส	4.13±0.45		4.13±0.49		4.10±0.57		4.15±0.52	
หย่าร้าง/หม้าย	3.97±0.43		4.00±0.35		3.80±0.69		4.10±0.45	
ระดับการศึกษา^a								
<ปริญญาตรี	4.05±0.61	0.633	4.15±0.59	0.009*	4.01±0.74	0.655	4.03±0.53	0.985
ปริญญาตรี	3.99±0.53		3.95±0.57		3.96±0.64		4.04±0.58	
>ปริญญาตรี	4.03±0.38		3.98±0.44		4.03±0.39		4.05±0.45	
อาชีพ^a								
พ.น.ง.	4.00±0.62	0.145	4.00±0.62	0.511	3.93±0.75	0.208	4.07±0.65	0.003*
เอกชน								
ชรก./รัฐ	4.14±0.37		4.08±0.45		4.11±0.45		4.19±0.39	

ปัจจัย	ความพึงพอใจ							
	โดยรวม		แหล่งดำน้ำ		ผู้ประกอบการ		แหล่งท่องเที่ยว	
	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	3.91±0.16		4.07±0.46		3.85±0.36		3.88±0.28	
ธุรกิจ / อิสระ	3.99±0.47		4.00±0.53		4.05±0.56		3.94±0.51	
นักเรียน/ นักศึกษา	3.78±0.46		3.79±0.64		3.99±0.32		3.60±0.55	
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน (บาท) ^a								
≤10,000	3.89±0.87	0.014*	3.77±0.84	<0.001*	3.85±1.00	0.004*	3.98±0.85	0.056
10,001- 20,000	4.06±0.51		4.10±0.56		4.10±0.53		4.02±0.60	
20,001- 30,000	4.08±0.39		4.05±0.47		3.98±0.60		4.19±0.44	
30,001- 40,000	3.79±0.38		3.79±0.39		3.69±0.31		3.88±0.40	
40,001- 50,000	4.10±0.24		4.09±0.35		4.09±0.20		4.11±0.38	
>50,000	4.03±0.40		4.11±0.43		3.98±0.52		4.02±0.42	

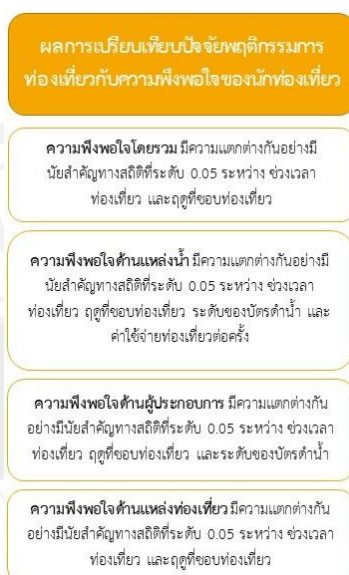
หมายเหตุ: *Statistically significant at p-value <0.05. ^a One-way ANOVA, ^t T-Test.

4.5 การเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

4.5.1 การวิเคราะห์ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจทุกด้าน ทั้งความพึงพอใจโดยรวม ความพึงพอใจด้าน

แหล่งดำน้ำ ความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง ช่วงเวลาท่องเที่ยว ($p < 0.001$) และฤดูที่ชอบท่องเที่ยว ($p = 0.001$) โดยกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ท่องเที่ยววันจันทร์-ศุกร์ ($\bar{X} = 4.32$) และชอบท่องเที่ยวฤดูหนาว ($\bar{X} = 4.37$)

ความพึงพอใจด้านแหล่งน้ำ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง ช่วงเวลาท่องเที่ยว ($p < 0.001$) ฤดูที่ชอบท่องเที่ยว ($p = 0.034$) ระดับของบัตรดำน้ำ ($p < 0.001$) และค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวต่อครั้ง ($p = 0.023$) โดยกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ท่องเที่ยววันจันทร์-ศุกร์ ($\bar{X} = 4.35$) ชอบท่องเที่ยวฤดูหนาว ($\bar{X} = 4.29$) มีบัตรดำน้ำอยู่ระดับ Adventure Diver ($\bar{X} = 4.37$) และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 20,001-30,000 บาทต่อครั้ง ($\bar{X} = 4.20$)

ความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง ช่วงเวลาท่องเที่ยว ($p = 0.002$) ฤดูที่ชอบท่องเที่ยว ($p = 0.026$) และระดับของบัตรดำน้ำ ($p = 0.034$) โดยกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ท่องเที่ยววันที่สะดวก ($\bar{X} = 4.26$) ชอบท่องเที่ยวฤดูหนาว ($\bar{X} = 4.32$) และมีบัตรดำน้ำอยู่ระดับ Rescue Diver ($\bar{X} = 4.27$)

ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระหว่าง ช่วงเวลาท่องเที่ยว ($p < 0.001$) และฤดูที่ชอบท่องเที่ยว ($p < 0.001$) โดยกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความ

พึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ท้องเที่ยววันจันทร์-ศุกร์ ($\bar{X}$ =4.38) และชอบท้องเที่ยวฤดูหนาว ($\bar{X}$ =4.45) ตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำ

ปัจจัย	ความพึงพอใจ							
	โดยรวม		แหล่งดำน้ำ		ผู้ประกอบการ		แหล่งท่องเที่ยว	
	$\bar{X} \pm SD$	p	$\bar{X} \pm SD$	p	$\bar{X} \pm SD$	p	$\bar{X} \pm SD$	p
ลักษณะการ								
เดินทาง								
คนเดียว	4.17±0.66	0.251	4.18±0.66	0.097	4.18±0.69	0.054	4.16±0.66	0.813
คู่รัก	4.06±0.46		4.17±0.55		4.00±0.53		4.07±0.51	
ครอบครัว	3.94±0.59		3.95±0.64		3.87±0.75		4.01±0.63	
เพื่อน	4.04±0.49		4.00±0.49		4.05±0.58		4.04±0.54	
หน่วยงาน/องค์กร	4.02±0.46		3.97±0.46		4.05±0.49		4.03±0.52	
ช่วงเวลา								
ท้องเที่ยว								
วันจันทร์-ศุกร์	4.32±0.64	<0.001*	4.35±0.55	<0.001*	4.24±0.86	0.002*	4.38±0.60	<0.001*
วันเสาร์-อาทิตย์	4.00±0.39		3.92±0.48		4.01±0.50		4.04±0.47	
วันหยุด	3.93±0.62		4.02±0.64		3.87±0.72		3.94±0.65	
นักชัตตกษ์								
วันที่สะดวก	4.22±0.32		4.01±0.41		4.26±0.46		4.27±0.35	
ฤดูที่ชอบดำน้ำ								
ฤดูร้อน	3.99±0.54	0.001*	3.99±0.58	0.034*	3.96±0.66	0.026*	4.02±0.58	<0.001*
ฤดูฝน	3.40±0.00		3.71±0.00		3.73±0.00		2.97±0.00	
ฤดูหนาว	4.37±0.26		4.29±0.24		4.32±0.28		4.45±0.34	
ระดับของ								
บัตรดำน้ำ								
ไม่มีบัตร	3.93±0.64	0.148	3.83±0.64	<0.001*	3.84±0.83	0.034*	4.06±0.87	0.132
Open	4.03±0.45		4.07±0.49		4.05±0.49		3.98±0.52	

ปัจจัย	ความพึงพอใจ							
	โดยรวม		แหล่งดำน้ำ		ผู้ประกอบการ		แหล่งท่องเที่ยว	
	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P	$\bar{X} \pm SD$	P
Water								
Diver								
Adventure	4.07±0.48		4.37±0.40		4.05±0.51		3.94±0.54	
Diver								
Advanced	4.14±0.43		4.21±0.47		4.12±0.44		4.14±0.44	
Diver								
Rescue	4.33±0.03		4.32±0.20		4.27±0.21		4.38±0.16	
Diver								
Master	4.30±0.00		3.86±0.00		4.15±0.00		4.63±0.00	
Scuba Diver								
Instructor	4.16±0.47		3.95±0.73		4.21±0.61		4.22±0.23	
Scuba Diver								
ค่าใช้จ่าย								
ท่องเที่ยว								
ต่อครั้ง								
(บาท)								
≤10,000	4.02±0.63	0.920	3.93±0.66	0.023*	3.98±0.77	0.988	4.10±0.63	0.169
10,001-20,000	3.99±0.40		4.06±0.47		3.99±0.44		3.96±0.48	
20,001-30,000	4.04±0.48		4.20±0.35		3.96±0.67		4.03±0.58	
>30,000	3.98±0.36		4.05±0.44		3.95±0.30		3.97±0.51	

หมายเหตุ: *One-way ANOVA, statistically significant at p-value <0.05.

4.5.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวม ความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำ ความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ และความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก

ความพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจำนวนคืนที่เข้าพักในแหล่งท่องเที่ยว ($r=0.110$) และจำนวนการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกต่อปี ($r=0.120$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจด้านแหล่งน้ำ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจำนวนการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกต่อปี ($r=0.100$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจำนวนครั้งของประสบการณ์การดำน้ำลึก ($r=0.116$) และจำนวนการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกต่อปี ($r=0.127$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจำนวนคืนที่เข้าพักในแหล่งท่องเที่ยว ($r=0.158$) จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน ($r=0.138$) และจำนวนจุดดำน้ำลึกต่อวัน ($r=0.099$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก

ปัจจัย	Pearson Correlation Coefficient			
	โดยรวม	แหล่งดำน้ำ	ผู้ประกอบการ	แหล่งท่องเที่ยว
จำนวนคืนที่เข้าพักในแหล่งท่องเที่ยว (คืน)	0.110*	0.043	0.061	0.158*

ปัจจัย	Pearson Correlation Coefficient			
	โดยรวม	แหล่งดำน้ำ	ผู้ประกอบการ	แหล่งท่องเที่ยว
จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน (คน)	0.098	-0.014	0.083	0.138*
จำนวนประสบการณ์การดำน้ำลึก (ครั้ง)	0.098	0.086	0.116*	0.059
จำนวนประสบการณ์ระยะเวลาการดำน้ำลึก (ปี)	-0.039	0.064	-0.008	-0.106
จำนวนจุดดำน้ำลึกต่อวัน (จุด)	0.049	0.016	-0.001	0.099*
จำนวนการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกต่อปี (ครั้ง)	0.120*	0.100*	0.127*	0.090

หมายเหตุ: *Statistically significant at p-value <0.05.

4.6 ปัจจัยทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกประเทศไทย

การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยสามารถทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยได้ ตามภาพที่ 4.4

การวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว และฤดูที่ชอบท่องเที่ยว สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 7.4

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำ ได้แก่ ระดับของบัตร์ดำน้ำ และจำนวนดำน้ำต่อปี สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 5.7

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว และระดับของบัตร์ดำน้ำ สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 6.0

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ฤดูที่ชอบท่องเที่ยว และจำนวนคน สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 11.3

ภาพที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว และฤดูที่ชอบท่องเที่ยว สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 7.4 ($R^2=0.074$, $p<0.001$) โดยฤดูที่ชอบท่องเที่ยวสามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมได้มากที่สุด ($\beta=0.374$) รองลงมาคือ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ($\beta=0.114$) ตามลำดับ

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำ ได้แก่ ระดับของบัตรดำน้ำ และจำนวนดำน้ำต่อปี สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 5.7 ($R^2=0.057$, $p<0.001$) โดยระดับของบัตรดำน้ำสามารถทำนายความพึงพอใจได้มากที่สุด ($\beta=0.098$) รองลงมาคือ จำนวนดำน้ำต่อปี ($\beta=0.068$) และ ตามลำดับ

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว และระดับของบัตรดำน้ำ สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 6.0 ($R^2=0.060$, $p<0.001$) โดยช่วงเวลาที่ชอบท่องเที่ยวสามารถทำนายความพึงพอใจได้มากที่สุด ($\beta=0.130$) รองลงมาคือ ระดับของบัตรดำน้ำ ($\beta=0.095$) ตามลำดับ

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ฤดูที่ชอบท่องเที่ยว และจำนวนคน สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 11.3 ($R^2=0.113$, $p<0.001$) โดยฤดูที่ชอบท่องเที่ยวสามารถทำนายความพึงพอใจได้มากที่สุด ($\beta=0.438$) รองลงมาคือ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ($\beta=0.138$) และจำนวนคนที่ท่องเที่ยวด้วยกัน ($\beta=0.020$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกประเทศไทย

ปัจจัย	β	t	p-value	R^2	F	p
ความพึงพอใจโดยรวม						
ช่วงท่องเที่ยว	0.114	0.029	<0.001*	0.074	15.729	<0.001*
ฤดู	0.374	0.109	0.001*			
Constant	3.042					
ความพึงพอใจ: ด้านแหล่งดำน้ำ						
บัตรดำน้ำ	0.098	0.024	<0.001*	0.057	18.595	<0.001*
จำนวนครั้งต่อปี	0.068	0.031	<0.001*			
Constant	3.791					
ความพึงพอใจ: ด้านผู้ประกอบการ						
ช่วงท่องเที่ยว	0.130	0.036	<0.001*	0.060	12.158	<0.001*

บัตรดำน้ำ	0.095	0.029	0.001*			
Constant	3.660					
ความพึงพอใจ: ด้านแหล่ง						
ท่องเที่ยว						
ช่วงท่องเที่ยว	0.138	0.030	<0.001*	0.113	16.721	<0.001*
ฤดู	0.438	0.108	<0.001*			
จำนวนคน	0.020	0.006	0.002*			
Constant	2.786					

หมายเหตุ: *Statistically significant at p-value <0.05.

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และค้นหาปัจจัยคัดค้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึก ณ แหล่งดำน้ำลึกในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ช่วงเดือน มิถุนายน ถึง กรกฎาคม 2563 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อแสดงลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์ T-test, One-way ANOVA และ Correlation Coefficient หลังจากนั้นวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลสามารถทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย โดยใช้สถิติ Multiple regression ซึ่งจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน ได้ดังนี้

5.1 ลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้านน้ำ

นักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-40 ปี ร้อยละ 82.9 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 55.2 และสมรส ร้อยละ 38.8 นักท่องเที่ยวมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 60.5 โดยประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ร้อยละ 21.6 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 16.4 ตามลำดับ และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 59.7 โดยส่วนสัดส่วนของอายุของนักท่องเที่ยวด้านน้ำ สอดคล้องกับการศึกษาของ O'Neill (2000) และ นรารัตน์ จันทรวาสน์ (2556) ที่พบว่านักท่องเที่ยวด้านน้ำมีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปีมากที่สุด ร้อยละ 53.7 และ 48.3 ตามลำดับ สัดส่วนของเพศสอดคล้องกับการศึกษาของ เปมิกา เทสภีรติ (2549) พบว่า นักดำน้ำที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

มากกว่าเพศชาย แต่ไม่สอดคล้องกัน โดยการศึกษาของ O'Neill (2000) พบนักท่องเที่ยวดำน้ำเพศชาย ร้อยละ 65.7 นรารัตน์ จันทรวาสน์ (2556) พบนักท่องเที่ยวดำน้ำเพศชาย ร้อยละ 55.9 และ Joanne Edney (2012) พบว่าเป็นนักดำน้ำเพศชายถึงร้อยละ 73 แต่มีอายุระหว่าง 45-54 ปี จากการศึกษาดังกล่าวมีการเก็บแบบสอบถามจากพื้นที่ท่องเที่ยวโดยตรง แต่การศึกษานี้ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งลักษณะทางประชากรอาจพบว่าเพศหญิงจะมีการเล่น social media มากกว่าเพศชาย ดังนั้นจึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันทางด้านสัดส่วนระหว่างเพศชายและเพศหญิง อย่างไรก็ตามในส่วนของการศึกษา อาชีพ และรายได้นั้น ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ นรารัตน์ จันทรวาสน์ (2556) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำจะมีระดับการศึกษาอยู่ในช่วง ปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 53.0 ประกอบการชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 43.5 และมีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-50,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 53.3 เช่นเดียวกันกับ Joanne Edney (2012) พบว่านักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า และมีรายได้ค่อนข้างสูง อธิบายไว้ว่า นักดำน้ำที่มีอายุมากกว่ามีความสัมพันธ์กับรายได้ที่มากขึ้นที่ Dimmock (2007) กล่าวว่า นักดำน้ำส่วนใหญ่จึงเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง เนื่องจากการท่องเที่ยวดำน้ำลึกค่อนข้างจะมีค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก โดยทั่วไปแล้วนักดำน้ำจำเป็นต้องมีการเรียนดำน้ำ ต้องอาศัยประสบการณ์ดำน้ำ ต้องใช้อุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดำน้ำลึก จากงานวิจัยของ Joanne Edney (2012) มีการศึกษานักท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือเพื่อไปดำน้ำจึงมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับสถานที่ดำน้ำอื่นๆ ทั่วโลกสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวดำน้ำลึกเป็นการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ค่าใช้จ่ายจะแตกต่างออกไปตามแหล่งดำน้ำและประสบการณ์ดำน้ำของนักดำน้ำแต่ละคน การท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทยมีความหลากหลายจึงจัดเป็นแหล่งดำน้ำที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนักทำให้สามารถพบนักดำน้ำช่วงอายุค่อนข้างกว้าง นักดำน้ำทุกระดับสามารถเข้าถึงได้ง่าย

5.1.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำ

การศึกษาระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกโดยใช้แบบสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวมักจะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากที่สุด ร้อยละ 38.1 รองลงมาคือท่องเที่ยวกับเพื่อนและคนรัก เท่ากับร้อยละ 34.3 และ 11.9 ตามลำดับ แตกต่างจากการศึกษาของ นรารัตน์ จันทรวาสน์ (2556) เล็กน้อยที่พบว่านักท่องเที่ยวดำน้ำส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 73.1 ชอบท่องเที่ยวกับเพื่อน และมีเพียงร้อยละ 8.7 ที่ชอบท่องเที่ยวกับครอบครัว อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวดำน้ำมีแนวโน้มที่จะชอบท่องเที่ยวเป็นกลุ่มมากกว่าท่องเที่ยวคนเดียว อาจเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มจะได้แลกเปลี่ยนพูดคุยและทำให้มีความสุขความสนุกสนานมากกว่าท่องเที่ยวคนเดียว

เดียว สอดคล้องกับการศึกษาของ Carter (2008) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีความพึงพอใจและชอบท่องเที่ยวดำน้ำกับเพื่อนดำน้ำ (dive buddies) และการได้พบปะและผูกมิตรกับผู้คนในสังคม

ส่วนช่วงเวลาที่ชอบท่องเที่ยวมากที่สุดคือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ในสัดส่วนที่เท่ากับ คือร้อยละ 43.3 สอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐภูมิ หิรัญวิทย์ (2553) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมักจะชอบดำน้ำในช่วงวันหยุดมากกว่าวันปกติ และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุนิษา เพ็ญทรัพย์ (2555) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชอบเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์มากกว่าวันจันทร์-ศุกร์ ทั้งนี้อธิบายได้ว่า ช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์เป็นช่วงเวลาที่ทุกคนว่างเว้นจากการทำงานและสะดวกต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในลักษณะทำงานประจำ เช่น พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือนักเรียนนักศึกษา ซึ่งอาชีพเหล่านี้จะมีวันหยุดประจำสัปดาห์ดังกล่าว จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวมากกว่าวันปกติ ประกอบกับในช่วงฤดูร้อน เป็นช่วงเวลาพักผ่อนหรือวันหยุดประจำปีของคนไทย อีกทั้งเป็นช่วงฤดูที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวทางทะเล ทำให้นักท่องเที่ยวชอบท่องเที่ยวในฤดูร้อนมากที่สุด เท่ากับร้อยละ 93.3 และสถานที่ที่เคยดำน้ำมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เกาะสมุย เกาะเต่า และหมู่เกาะสิมิลัน เท่ากับร้อยละ 44.8, 36.6 และ 17.9 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีจำนวนคนที่เข้าพักเฉลี่ย 3 วัน มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 6 คน มีประสบการณ์การดำน้ำลึกเฉลี่ย 22 ครั้ง สูงสุดถึงกว่า 1,000 ครั้ง มีประสบการณ์ดำน้ำมาแล้วเฉลี่ย 4 ปี สูงสุด 22 ปี จุดดำน้ำเฉลี่ยต่อวัน 2 จุด สูงสุด 9 จุดต่อวัน และในหนึ่งปีเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อดำน้ำเฉลี่ย 3 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวมีบัตรดำน้ำ ร้อยละ 61.2 ซึ่งอยู่ในระดับ Open Water Diver มากที่สุด ร้อยละ 42.5 รองลงมาคือระดับ Advanced Open Water Diver ร้อยละ 8.3 และระดับ Adventure Diver ร้อยละ 6.0 ส่วนค่าใช้จ่ายในการดำน้ำเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วงน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 51.5 และอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 29.9 ตามลำดับ โดยลักษณะด้านประสบการณ์ดำน้ำลึกนั้นใกล้เคียงกับการศึกษาของ นรารัตน์ จันทรวาสน์ (2556) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับขั้นดำน้ำลึกระดับ Open water diver มากที่สุด ร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ Advanced open diver water ร้อยละ 29.0 ประสบการณ์ดำน้ำลึกอยู่ในช่วง 1-5 ปี ร้อยละ 31.7 มีจำนวนครั้งของการดำน้ำลึก 1-5 ไตฟ์ ร้อยละ 30.9 แต่มีความแตกต่างจากการศึกษาวิจัยของ Joanne Edney (2012) พบว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีประสบการณ์ดำน้ำมากกว่า 100 ไตฟ์ เป็นจำนวนมากถึงร้อยละ 90 นักดำน้ำกว่าครึ่งที่มีประสบการณ์ดำน้ำสูงกว่า 500 ไตฟ์ นักดำน้ำส่วนใหญ่เคยดำน้ำมาแล้วมากกว่า 10 ปี และมีบัตรดำน้ำในระดับ Divemaster ขึ้นไป ซึ่งอธิบายว่า การดำน้ำในแหล่งดำน้ำลึกที่เป็นซากเรือ นั้น นักดำน้ำจะต้องมีประสบการณ์และระดับบัตรดำน้ำที่สูงกว่าการดำน้ำทั่วไป เนื่องจากการดำน้ำในจุดดำน้ำที่เป็นซากเรือเป็นการดำน้ำที่มีความท้าทายมากขึ้น จำเป็นต้องมีทักษะที่ดี การฝึกอบรมในระดับที่สูง และประสบการณ์ดำน้ำที่มากกว่าการดำน้ำลึกปกติ

ทั่วไป ทั้งนี้ลักษณะของนักท่องเที่ยวด้านน้ำของการศึกษานี้แตกต่างจากการศึกษาปัจจุบันอาจเกิดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของบัตรด้านน้ำแตกต่างกัน รวมทั้งใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน จากข้อมูลข้างต้นสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ลักษณะของแหล่งด้านน้ำที่มีความยากง่ายสามารถเป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวด้านน้ำได้ จึงเห็นได้ว่า แหล่งด้านน้ำในประเทศไทยมีความหลากหลายทั้งยากและง่ายทำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกระดับ

5.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำในประเทศไทย

5.2.1 ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวด้านน้ำ

การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยนักท่องเที่ยวมีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมากนัก โดยความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.04$) รองลงมาคือ ด้านแหล่งด้านน้ำ ($\bar{X}=4.01$) และด้านผู้ประกอบการด้านน้ำ ($\bar{X}=3.98$) ตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ปฐมพงษ์ ก้อยสตา (2548) จากงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ดโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ประกอบด้วย ด้านสถานที่ ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านบริหารจัดการ และด้านบุคลากร และสอดคล้องกับการศึกษาของ รัฐภูมิ หิรัญวิทย์ (2553) ที่นักท่องเที่ยวด้านน้ำมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยมีการประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างจากงานวิจัยของ วิชาน จินากักดี (2555) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเอราวัณอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการวัดความพึงพอใจ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นธรรมชาติ ด้านการจัดการ ด้านบริการบุคลากร และด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก โดยความพึงพอใจด้านความเป็นธรรมชาติ และด้านการจัดการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านบริการบุคลากร และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง อธิบายได้ว่า การท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณนั้นเป็นกิจกรรมที่ไม่โลดโผน เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ ชมธรรมชาติที่สวยงามซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวผ่อนคลายและได้สูดอากาศที่บริสุทธิ์ ส่วนการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำในวิจัยนี้ มีการวัดความพึงพอใจ ทั้งหมด 7 ด้าน อันประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของผู้ประกอบการด้านน้ำ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง ด้านความปลอดภัย และด้านที่พัก ซึ่งจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวด้านน้ำ จำเป็นต้องมีการประเมิน

ความพึงพอใจด้านกิจกรรม ด้านผู้ประกอบการ ด้านความปลอดภัย ด้านการเข้าถึง และด้านที่พัก เนื่องจากการท่องเที่ยวจำเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเลในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องมีทักษะหรือความชำนาญในการทำกิจกรรมที่อาศัย ความอดทน การเสี่ยงภัย ในสถานที่ที่ห่างไกลหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษที่มีชื่อเสียง ด้านความงามและองค์ประกอบของธรรมชาติ (ปัญญา เทียนนาวา, 2554 และ กิตติศักดิ์ ศรีวรพจน์, 2552) และจำเป็นจะต้องมีร่างกายที่พร้อมกับการท่องเที่ยว มีอุปกรณ์และมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อการทำกิจกรรม มีผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการที่พร้อมให้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องมีการพัฒนาและเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการ นักท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องมีทั้งทางด้านบริการ ด้านอุปกรณ์ และด้านความปลอดภัย ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงกว่าการท่องเที่ยวในลักษณะพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การท่องเที่ยวชมธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติที่ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะ ความชำนาญ อุปกรณ์ รวมทั้งมาตรการรักษาความปลอดภัยและไม่จำเป็นต้องพึ่งพาบริการจากผู้ประกอบการมากนัก ส่งผลให้ผู้ประกอบการหรือบุคลากรไม่จำเป็นต้องพัฒนาบริการหรือเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับ นักท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมได้ค้นพบโดยสรุปว่า การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความสวยงามและมีการทำ กิจกรรมเชิงผจญภัยทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตื่นเต้น ทำท่าย พบเจอประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบ กับมีผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการที่มีความพร้อมทั้งด้านบริการ อุปกรณ์ และความปลอดภัย ส่งผล ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ

5.2.2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งดำน้ำ

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งดำน้ำอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจเกี่ยวกับ ความสวยงามใต้ท้องทะเลมากที่สุด ($\bar{X}=4.34$) รองลงมาคือมีความพึงพอใจด้านจำนวนสัตว์ทะเลและ สิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล ($\bar{X}=4.25$) และทัศนวิสัยใต้น้ำ ($\bar{X}=4.10$) ตามลำดับ ส่วนเรื่องที่ทำให้นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ การพบเห็นสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก ($\bar{X}=3.78$) สอดคล้องกับ การศึกษาของ O'Reilly (1982) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความคาดหวังที่ชัดเจนในด้านของ ทัศนวิสัยใต้น้ำ สิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล และการเข้าถึงแหล่งดำน้ำ โดยการศึกษา MacCarthy, O'Neil และ Williams (2006) พบว่านักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านของความใสของน้ำทะเล ประเภท สี สัน สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลทั้งปริมาณและสิ่งมีชีวิตที่พบได้ยาก และยังสอดคล้องกับการศึกษา ของ Paterson (2012) ที่พบว่านักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ หลายด้าน โดยเฉพาะใน ส่วนของความสมบูรณ์ของแนวปะการัง สภาพที่ง่ายต่อการดำน้ำ สภาพการมองเห็นใต้น้ำที่ดี การ

มองเห็นแนวปะการัง ทิวทัศน์ใต้น้ำที่เป็นเอกลักษณ์ และสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Phirum Kunthea (2016) พบว่า วิสัยทัศน์ใต้น้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ส่วนสิ่งแวดล้อมใต้ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่สวยงาม ปลาานานาสายพันธุ์และปะการังเป็นสิ่งสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในภาพรวม แต่การวิจัยยังพบว่า นักดำน้ำมีความไม่พึงพอใจกับสภาพอากาศมากที่สุด ในช่วงฤดูฝนทำให้บรรยากาศกลางทะเลเลมิดลื่นลม เมฆครึ้ม หรือมีฝนตก ซึ่งอาจเกิดคลื่นใต้น้ำที่มีผลกับความปลอดภัยของนักดำน้ำเป็นอย่างยิ่ง (Ince & Bowen, 2011) นอกจากนี้ ข้อมูลการศึกษาดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ลักษณะแหล่งท่องเที่ยวใต้น้ำเป็นมิติที่สำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก (Thirumoorathi, 2013) การรักษาสมดุลทางนิเวศวิทยาของสิ่งมีชีวิตในทะเลและแนวปะการัง จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งและสำคัญที่สุดในการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก ความสมบูรณ์สวยงามใต้ท้องทะเลเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ดียิ่ง ประกอบกับทัศนวิสัยเพื่อให้ นักดำน้ำมองเห็นความสวยงามได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ประเทศไทยมีทะเลสองฝั่งทั้งทะเลฝั่งอ่าวไทยและอันดามันที่เหมาะสมแก่การเลือกดำน้ำได้ตลอดทั้งปี สภาพอากาศของประเทศไทยจึงไม่ใช่อุปสรรคของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

5.2.3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในความเป็นมิตรของผู้ประกอบการมากที่สุด ($\bar{X}=4.12$) รองลงมาคือพึงพอใจในการส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพ ($\bar{X}=4.10$) มีความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน ($\bar{X}=4.10$) และผู้ฝึกสอนดำน้ำและผู้ประกอบการผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี ($\bar{X}=4.08$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ การบริการที่รองรับนักดำน้ำรุ่นเยาว์ ($\bar{X}=3.75$) สอดคล้องกับกับ รัฐภูมิ หิรัญวิทย์ (2553) พบว่า นักท่องเที่ยวใต้น้ำมีความพึงพอใจต่อคุณภาพและมาตรฐานของผู้ฝึกสอนดำน้ำที่สามารถให้คำแนะนำให้กับนักท่องเที่ยวจึงต้องมีความรู้ความชำนาญ มีการบริการดูแลเอาใจใส่ รวมทั้งนักท่องเที่ยวใต้น้ำมีความพึงพอใจต่อคุณภาพและมาตรฐานของอุปกรณ์ดำน้ำ เช่นเดียวกันกับ ปฐมพงษ์ กือสตาร์ (2548) กล่าวว่า ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และการตัดสินใจ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างยิ่ง ทักษะดังกล่าวเป็นทักษะในการบริการที่มีความสำคัญมากต่อผู้ประกอบการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Cater (2008) ที่พบว่าประสิทธิภาพในการทำงานและความเป็นมิตรของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก โดย Thirumoonrthi (2013) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใต้น้ำจะเกี่ยวข้องกับการบริการของผู้ประกอบการดำน้ำทั้งด้านคุณภาพการบริการและความพร้อมของบริการ เช่น เรือ อุปกรณ์ ความปลอดภัย และ

บุคลากรผู้ดูแล เป็นต้น นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการแบ่งกลุ่มองค์ประกอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกของ Ince และ Bowen (2011) ที่พบว่า องค์ประกอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก ได้แก่ 1) องค์ประกอบทางเทคนิค เช่น อุปกรณ์ ราคา เรือที่ใช้ดำน้ำ 2) องค์ประกอบการทำงาน เช่น การบริการบนเรือ ความปลอดภัย และบริการเสริม 3) องค์ประกอบด้านประสบการณ์ เช่น สิ่งมีชีวิตใต้ทะเล การเรียนรู้ สังคม การเดินทาง และความคาดหวัง โดยองค์ประกอบทั้ง 3 ล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจของนักดำน้ำเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่านักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกจะมีความพึงพอใจกับความเป็นมิตรของผู้ประกอบการ การบริการ ความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน และผู้ฝึกสอนดำน้ำ ดังนั้นการบริการของผู้ประกอบการจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ไม่น้อยไปกว่าแหล่งดำน้ำและความสมบูรณ์ของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล

5.2.4 ความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X}=4.13$) รองลงมาคือด้านที่พัก ($\bar{X}=4.08$) ด้านการเข้าถึง ($\bar{X}=4.07$) ด้านความปลอดภัย ($\bar{X}=4.06$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=3.89$) สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$) รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.16$) และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.15$) ตามลำดับ ส่วนสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ($\bar{X}=3.76$) สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริพร คงจินดา (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือด้านกิจกรรมท่องเที่ยว การคมนาคม ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านที่ต่ำที่สุดคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ปฐมพงษ์ ก้อนสตาร์ (2548) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยมีความพึงพอใจในด้านสถานที่เป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากความสวยงามของแหล่งธรรมชาติซึ่งเป็นสถานที่ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย ขายหาดและน้ำทะเลที่ใสสะอาด บรรยากาศดี รวมทั้งอากาศบริสุทธิ์ และสอดคล้องกับกับอัจฉรา น้อยเนตร และพิมพ์มาดา วิชาศิลป์ (2559) พบว่า ความสวยงามของทัศนียภาพ ทะเลและหาดทรายที่มีชื่อเสียงระดับโลก ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายเป็นความสุขโดยรวมที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง เช่นเดียวกันกับ ณัฐริการ์ ปานมาศ (2560) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงจะได้รับการปรับปรุงในด้านการบริการต่างๆ รวมถึงการให้ความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกิดความตื่นตัว แหล่งที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำได้รับการ

ปรับปรุงให้มีความปลอดภัย ใช้อุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานสากล มีความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน มีการปรับปรุงชายหาด ร้านอาหารเครื่องดื่ม ที่พักให้สอดคล้องกัน พร้อมทั้งจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยความประทับใจ เกิดการบอกต่อ และมาเที่ยวซ้ำ โดยจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการจัดองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) ของ Tourism Western Australia (2008) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก

5.3 ปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึก

จากแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ อันเป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับขนาดโครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงของประชากรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (ภัทรนัย พิริยธนะภัทร, 2559) โดยปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นิยมนำมาเป็นเกณฑ์ในการศึกษาการแบ่งส่วนการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) และมักจะมีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.3.1 เพศกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำนํ้าลึก

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกันโดยเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใกล้เคียงกันในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับ วิธาน จินาภักดิ์ (2555) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้ เนื่องจากกิจกรรมมีความหลากหลายในการพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวจึงสามารถเลือกกิจกรรมต่างๆได้ตามความชอบของตน และได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ในปัจจุบัน บุคคลทุกเพศมีความเท่าเทียมกันและมีความเป็นอิสระในการศึกษาหาโอกาสและประสบการณ์ต่างจากยุคก่อนๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริพร คงจินดา (2552) ที่ไม่พบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง อธิบายได้ว่า แม้เพศจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สามารถแยกการตอบสนองต่อสินค้าหรือบริการ อันเกิดจากความแตกต่างทางความคิด ค่านิยม วิถีคิด การตัดสินใจ และทัศนคติที่ต่างกันระหว่างเพศชายและหญิง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) โดยการศึกษาของ อาภาภรณ์ หาไสะ (2560) พบว่า เพศหญิงจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อสังคมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะมากกว่าเพศชาย แต่จากผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างของความพึงพอใจระหว่างเพศชายและหญิง อธิบายได้ว่า เนื่องจากความคาดหวังที่สำคัญของการดำน้ำ

ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ความสวยงามของทิวทัศน์ได้น้ำและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล ซึ่งทั้งเพศชายและหญิงต่างมีเป้าหมายและความคาดหวังเดียวกัน ประกอบกับการจะเข้าถึงแหล่งดำน้ำนั้นได้ต่างต้องใช้บริการจากผู้ให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมท่องเที่ยวแบบครอบครัวหรือเป็นกลุ่มมากกว่าท่องเที่ยวคนเดียว ซึ่งการที่จะเลือกสถานที่ดำน้ำ แหล่งท่องเที่ยว หรือผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการปรึกษาพูดคุยและตัดสินใจร่วมกัน

ดังนั้น นักท่องเที่ยวดำน้ำไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิงจึงมีจุดมุ่งหมายและความคาดหวังเหมือนกัน ทำให้ความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน แตกต่างกับการบริโภคสินค้าและบริการทั่วไปในตลาด หรือสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งที่มีความเฉพาะเจาะจงกับเพศบางเพศ เช่น ที่ท่องเที่ยวที่ถ่ายรูปลสวยๆ เช่น คาเฟ่ หรือชายทะเล เพศหญิงอาจมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ตัวอย่างการศึกษาของ สุภาพ ประภาสวัสด์ (2554) ศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ หาดบางแสน พบว่า เพศหญิงจะมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสนสูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และงานวิจัยของ ปฐมพงษ์ ก้อยสตาร์ (2548) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวผจญภัยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านกิจกรรมแตกต่างกัน โดยเพศชายมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศหญิง เนื่องจากกิจกรรมผจญภัยมีการท้าทายความสามารถน้อย กิจกรรมผจญภัยสำหรับเพศชายต้องมีความท้าทายมากยิ่งขึ้น เช่น ไต่คลื่น ปีนผา เดินป่า เป็นต้น รัฐภูมิ หิรัญวิทย์ (2553) ได้ทำการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการธุรกิจดำน้ำที่มีเพศแตกต่างกันส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดที่ต่างกัน โดยพบว่า เมื่อแยกเป็นด้านย่อย เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ซึ่งได้อธิบายว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจ เพศหญิงมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ สถานที่ บุคลากร การให้บริการ การนำเสนอทางกายภาพ น้อยกว่าเพศชาย

กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศชายมีความคาดหวังในด้านการให้บริการจากแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการดำน้ำ ความสะอาด ความสวยงาม ความสะดวกสบายของแหล่งดำน้ำ รวมถึง การคำนึงถึงความปลอดภัย การถ่ายทอดความรู้ของผู้สอนดำน้ำ และยังคงคาดหวังเกี่ยวกับการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี การมีมารยาท ความสุภาพเรียบร้อยของผู้ให้บริการ แตกต่างจากนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับราคา การส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นการตระหนักในด้านคุณภาพและราคาที่จะตอบสนองความพึงพอใจจากการได้รับบริการ

สรุปได้ว่า โลกในยุคปัจจุบันมีความทัดเทียมกันของเพศชายและเพศหญิงในการแสดงออก การหาประสบการณ์ โอกาส การศึกษา รวมถึงการทำกิจกรรมและการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวดำน้ำลึกจะเป็นกิจกรรมผจญภัยที่มีความท้าทายสูง แต่จะต้องได้รับการเรียนรู้ศึกษาวิธีการ

ดำนํ้ามาก่อนการดำน้ำจึงส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

5.3.2 อายุกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

จากการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจโดยรวม ($p=0.034$) และความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ($p<0.001$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่กลุ่มอายุน้อยกว่าจะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมมากกว่า ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงานจะมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอายุน้อย เช่นเดียวกันกับ รัฐภูมิ หิรัญวิทย์ (2553) สนับสนุนด้วยผลการวิจัย กล่าวว่า ช่วงอายุวัยรุ่นตอนต้นจนถึงวัยรุ่นตอนปลายจะได้รับแรงจูงใจตามกลุ่มเพื่อนก่อให้เกิดความพึงพอใจ กลุ่มเพื่อนจะมีผลต่อกลุ่มวัยรุ่นด้วยกันเองที่เป็นอิทธิพลในการคิด การตัดสินใจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้วัยรุ่นยังเป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็น คึกคะนอง ชอบความเร้าใจ ความตื่นเต้น ชื่นชอบการผจญภัย รวมถึงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจสำหรับวัยรุ่นในการดำน้ำด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของ สุภาพ ประภาสสวัสดิ์ (2554) ที่พบว่า อายุที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติและความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำโดยส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ชอบทะเล ชอบความตื่นเต้นท้าทาย ความแปลกใหม่ และรักสุขภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ สิตางค์ กาญจนพรหม (2555) ที่พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลแตกต่างกัน อธิบายได้ว่า อายุที่แตกต่างกันย่อมมีทัศนคติที่ต่างกันไป วัยรุ่นจะมีทัศนคติและค่านิยมที่แตกต่างไปจากวัยผู้ใหญ่และวัยทำงาน ประกอบกับผู้มีอายุมากกว่าจะมีประสบการณ์และองค์ความรู้ที่มากกว่า ย่อมส่งผลต่อระดับความพึงพอใจและการตัดสินใจต่างๆ

ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่อายุน้อยจะมีประสบการณ์การท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ อาจได้ไปเที่ยวหรือดำน้ำลึกในสถานที่ต่างๆ กันน้อยกว่า ประกอบกับกลุ่มอายุน้อยจะเป็นวัยที่มีความสนุกสนานร่าเริง ทำให้มีทัศนคติด้านการท่องเที่ยวที่ดีกว่า มองโลกในแง่ดีกว่ากลุ่มอายุมาก ทำให้มีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มอายุน้อย อาจมีความต้องการและความคาดหวังในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจ รวมถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอายุมาก จึงอาจทำให้ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวต่ำกว่ากลุ่มอายุมากมีความคาดหวังในด้านแหล่งท่องเที่ยวไม่มากเท่ากับกลุ่มอายุน้อย โดยกอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) กล่าวว่า อายุมีผลต่อความคิดและการแสดงออกของพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุน้อยค่อนข้างมีความคิดเสรีนิยม และมองโลกในแง่ดีมากกว่าบุคคลอายุมากที่ค่อนข้างจะมีความคิดแบบอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายกว่าบุคคลที่มีอายุน้อย เนื่องจากผู้ที่มีอายุมากจะมีประสบการณ์ชีวิตที่มากกว่า จึงส่งผลต่อพฤติกรรมและความคิด ดังนั้น ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าจึงมีความพึงพอใจที่มากกว่า

แตกต่างจากงานวิจัยของ วิธาน จินาภักดิ์ (2555) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณไม่แตกต่างกัน โดยอธิบายว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยว น้ำตกจะมาเป็นหมู่คณะซึ่งอาจมาจากเครือญาติหรือครอบครัวเดียวกัน หรือเป็นกลุ่มเพื่อนที่มีความสนิทสนมกัน จึงส่งผลให้ระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันแม้จะมีอายุต่างกัน และแตกต่างจากการศึกษาของ ณัฐริการ์ ปานมาศ (2560) ที่พบว่า แม้อายุจะต่างกันแต่ระดับความพึงพอใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุยไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากลักษณะกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยการศึกษาดังกล่าวคือนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำ ที่ประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวดำน้ำตื้น นักท่องเที่ยวดำน้ำลึก ไดคัลลีน เจ็ตสกี ไม่ได้สอบถามความพึงพอใจเฉพาะนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกเพียงกลุ่มเดียว ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะมีนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มอายุทำให้ไม่พบความแตกต่างของความพึงพอใจระหว่างอายุ

5.3.3 สถานภาพสมรสกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

จากการศึกษาพบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแล้วจะมีความพึงพอใจในทุกด้านสูงกว่ากลุ่มหย่าร้าง/หม้าย และกลุ่มโสด ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐริการ์ ปานมาศ (2560) และ สุภาพ ประภาสวัสดี (2554) ที่พบว่า ความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันตามสถานภาพสมรส และ สอดคล้องกับ ฐปนี สุวรรณฉัตรชัย (2542) และ นรินทร์สิริ เชียงพันธ์ (2560) ที่พบว่า สถานภาพโสดหรือสมรสมีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมท่องเที่ยว อธิบายได้ว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสดจะมีความสามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเองอย่างอิสระ แตกต่างจากผู้ที่มีสถานะหย่าร้าง/หม้าย ที่อาจมีบุตรหรือผู้ติดตาม รวมทั้งผู้ที่มีสถานภาพสมรสที่ต้องมีคู่สมรสเป็นผู้ร่วมตัดสินใจทำให้เกิดความกังวลในภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ รวมถึงความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกับคนรัก จึงส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีความต้องการและคาดหวังต่ำกว่ากลุ่มอื่นๆ มีสิทธิในการเลือกและตัดสินใจที่ง่ายกว่า จึงทำให้ความพึงพอใจดีกว่าในทุกๆ ด้าน และเป็นกลุ่มที่ยินดีที่จะบอกต่อถึงความพึงพอใจ พร้อมทั้งแนะนำผู้คนที่รู้จักให้มาท่องเที่ยว สนับสนุนด้วยการศึกษาของ รัฐภูมิ หิรัญวิทย์ (2553) ที่พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลที่สุดที่ทำให้เลือกใช้บริการกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา คือ คู่รัก/เพื่อน กว่าร้อยละ 42.0 และครอบครัว ร้อยละ 23.5

5.3.4 ระดับการศึกษากับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

จากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p=0.034$) โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำมากกว่ากลุ่มที่มีระดับปริญญาตรีขึ้นไป สอดคล้องกับ

การศึกษาของ ภาวิดา จินะวัฒน์ (2547) และศิริพร คงจินดา (2552) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และการศึกษาของ ศศิธร สามารถ (2545) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูง อธิบายได้ว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มักจะมีอายุน้อยและประกอบอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มอายุและประสบการณ์ ดังนั้น กลุ่มที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรีอาจมีประสบการณ์การดำน้ำน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าที่มีอายุและประสบการณ์ดำน้ำมากกว่า เมื่อกลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีได้มาดำน้ำซึ่งอาจเป็นครั้งแรก เมื่อได้พบกับความสวยงามใต้ท้องทะเล จึงมีโอกาที่จะเกิดความตื่นเต้นและประทับใจสูงกว่า ส่วนผู้ที่มีประสบการณ์สูงและการศึกษาสูง มักจะมีความคาดหวังกับความสวยงามและความสมบูรณ์ของแหล่งดำน้ำ ความมีชื่อเสียง รูปแบบการดำน้ำ หรือองค์ประกอบต่างๆ ที่สูงขึ้น จึงอาจส่งผลให้ความพึงพอใจลดลงหากมีประสบการณ์ที่ไม่ดีหรือผิดหวังจากแหล่งดำน้ำนั้นๆ แต่ไม่สอดคล้องกับ วิธาน จินากักต์ (2555) ที่พบว่า ความรู้สึกในด้านความพึงพอใจไม่เกี่ยวข้องกับระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวทุกคนมีวุฒิภาวะสามารถแสวงหาความสุขและโอกาสได้อย่างทัดเทียมกัน นักท่องเที่ยวต่างมุ่งหวังความสุขจากธรรมชาติในการพัฒนาชีวิตของตน

5.3.5 อาชีพกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

จากการศึกษาพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p=0.003$) สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริพร คงจินดา (2552) ที่พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจในศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ ปฐมลักษณ์ สุขเวชณิษฐ์ (2550) ที่พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยอาชีพที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของ ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ที่พบว่า กลุ่มนักเรียนจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวด้านโบราณสถานและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกับกลุ่มทำงาน ดังนั้นจึงบอกได้ว่า อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน จากการศึกษพบว่า กลุ่มที่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มพนักงานเอกชน จะมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ธุรกิจส่วนตัว หรือนักเรียนนักศึกษา อธิบายได้ว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพในลักษณะของการทำงานประจำจะมีโอกาสในการท่องเที่ยวดำน้ำและวันหยุดในการท่องเที่ยวที่น้อยกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่สามารถเลือกวันในการท่องเที่ยว และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่มากกว่า ดังนั้น จึงส่งผลต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมากย่อมมีความคาดหวังในแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่า จึงส่งผลให้ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ รวมทั้งพนักงานเอกชน มีความ

พึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สูงกว่า แต่ไม่สอดคล้องกับวิชาน จีนาภักดี (2555) ที่พบว่า อาชีพและรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจเกิดความรู้สึกผ่อนคลายจากการทำงานหรือการใช้ชีวิตประจำวัน ครอบครัวและหมู่คณะได้ใช้เวลาในการแสวงหาความสุขจากการท่องเที่ยวธรรมชาติและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

5.3.6 รายได้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก

จากการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจโดยรวม ($p=0.014$) ความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำ ($p<0.001$) และความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ ($p=0.004$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ ศศิธร สามารถ (2545) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยที่สูงขึ้นจะมีระดับความพึงพอใจโดยรวมที่มากกว่า อธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูงขึ้นจะมีกำลังในการจ่ายสำหรับดำน้ำลึกในแหล่งดำน้ำที่มีคุณภาพดีกว่า นักท่องเที่ยวน้อยกว่าเนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ยากและมีค่าใช้จ่ายสูง ความสมบูรณ์ของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลจึงมีมากกว่าแหล่งดำน้ำทั่วไป และผู้ประกอบการที่จะเข้าถึงได้มักจะมีความพร้อมในการให้บริการสูงกว่าผู้ประกอบการทั่วไป ทำให้กลุ่มรายได้สูงสามารถเข้าถึงแหล่งดำน้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์และสวยงามมากกว่า ได้ใช้บริการผู้ประกอบการที่มีคุณภาพและมีความพร้อมดีกว่า จึงมีความพึงพอใจสูงกว่าทั้งทางด้านแหล่งดำน้ำและผู้ประกอบการ สอดคล้องกับการศึกษาของ Wilson (2019) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการจ่ายและเข้าถึง จะมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวสูง และจะมีความพึงพอใจและประสบการณ์ดำน้ำที่น่าจดจำมากกว่า และสนับสนุนด้วยการศึกษาของ เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะมีเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่าและไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีคุณภาพดีกว่า อีกทั้งการศึกษาของ Mill and Morrison (2002) อธิบายว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่าส่วนมากจะเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาที่ยาวนานและเลือกที่พักที่อยู่ในระดับหรูหรา อันจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจที่ดีกว่า สนับสนุนด้วยการศึกษาของ นรารัตน์ จันทรวาสน์ (2556) ศึกษาเกี่ยวกับความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมเพื่อการดำน้ำลึกของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง จะมีความพึงพอใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการดำน้ำ เพื่อประสบการณ์การดำน้ำและแหล่งดำน้ำที่ตนพึงพอใจ นอกจากนี้ Perreault & Dorden (1979) ยังได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลางจะมีความต้องการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำ หากผู้ประกอบการมีการให้บริการดี ราคาถูก และคุ้มค่า ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม รายได้ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กันในเชิงเหตุและผล เนื่องจากบุคคลที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสมิงานระดับสูงและรายได้ที่สูงกว่า กลับกันบุคคลที่มีการศึกษาดำมีโอกาสมิงานระดับสูงค่อนข้างยากทำให้มีรายได้ต่ำไปด้วย โดยหากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อาจประกอบอาชีพเป็นนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ที่ต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า มีอาชีพที่ดีกว่า และมีรายได้ที่สูงกว่า ดังนั้น นักศึกษาที่เพิ่งเริ่มดำน้ำลึก มีประสบการณ์ในการดำน้ำน้อย รวมทั้งเคยท่องเที่ยวตามแหล่งดำน้ำต่างๆ น้อยกว่า ก็จะมีโอกาสเกิดความประทับใจในแหล่งดำน้ำที่เพิ่งเริ่มดำน้ำมากกว่าคนที่มึประสบการณ์มาก

5.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

การวิเคราะห์เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลสามารถทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย พบว่า ความพึงพอใจแต่ละด้านจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลแตกต่างกันไป

5.4.1 ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

โดยปัจจัยการทำนายความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว และฤดูที่ชอบท่องเที่ยว สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ ร้อยละ 7.4 ($R^2=0.074$, $p<0.001$) โดยฤดูที่ชอบท่องเที่ยวสามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวมได้มากที่สุด ($\beta=0.374$) รองลงมาคือ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ($\beta=0.114$) ตามลำดับอธิบายได้ว่า

ฤดูกาลส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก โดยนักท่องเที่ยวที่ชอบท่องเที่ยวในฤดูหนาวจะมีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวในฤดูฝนและฤดูร้อน อาจเนื่องด้วยประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีความเปียบพร้อมและความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยทะเลฝั่งอันดามันได้รับอิทธิพลลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จากมหาสมุทรอินเดีย ส่งผลให้เกิดฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน-เมษายน ส่วนทะเลฝั่งอ่าวไทยได้รับอิทธิพลลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจากประเทศจีนส่งผลให้เกิดฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่เดือน เมษายน-พฤศจิกายน อันส่งผลให้พื้นที่ทางทะเลของไทยมีจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามในช่วงเดือน ธันวาคม-มีนาคม เป็นช่วงที่พายุหมุนเขตร้อนจากทะเลจีนใต้เริ่มอ่อนกำลังลง ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือไม่มีผลกับการท่องเที่ยวทางทะเล ทำให้ช่วงเดือนนี้สามารถไปเที่ยวทะเลได้ทุกพื้นที่ของประเทศไทย (ปรีชณาพร ประมวลสุข 2560) ซึ่งช่วงเดือนดังกล่าวอยู่ในช่วงคาบเกี่ยวระหว่างฤดูหนาวกับฤดูร้อนของไทย โดยจะค่อนข้างมาทางฤดูหนาวเป็นส่วนใหญ่ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวในฤดูหนาวมีความพึงพอใจสูงกว่าฤดูฝนและฤดูร้อน อย่างไรก็ตาม

ฤดูกาลเป็นหนึ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Western 2008) ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยสิ่งดึงดูดใจนั้นสามารถแบ่งเป็น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม หรือสิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชน ดังนั้นฤดูกาลที่แตกต่างกันก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน โดยกิจกรรมการดำน้ำก็จะเหมาะท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวหรือร้อน และถือเป็น low season ในช่วงฤดูฝน สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล ศิวะพิรุฬห์เทพ (2557) ที่พบว่านักท่องเที่ยวในฤดูกาลจะมีความพึงพอใจแตกต่างจากนักท่องเที่ยวนอกฤดูกาล โดยเฉพาะด้านทะเลและชายหาด และการคมนาคม ซึ่งจะแตกต่างกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระบบนิเวศภูเขา เช่น การท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ทางภาคเหนือของไทย เช่น เชียงใหม่ เชียงราย เพชรบูรณ์ จะเหมาะกับการท่องเที่ยวในฤดูฝนและฤดูหนาว และเป็น low season ช่วงฤดูร้อน ส่วนการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น วัดพระแก้ว เมืองเก่าอยุธยา ตลาดน้ำอัมพวา สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เป็นต้น

ช่วงเวลาการท่องเที่ยวส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ชอบเที่ยวช่วงวันจันทร์-ศุกร์ จะมีความพึงพอใจในทุกด้านสูงกว่านักท่องเที่ยววันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ อาจเนื่องมาจากวันจันทร์-ศุกร์ เป็นช่วงวันที่นักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกส่วนใหญ่ปฏิบัติงาน อ้างอิงจากผลการศึกษาที่พบว่า นักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 70.1 มีอาชีพในลักษณะทำงานประจำ เช่น พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 86.6 นิยมมาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จึงส่งผลให้วันจันทร์-ศุกร์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่า มีความแออัดน้อยกว่า อีกทั้งยังส่งผลไปถึงการบริการของผู้ประกอบการที่สามารถดูแลและให้บริการได้ทั่วถึงได้มากกว่า จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ชอบเที่ยววันจันทร์-ศุกร์ มีความพึงพอใจทั้งด้านแหล่งดำน้ำ ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวช่วงเวลาอื่นๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐริการ์ ปานมาส (2561) ที่พบว่า จุดด้อยของการดำน้ำในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวมองเห็น คือ บริเวณจุดดำน้ำมีนักดำน้ำในจำนวนมากเกินไป อันส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก

5.4.2 ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึก

เมื่อพิจารณาปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำ พบว่า ระดับของบัตรดำน้ำ และจำนวนดำน้ำต่อปี สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำของนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกได้ ร้อยละ 5.7 ($R^2=0.057$, $p<0.001$) โดยระดับของบัตรดำน้ำสามารถทำนายความพึงพอใจได้มากที่สุด ($\beta=0.098$) รองลงมาคือ จำนวนดำน้ำต่อปี ($\beta=0.068$) ตามลำดับ อธิบายได้ว่า ปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจและจะตัดสินใจเลือกแหล่งดำน้ำ คือ ปัจจัยเกี่ยวกับการดำน้ำ เช่น อุณหภูมิของน้ำและอากาศ ความสวยงามของสิ่งมีชีวิตที่จะพบได้ทะเล สัตว์หายาก ภูมิทัศน์ใต้ทะเล (ณัฐริการ์

ปานมาส, 2561) รวมไปถึงความมีชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำ ล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีบัตรดำน้ำเพียงร้อยละ 61.1 โดยจัดอยู่ในระดับ Open Water Diver ซึ่งเป็นบัตรที่จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวดำน้ำขั้นพื้นฐานกว่าร้อยละ 42.5 ส่วนนักท่องเที่ยงที่ผ่านการฝึกทักษะดำน้ำที่สูงขึ้น คือ ระดับ Adventure Diver และ Advanced Open Water Diver ซึ่งสามารถดำน้ำลึกได้ เท่ากับร้อยละ 14.3 ส่วนนักท่องเที่ยงในระดับ Recue Diver, Master Scuba Diver และระดับ Instructor Scuba Diver ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นนักดำน้ำมีเพียงร้อยละ 4.4 โดยนักท่องเที่ยงที่มีระดับของบัตรดำน้ำแตกต่างกันก็จะมีประสบการณ์ดำน้ำที่แตกต่างกันไป ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งดำน้ำและความคาดหวังในด้านแหล่งดำน้ำก็จะแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยงที่ไม่มีบัตรดำน้ำมีระดับความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำต่ำที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยงที่มีระดับดำน้ำสูงขึ้นก็จะมีระดับความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกันกับนรารัตน์ จัทรวาสน์ (2556) พบว่า ประสบการณ์ดำน้ำลึกของนักท่องเที่ยงส่วนมากได้มีการเรียนดำน้ำลึกในระดับเบื้องต้น อธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำที่ไม่มีบัตรดำน้ำสามารถดำน้ำได้แค่ในระดับพื้นฐานหรือน้ำตื้น ไม่สามารถดำน้ำลึกได้ จึงทำให้ไม่ค่อยพบสัตว์และสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่แปลกใหม่และไม่ค่อยมีความสุขงามเท่ากับการดำน้ำลึก รวมทั้งลักษณะภูมิประเทศของแหล่งน้ำ เช่น แนวปะการัง แนวหิน แหล่งดำน้ำไม่ค่อยหลากหลาย จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยงที่ไม่มีบัตรดำน้ำหรือมีเพียงบัตรดำน้ำในระดับพื้นฐานมีความพึงพอใจต่ำนักท่องเที่ยวดำน้ำระดับสูง ที่มีโอกาสได้ดำน้ำลึกและพบความหลากหลายของแหล่งดำน้ำ ความสวยงามของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล และภูมิประเทศใต้ทะเลที่แตกต่างกันไป โดยการดำน้ำลึกนั้น ถือว่าเป็นการท่องเที่ยงเชิงนิเวศผจญภัยทางทะเลชนิดหนึ่ง (นิคาส ชัชกุล, 2547 และ Buckley, 2008) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยงผจญภัยที่ทำให้ผู้ท่องเที่ยงได้พัฒนาองค์ความรู้ความสามารถทางทะเล คล้ายกับการเดินทางทัศนศึกษาหรือเดินเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถสร้างความสุขทางอารมณ์ได้อีกทางหนึ่ง (กิงกนก เสาวภาวงศ์ 2556) และเป็นกิจกรรมนันทนาการที่มีความใกล้ชิดธรรมชาติใต้ท้องทะเลที่เต็มไปด้วยสีสันสวยงามก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน (พิชิต เมืองนาโพธิ์ 2550) นักท่องเที่ยงที่มีระดับบัตรดำน้ำที่สูงขึ้นจึงมีความพึงพอใจสูงกว่านักดำน้ำระดับพื้นฐาน แหล่งดำน้ำ ย่อมแปรผันตรงกับรายจ่ายที่มากขึ้น ยิ่งบัตรดำน้ำระดับสูง ยิ่งต้องการอุปกรณ์สูง ยิ่งต้องการแหล่งดำน้ำมีเข้าถึงยากและท้าทาย และส่งผลต่อรายจ่ายที่ต้องจ่ายเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้จำนวนการดำน้ำต่อปีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำ โดยนักท่องเที่ยงที่มีจำนวนการท่องเที่ยงเพื่อดำน้ำลึกต่อปีเพิ่มขึ้นก็จะมีระดับความพึงพอใจสูงขึ้น ($r=0.100$) อธิบายได้ว่า หากนักท่องเที่ยงมีความพึงพอใจในแหล่งดำน้ำ และแหล่งดำน้ำมีความดึงดูดใจ ก็จะมีโอกาสที่นักท่องเที่ยงจะกลับมาดำน้ำซ้ำๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ เจตน์สฤกษ์ สันขพันธ์ (2559) พบว่า นักท่องเที่ยงที่มีความถี่ในการท่องเที่ยงแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยงที่มีความถี่ในการมาใช้บริการสูงก็จะพอความพึงพอใจสูงตามไปด้วย สนับสนุนด้วย

การศึกษาของ ฤดี หลิมไพโรจน์ (2555) ที่พบว่า ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว คือ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว

5.4.3 ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ปัจจัยการทำนายความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการ ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว และระดับของบัตรดำน้ำ สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านผู้ประกอบการของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกได้ร้อยละ 6.0 ($R^2=0.060$, $p<0.001$) โดยช่วงเวลาที่ชอบท่องเที่ยวสามารถทำนายความพึงพอใจได้มากที่สุด ($\beta=0.130$) รองลงมาคือ ระดับของบัตรดำน้ำ ($\beta=0.095$) ตามลำดับ อธิบายได้ว่า ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวช่วงวันจันทร์-ศุกร์ วันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์จะส่งผลต่อความพึงพอใจแตกต่างกันอันเนื่องมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวและความพร้อมและการบริการของผู้ประกอบการ ดังได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้ ประกอบกับนักดำน้ำในระดับที่แตกต่างกันไป จะมีความต้องการในด้านการให้บริการของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันไป โดยนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก มักจะมีความต้องการใช้อุปกรณ์ดำน้ำที่แตกต่างกันไปตั้งแต่อุปกรณ์ระดับพื้นฐานจนถึงอุปกรณ์สำหรับมืออาชีพ กล่าวคือ นักดำน้ำที่มีบัตรดำน้ำระดับเบื้องต้น Open Water และ Advanced Open Water ต้องการการใส่ใจในการบริการของผู้ประกอบการมากกว่านักดำน้ำที่มีบัตรดำน้ำระดับ Dive Master และ Instructor ที่มีความประสบการณ์และความชำนาญมากกว่า (เปมิกา เทสาภิรติ, 2549) โดยหากผู้ประกอบการมีความพร้อมให้บริการหรือมีอุปกรณ์ให้บริการที่ครอบคลุมและครบครัน ก็จะช่วยให้ นักท่องเที่ยวที่มีบัตรดำน้ำระดับต่างๆ เกิดความพึงพอใจและมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้หากผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือและมีไหวพริบ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของจุดดำน้ำแต่ละแห่งกับนักดำน้ำ รวมไปถึงลักษณะการให้บริการ เช่น การให้นักดำน้ำได้ดำน้ำอย่างอิสระ มีความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมืออย่างดี มีการจำกัดจำนวนนักดำน้ำในแต่ละจุด การรองรับระดับการดำน้ำของนักดำน้ำที่แตกต่างกัน ความมีชื่อเสียง ฯลฯ ก็จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวดำน้ำที่มีความต้องการปัจจัยเหล่านี้สูงตามไปด้วย (Wilson 2019) นอกจากนี้ Wilson (2019) ยังกล่าวว่า การท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำต้องอาศัยความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการที่มีความน่าเชื่อถือและมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมดำน้ำ ปัจจัยนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำ หากผู้ประกอบการสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักดำน้ำได้ ทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ก็จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำๆ สนับสนุนด้วยการศึกษาของ เจษฎา สุทธิอุดม (2552) ที่ศึกษาการกลับมาดำน้ำชมปะการังซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่เกาะชัง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ้ำของนักท่องเที่ยวปัจจัยหนึ่งคือ ด้านการบริการของผู้ประกอบการ

เช่นเดียวกับการศึกษาของ ณัฐธยาน์ ชุมหริริยะกุล (2561) พบว่า การบริการและความเป็นมิตรของผู้ประกอบการส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาเที่ยวซ้ำ

5.4.4 ปัจจัยคาดทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด่านน้ำลึก

ปัจจัยคาดทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ฤดูที่ชอบท่องเที่ยว และจำนวนคน สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด่านน้ำลึกได้ ร้อยละ 11.3 ($R^2=0.113$, $p<0.001$) โดยฤดูที่ชอบท่องเที่ยวสามารถทำนายความพึงพอใจได้มากที่สุด ($\beta=0.438$) รองลงมาคือ ช่วงเวลาการท่องเที่ยว ($\beta=0.138$) และจำนวนคนที่ท่องเที่ยวด้วยกัน ($\beta=0.020$) อธิบายได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยเสริมของการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำในการพักผ่อนหลังจากการดำน้ำ อันประกอบไปด้วยสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลาย ความสวยงาม ความสะอาด ไปจนถึงกิจกรรมที่นอกเหนือไปจากการดำน้ำ เช่น การพายเรือ การชมวิว การถ่ายภาพ เป็นต้น นอกจากนี้สิ่งสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวคือ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่หลากหลาย ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงและเดินทางได้สะดวก และที่ขาดไม่ได้เลยคือ ที่พัก โดยแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีข้อจำกัดแตกต่างกันไป ทั้งขนาดของแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว ช่วงฤดูท่องเที่ยว เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นรารัตน์ จันทรวาสน์ (2556) พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย การเดินทางสะดวก ค่าใช้จ่ายสำหรับดำน้ำลึก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจดำน้ำลึก นอกจากนี้หากช่วงเวลาท่องเที่ยวเป็นวันจันทร์-ศุกร์ ก็จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยววันหยุดนักขัตฤกษ์ หรือช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากและทำให้ที่ท่องเที่ยวนั้นเกิดความแออัด ประกอบการฤดูกาลที่ส่งผลต่อความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวก็จะส่งผลต่อจำนวนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษาที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในฤดูหนาวจะมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวฤดูร้อน อันเนื่องมาจากฤดูหนาวเป็นช่วงที่เหมาะสมกับการดำน้ำลึกในหลายสถานที่ทั้งฝั่งทะเลอันดามันและฝั่งอ่าวไทย สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล ศิวะพิรุฬห์เทพ (2556) ที่พบว่า ฤดูกาลที่ชอบท่องเที่ยวส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวในฤดูกาลจะมีความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เที่ยวนอกฤดูท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านของทะเลและชายหาด สถานที่และสิ่งแวดล้อม ส่วนฤดูร้อนเป็นช่วงที่เหมาะสมกับการพักผ่อนหรือเล่นน้ำทะเล ประกอบกับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาพักผ่อนในวันหยุดยาว จึงส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก หากสถานที่ท่องเที่ยวไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆ ได้ ก็จะส่งผลถึงต่อความสนุก ความสุข ความสะดวกสบาย ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นเพราะว่า หาก

แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม เช่น ท่องเที่ยวกับครอบครัว หรือท่องเที่ยวกับเพื่อน ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสุขสนาน อันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มากขึ้น

5.5 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในประเทศไทย

1) จากผลการวิจัย พบนักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกชาวไทยเพศหญิงในจำนวนที่มากขึ้นและพบว่า นักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกชาวไทยมักจะมีการเดินทางท่องเที่ยวกันเป็นกลุ่ม เช่น ท่องเที่ยวกับครอบครัว ท่องเที่ยวกับเพื่อน เป็นต้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะเพิ่มมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการด้านน้ำและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจึงควรทำแผนการตลาดในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการ การทำสร้างโปรแกรมในการดำน้ำที่เหมาะสมให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเพศหญิงและกลุ่มนักดำน้ำ ครอบครัวการรองรับนักท่องเที่ยวด้านน้ำรุ่นเยาว์ด้วย

2) จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกชาวไทยจำนวนมากที่ไม่มีบัตรดำน้ำ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการควรมีการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวด้านน้ำลึกมีการฝึกอบรมจากสถาบันดำน้ำที่ได้มาตรฐานก่อนที่จะทำการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำ เนื่องจากการท่องเที่ยวด้านน้ำลึกต้องอาศัยความปลอดภัยเป็นหลัก ประกอบกับความพร้อมของผู้ดำน้ำและความเข้าใจในการใช้งานของอุปกรณ์ การขาดความรู้และความชำนาญในการดำน้ำส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมใต้ท้องทะเลเป็นอย่างมาก การขาดความสามารถในการลอยตัวอาจทำให้เกิดการแตกหักของปะการังซึ่งเป็นแหล่งอาศัยหรืออนุบาลของสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเลได้ การฟื้นฟูต้องอาศัยระยะเวลาที่ยาวนาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้และความตระหนักแก่นักท่องเที่ยวด้านน้ำให้มีความรู้ ความเข้าใจ และความสำคัญของโลกใต้ท้องทะเล

3) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีบัตรดำน้ำหรือมีบัตรดำน้ำในระดับพื้นฐาน จัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวด้านน้ำที่เพิ่งเริ่มต้น ขาดความสามารถในการควบคุมการลอยตัว ยังไม่เกิดความชำนาญในการดำน้ำ ส่งผลให้มีระดับความพึงพอใจต่อแหล่งดำน้ำค่อนข้างต่ำกว่ากลุ่มบัตรดำน้ำระดับอื่นๆ ประกอบกับความสมบูรณ์และความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล ตลอดจนความสวยงามของแหล่งดำน้ำที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการสำหรับฟื้นฟูแหล่งดำน้ำที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดฤดูกาลหรือระยะเวลาปิดเกาะ เพื่อให้แนวหิน ปะการัง หรือสิ่งมีชีวิตต่างๆ ได้ฟื้นฟูตนเองและคงความอุดมสมบูรณ์ให้ดีขึ้น ส่วนนักท่องเที่ยวด้านน้ำชาวไทยที่มีระดับบัตรดำน้ำสูงจะมีจำนวนครั้งในการดำน้ำต่อปีสูงและมีความพึงพอใจด้านแหล่งดำน้ำในระดับที่สูงจากความชำนาญในการดำน้ำจึงสามารถเสพความสวยงามใต้ท้องทะเลได้อย่างเต็มที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการศึกษาสูง รายได้ต่อเดือน

สูง และมีการใช้จ่ายสูงในการเลือกอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการที่มีมาตรฐาน ผู้ฝึกสอนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และมองหาแหล่งดำน้ำที่มีการเข้าถึงยากและท้าทายมากขึ้น หากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีโอกาสสูงมากที่จะกลับมาดำน้ำซ้ำๆ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วยเช่นกัน

4) จากผลการวิจัยที่พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยมักจะมาเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยเฉพาะในช่วงฤดูร้อนซึ่งความแออัดของนักท่องเที่ยว ความแออัดทำให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมได้ไม่เต็มที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการร่วมกันออกมาตรการในการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อจุดดำน้ำในแต่ละช่วงเวลา หรือกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันหรือต่อเดือน ที่สามารถเข้าชมแหล่งดำน้ำ เป็นต้น เนื่องจากทะเลของประเทศไทยสามารถท่องเที่ยวได้ทั้งฤดูร้อนและฤดูหนาว ทางภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในฤดูหนาว สร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวทางทะเลและการท่องเที่ยวดำน้ำในฤดูหนาวให้เป็นที่ดึงดูด พร้อมทั้งทำการตลาด จัดโปรโมชั่น และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยหันมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวเพิ่มขึ้น และเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการจัดเตรียมความพร้อมสำหรับการบริการให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวด้วย

5) จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยมีความพึงพอใจต่อแหล่งดำน้ำในด้านการพบเห็นสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายากในระดับที่ต่ำ ประกอบกับนักท่องเที่ยวดำน้ำมีความพึงพอใจมากที่มีผู้ประกอบการและผู้ฝึกสอนดำน้ำที่ความรู้ความเชี่ยวชาญซึ่งผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี แต่อาจจะให้มีการเพิ่มเติมในเรื่องข้อมูลความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งดำน้ำในแต่ละจุด ทั้งแนวปะการัง สิ่งมีชีวิต ปลาสายพันธุ์ต่างๆ ชนิดของปะการังที่สามารถพบเห็นได้ พร้อมทั้งข้อมูลในสภาพอากาศ ฤดู ลักษณะน้ำทะเล ช่วงเวลาที่สามารถพบเจอสิ่งมีชีวิตที่พบได้ยาก ประกอบกับการให้ข้อมูลในการรักษาสมดุลทางนิเวศวิทยาของสิ่งมีชีวิตและแนวปะการัง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเข้าใจในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่ดีมากขึ้น

6) จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทยมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่ำที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งร้านอาหารและเครื่องดื่ม บริเวณสำหรับนั่งพักผ่อน การบริการห้องน้ำสาธารณะและถังขยะ สถานที่จอดรถ การบริการสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกชาวไทย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพพร้อมสำหรับการรองรับการท่องเที่ยวในทุกด้านหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องให้ความร่วมมือกันปรับปรุงแก้ไข

5.6 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเชิงลึกของผู้ประกอบการด้านน้ำด้านการตลาด การให้บริการที่ได้มาตรฐาน ความปลอดภัย เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมและความเชี่ยวชาญ รวมถึงหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในด้านความพร้อม ความร่วมมือ การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว ดำน้ำ และมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวดำน้ำ

2) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยความพร้อมของแหล่งดำน้ำในแต่ละแหล่ง แต่ละจุด เพื่อการพัฒนาความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งดำน้ำนั้นๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวให้มีดึงดูด นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำ

3) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาความตระหนักรู้ของนักท่องเที่ยวดำน้ำถึง ความสำคัญและการอนุรักษ์ของสิ่งแวดล้อมใต้ท้องทะเล

4) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวดำน้ำลึก ของแหล่งดำน้ำในประเทศไทยเพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมใต้ท้อง ทะเลให้คงอยู่ยาวนาน

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมควบคุมมลพิษ. (2552). *เกร็ดความรู้มลพิษทางทะเล*. สืบค้นจาก http://www.pcd.go.th/info_serv/water_marine.html
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2559-2562*. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=312.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรมการท่องเที่ยว. (2558). *สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2558*. สืบค้นจาก https://www.msociety.go.th/article_attach/14254/17999.pdf
- กอบกาญจน์ เหริญทอง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม* (สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพมหานคร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *ขอบเขตของคำว่าการท่องเที่ยวรูปแบบผจญภัย*. สืบค้นจาก http://digi.library.tu.ac.th/thesis/ra/0081/10CHAPTER_2.pdf
- กึ่งนก เสาวภาวงศ์. (2556). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงจักรยานยนต์ของประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางภูมิภาคอาเซียน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.
- กิตติศักดิ์ ศรีวรรณ. (2552) *แนวทางการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยหาดเขวง อำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2540). *เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จุฬารัตน์ โฆษะ, โกสุณีย์ วรกุลชัยวัฒน์, จุฑาภรณ์ คชสารทักษิณ และจิตาภา ช่วยพันธ์. (2558). *การพัฒนาภาคการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคใต้*. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- เจตน์สฤษดิ์ สังข์พันธ์, เกตติวา บุญปราก, ชุติมา หวังเบญจมา และ อรุณพร อธิมาตรไมตรี. (2559). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 33(1), 25-50. สืบค้นจาก https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu/article/view/61555/50718

- เจษฎา สุทธิอุดม. (2552). *การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด. รวมบทความวารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ. 2552*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.
- ฐปณี สุวรรณฉัตรชัย. (2542). *การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของคุณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐยานันท์ ชุมพรวิริยะกุล. (2561). *การศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ จังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 2 “GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2018”*, 313-321.
- ณัฐพล ศิวะพิรุฬห์เทพ (2556). *ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหาดชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. กระแสวัฒนธรรม*, 28-38. สืบค้นจาก https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/download/19768/17304/
- ณัฐริการ์ ปานมาศ. (2561). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ทรงชัย อังกาพิทย. (2545). *Outdoor & adventure: ผจญภัยไร้ขีดจำกัด*. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- นรารัตน์ จันทรวาสน์. (2556). *ความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมเพื่อกิจกรรมการดำน้ำลึกของนักท่องเที่ยวบริเวณหมู่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- นรินทร์สิริ เชียงพันธ์. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์)*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร..
- นิตา ชัยกุล. (2547). *การจัดการท่องเที่ยวผจญภัย*. สถาบันราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย . (2538). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. นครปฐม: โรงพิมพ์สารานุกรมอาเซียนมหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปฐมพงษ์ ก้อนสตาร์. (2548). *ความต้องการ ความพึงพอใจ และปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบริเวณเกาะเสม็ด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจไม่ได้ออกพิมพ์)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

- ปฐมลักษณ์ สุเวชณิษฐ์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของ กลุ่ม
วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ปรัชณาพร ประมวลสุข. (2560). การศึกษาและวิเคราะห์หลักสูตรผู้นำการดำน้ำ (Dive Leader) ที่
เหมาะสมกับการบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งของประเทศไทย (วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
กรุงเทพมหานคร.
- ปัญญา ชิมสือ. (2547). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ
เขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง: ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด (วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, กรุงเทพมหานคร.
- ปัญญา เทียนนาวา. (2554). การจัดการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาโดยชุมชน.
เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- เปมิกา เทสาภริติ. (2549). ความต้องการโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกแบบพักค้างแรมบนเรือ
(Live Aboard) ของนักดำน้ำชาวไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- เผติมศักดิ์ จารยะพันธุ์ และคณะ. (2550). โครงการครุวิจัย-วิทยาศาสตร์ทะเล. กรุงเทพมหานคร:
สถาบันวิจัยทรัพยากรทางน้ำ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ รุ่งเรือง. (2559). แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
จังหวัดนครนายก (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยพะเยา,
พะเยา.
- ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. (2559). การศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้าน
พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE) (การค้นคว้าอิสระปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา. (2558). การดำน้ำแบบ Scuba Diving. สืบค้นจาก
<http://ms.src.ku.ac.th/travel/Diving/Scuba4.html>
- มุกิตา แมนเมตตกุล. (2548). การกลับมาเที่ยวซ้ำถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. สืบค้นจาก
http://tatrd.tourismthailand.org/research/reserch_grid/rc_research_document.

- รัฐภูมิ หิรัญวิทย์ (2553). *การศึกษาการจัดการธุรกิจด้านน้ำในเขตเมืองพัทยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2545). *ท่องเที่ยวยั่งยืน (ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. เอกสาร
การประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนากการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2545. กรุงเทพมหานคร: กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2545). การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในศตวรรษที่ 21. *วารสารเทคโนโลยี*,
23(3), 15-20.
- ฤดี หลิมไพโรจน์ และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2555). อิทธิพลของภาพลักษณ์และความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดปทุมธานี. *วารสารการ
ประชุมวิชาการเครือข่ายประชาชื่น (23 พฤษภาคม 2558)*, 283-293.
- ฤดี หลิมไพโรจน์ และไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2558). *อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำที่จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา*. รายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลการวิจัย ระดับชาติ
และนานาชาติครั้งที่ 6, 2(6), 448-460. สืบค้นจาก
<http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/5-02/article/view/269/203>
- วรารุช ชินทรเดชา. (2555). *TAT Review Magazine*, 9(2), 29-41. สืบค้นจาก
<http://issue.com/etatjournal/docs/etat22555/29?e=2410475/1081369>
- วิธาน จินาภักดิ์ (2555)/ วิธาน จินาภักดิ์. (2555). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
อุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้
ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- วินิจ รังผึ้ง. (2550). *บริษัทธุรกิจใต้ทะเล*. สืบค้นจาก
<https://www.freedomdive.com/webboard/index.php?showtopic=669>
- วิรุฬ พรรณเทวี. (2542). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงาน
กระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน (การค้นคว้าอิสระปริญญา
มหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศิริพร คงจินดา. (2552). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนรัชชประภา อำเภอบ้าน
ตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัย
นเรศวร, พิษณุโลก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- สมาคมด้านน้ำแห่งประเทศไทย. (2556). *วัตถุประสงค์การจัดตั้ง*. สืบค้นจาก
<http://www.dat.or.th/index.php>

- สิตางค์ กาญจนพรหม, เทเวศร์ พิริยะพณท์ และ สุมณรดี นิยมเนติพันธ์ (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล เกาะอาดัง จังหวัดสตูล. *วารสารคณะพลศึกษา*, 15(2), 14-26.
- สุดสันต์ สุทธิพิศาลและคณะ. (2562). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถเครือข่ายธุรกิจด้านน้ำเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา*, 7, 282-294.
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์. (2555). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุภาพ ประภาสวัสดี (2554). *ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- อัจฉรา น้อยเนตร และพิมพ์มาดา วิชาศิลป์. (2559). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่ความยั่งยืนของเกาะลันตา จังหวัดกระบี่. *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์*, (มกราคม-มิถุนายน), 48-57.
- เอกธนา พลเชียงขวาง. (2558). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอัญมณีของจังหวัดจันทบุรีเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Anderson, W. & Juma, S. (2017). Linkages at tourism destinations: challenges in Zanzibar. *Revista de investigación en turismo*, 3(1), 27-41.
- Augustine, S., Dearden, P. & Rollins, R. (2016). Are changing diver characteristics important for coral reef conservation? *Aquatic conservation: marine and freshwater ecosystems*, 26(4), 660-673.
- Bennett, M., Dearden, P., & Rollins, R. (2003). *The Sustainability of Dive Tourism in Phuket, Thailand*. Communities in SE Asia: Challenges and Responses. Edited by H. Landsdown, P. Dearden and W Neilson. 2003. University of Victoria, Centre for Asia Pacific Initiatives. 97-106.
- Buckley, R. C. (2008). Climate change: Tourism destination dynamics. *Tourism Recreation Research*, 33(3), 354-355
- Buckley, R., Zhong, L. S., Cater, C., & Chen, T. (2008). Shengtai luyou: Cross-cultural comparison in ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 35 (4), 945-968.

- Campbell, R. F. (1976). *Administration Behavior in Education*. New York: McGraw.
- Carter, R.W., & Beeton, R.J.S. (2008). Managing cultural change and tourism: a review and perspective. In B. Prideaux, D.J. Dallan T., & K. Chon (Eds.) *Cultural and Heritage Tourism in Asia and the Pacific* (pp.134-156). London: Routledge.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experience. *Sociology*, 13, 179-201.
- Daldeniz, B., & Hampton, M.P. (2012). Dive Tourism and Local Communities: Active Participation or Subject to Impacts? Case Studies from Malaysia. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 507-520.
- Daly, C.A.K., Fraser, G. & Snowball, J.D. (2015). Willingness to pay for marine-based tourism in the Ponta do Ouro Partial Marine Reserve, Mozambique. *African journal of marine science*, 37(1), 33-40.
- Davenport, J. & Davenport, J. L. (2006). The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments: A review. *Estuarine, Coastal & Shelf Science*, 67, 280-292.
- Davis, D. & Tisdell, C. (1995). Recreational scuba diving and carrying capacity in marine protected areas. *Ocean and Coastal Management*, 26, 19-40.
- Davis, D. & Tisdell, C. (1996). Economic Management of Recreational Scuba Diving and the Environment. *Journal of Environmental Management*, 48(3), 229-248.
- Dearden, P., Bennett, M. & Rollins, R. (2006). Implications for coral reef conservation of diver specialization. *Environmental conservation*, 33(4), 353-363.
- Dimmock, K. & Musa, G. (2015). Scuba diving tourism system: a framework for collaborative management and sustainability. *Marine policy*, 54(April), 52-58.
- Dimmock, K. (2007). Scuba diving, snorkelling and free diving. Water-based tourism, sport, leisure, and recreation experiences. *Elsevier*, 128-144.
- Dimmock, K. (2009). Finding comfort in adventure: Experiences of recreational SCUBA divers. *Leisure Studies*, 28(3), 279-295. doi:10.1080/02614360902951674
- Edney, J. (2017). Human dimensions of wreck diving and management: case studies from Australia and Micronesia. *Tourism in marine environments*, 12(4), 169-182.
- Edney, J. (2012). Diver Characteristics, Motivations, and Attitudes: Chuuk Lagoon. *Tourism in Marine Environments*, 8(1/2), 7-18.

- Fennell, D. A., & Dowling, R. K. (Eds.). (2003). *Ecotourism policy and planning*. CABI.
- Fuchs, G., Reichel, A. & Shani, A. (2016). Scuba divers: the thrill of risk or the search for tranquility. *Tourism recreation research*, 41(2), 145-156.
- Graham, T., Idechong, N. and Sherwood, K. (2001). *The value of dive-tourism and the impacts of coral bleaching on diving in Palau*, in Coral bleaching: causes, consequences and responses, Selected papers presented at the 9th and socio- economic impacts, future trends and mitigation planning. Coastal Management Report No. 2230, (ed.) HZ Schuttenberg, Coastal Resources Center, University of Rhode Island, Kingston, USA.
- Graver, D.K. (2016). *Scuba diving*. 5th ed. Champaign, IL: Human Kenetics.
- Hall, C. M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier? *Ocean and Coastal Management*, 44, 601-618.
- Hall, C. M., & Page, S. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. London: Routledge. Retrieved from <https://doi.org/10.4324/9780203796092>
- Hsui, C.Y., Wang, C.C. (2013). Synergy between fractal dimension and lacunarity index in design of artificial habitat for alternative SCUBA diving site. *Ecological Engineering* 53, 6-14.
- Hudson, S. (2002). *Sport and Adventure Tourism*. New York: Routledge. Retrieved from <https://doi.org/10.4324/9780203048375>
- Hunt, C.V., Harvey, J.J., Miller, A., Johnson, V., & Phongsuwan, N. (2013). The Green Fins approach for monitoring and promoting environmentally sustainable scuba diving operations in South East Asia. *Ocean & coastal management*, 78(13), 35-44.
- Ince, T. & Bowen, D. (2011). Consumer satisfaction and services: insights from dive tourism. *The Service Industries Journal*, 31(11), 1769-1792.
- Joanne Edney. (2012). Diver Characteristics, Motivations, and Attitudes: Chuuk Lagoon. *Tourism in Marine Environments*, 8, 7-18.
- King, R. (1993). *Mass migrations in Europe: the legacy and the future*. London: Belhaven Press. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/030913259401800124>

- Kler, B.K. & Tribe, J. (2012). Flourishing through scuba: understanding the pursuit of dive experiences. *Tourism in marine environments*, 8(1), 19-32.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. (11th ed.) Pearson Education.
- Kunthea, P. (2016). *Experiences and satisfaction of scuba dive tourists in Cambodia: A case study of Sihanoukville* (master's thesis). Auckland University of Technology, New-Zealand. Retrieved from <http://orapp.aut.ac.nz/handle/10292/9948>
- MacCarthy,M., O'Neil,M. & Williams,P. (2006). Customer satisfaction and Scuba-diving: Some insights from the deep. *The Service Industries Journal*, (26)5, 537-555. Retrieved from DOI: 10.1080/02642060600722841
- McCarthy, P. & Whiriskey, J. (2006). *Adventure Tourism*. Fact Sheet No. 55. Retrieved from [http://www.teagasc.ie/ruraldev/docs/factsheets/55_adventure%20tourism .pdf](http://www.teagasc.ie/ruraldev/docs/factsheets/55_adventure%20tourism.pdf)
- Mill, R.C. and Morrison, A.M. (2002). *The Tourism System*. Kendall Hunt Pub, Dubuque.
- Miller, M. L. (1993). The rise of coastal and marine tourism. *Ocean and Coastal Management*, 20(1993), 181-199.
- Miller, M.L., & Auyong, J. (1991). Coastal zone tourism: A potent force affecting environment and society. *Marine Policy*, 15(2), 75-99.
- Mota, L., & Frausto, O. (2014). The Use of Scuba Diving Tourism for Marine Protected Area Management. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation*, 8(10), 3159-3164.
- Musa, G. & Dimmock, K. (2012). Scuba diving tourism introduction to special issue. *Tourism in marine environments*, 8(1), 1-5.
- Musa, G. & Dimmock, K. (2013). *Scuba diving tourism*. New York, NY: Routledge.
- Musa, G., Kadir, S.A., & Lee, L. (2006). Layang Layang: An Empirical Study on Scuba Divers' Satisfaction. *Tourism in Marine Environments*, 2(2),89-102.
- Musa, G. (2002). Sipadan: A SCUBA-diving paradise: An analysis of tourism impact, diver satisfaction and tourism management. *Tourism Geographies*, 4(2), 195-209.

- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrin, P. & Sahebdeen, Y. (2016). *Customer Satisfaction with Scuba Diving in Mauritius. Proceedings of the International Academic Research Conference on Marketing & Tourism (MTC16Paris Conference)*, Paris, France.
- O'Reilly, M.B. (1982). Sport diving in Texas: a study of participants, their activity and means of introduction, their activity and means of introduction (master's thesis). Texas A & M University, College Station, USA.
- O'Neill, M.A., Williams, P., MacCarthy, M. & Groves, R. (2000). Diving into service quality the dive tour operator perspective. *Journal of Service Theory and Practice*, 10(3), 131-140.
- Orams, M. (1998). *Marine Tourism Development Impacts and Management*. (1st Edition) Routledge, London. Retrieved from <https://doi.org/10.4324/9780203197110>
- Paterson, S., Young, S., Loomis, D.K. & Obenour, W. (2012). Resource attributes that contribute to nonresident diver satisfaction in the Florida Keys, USA. *Tourism in marine environments*, 8(2), 47-60.
- Perreault, W.D., & Dorden, W. R. (1979). A Psychological classification of vacation lifestyles. *Journal of Leisure Research*, 9, 208-224.
- Rangel, M.O., Pita, C.B., Gonçalves, J.M.S., Oliveira, F., Costa, C. & Erzini, K. (2014). Developing self-guided scuba dive routes in the Algarve (Portugal) and analysing visitors' perceptions. *Marine policy*, 45(March), 194-203.
- Schoeman, K., Van der Merwe, P. & Slabbert, E. (2016). The perceived value of a scuba diving experience. *Journal of coastal research*, 32(5), 170-1080.
- Schuhmann, P.W., Casey, J.F., Horrocks, J.A. & Oxenford, H.A. (2013). Recreational SCUBA divers' willingness to pay for marine biodiversity in Barbados. *Journal of environmental management*, 121(May), 29-36.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to social change*. Pensyinnai: Dowden, Hutchison.
- Shephard, G., and Evans, S. (2005). *Adventure Tourism- Hard decisions, soft opinions and home for tea: adventure on the hoof*. In M. Novelli (Ed.). *Niche Tourism – Contemporary issues, trends and cases* (pp. 201-212). Oxford: Elsevier.

- Sriworapot, K. (2009). *Approach in Developing Adventure Tourism Activity on Chaweng Beach, Koh Samui District, Suratthani [In Thai]*. Published Master's thesis, Naresuan University. Retrieved from http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf
- Swarkbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism the new frontier*. Burlington: Elsevier.
- Thirumoorthi T, Wong KM, Musa G. (2013). *Scuba diving satisfaction*. In: Musa G, Dimmock K, editors. *Scuba diving tourism: contemporary geographies of leisure tourism and mobility*. UK: Routledge.
- United Nations World Tourism Organization. (2005). *Activities of the world committee on tourism ethics*. Retrieved from http://www.safecoastaltourism.org/system/files_force/article/files/report_on_the_wto_survey_on_the_implementation_of_the_global_code_of_ethics_for_tourism_a_16_20_add1_e.pdf?download=1 Date of access: 15 Nov. 2017. 1-33.
- Wilde, S. J. (2010). A holistic investigation into principal attributes contributing to the competitiveness of tourism destinations at varying stages of development (Doctoral dissertation). Retrieved from <https://researchportal.scu.edu.au/esploro/outputs/doctoral/A-holistic-investigation-into-principal-attributes-contributing-to-the-competitiveness-of-tourism-destinations-at-varying-stages-of-development/991012821234502368>
- Wilson, EO. (2019). *Assessing the aspects to create a memorable scuba diving experience* (Master's thesis). Retrieved from https://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/32739/Wilson_OE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Wong, P. P. (1998). Coastal tourism development in Southeast Asia: Relevance and lessons for coastal zone management. *Ocean and Coastal Management*, 38, 89-109.
- Worachananant, S., Carter, R.W., Hockings, M. & Reopanichkul, P. (2008). Managing the impacts of scuba divers on Thailand's coral reefs. *Journal of sustainable tourism*, 16(6), 645-663



แบบสอบถาม เรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ) คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา เรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด่านน้ำลึกในประเทศไทย จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความจริงจนครบถ้วน เพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยนี้สมบูรณ์ตามความมุ่งหมาย ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ และนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถิติแบบภาพรวมเท่านั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านและขอขอบคุณมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด่านน้ำ
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่านน้ำ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

() 21-30 ปี

() 31-40 ปี

() 41-50 ปี

() 51-60 ปี

() มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

() โสด

() สมรส/อยู่ด้วยกัน

() หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() แม่บ้าน/พ่อบ้าน

() ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

() นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

() อื่นๆ โปรดระบุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

() 10,001-20,000 บาท

() 20,001-30,000 บาท

() 30,001-40,000 บาท

() 40,001-50,000 บาท

() มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดำน้ำ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำของท่านเป็นอย่างไร

() ท่องเที่ยวคนเดียว () ท่องเที่ยวกับคนรัก

() ท่องเที่ยวกับครอบครัว () ท่องเที่ยวกับเพื่อน

() ท่องเที่ยวกับหน่วยงานหรือองค์กร

2. ท่านชอบท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำในช่วงวันใด

() ช่วงวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ () ช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์

() ช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ () อื่นๆ โปรดระบุ

3. ท่านชอบดำน้ำในฤดูไหน

() ฤดูร้อน () ฤดูฝน

() ฤดูหนาว

4. ท่านเคยดำน้ำลึกที่ใดบ้าง (เลือกได้หลายข้อ)

() พัทยา () เกาะเสม็ด

() เกาะช้าง () เกาะสมุย

() เกาะเต่า () ชุมพร

() ภูเก็ต () หมู่เกาะสิมิลัน

() หมู่เกาะสุรินทร์ () หมู่เกาะพีพี

() ตรัง () เกาะตะรุเตา

() เกาะลันตา () อื่นๆ โปรดระบุ

5. ท่านมาเข้าพักในแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำเป็นจำนวนกี่คืน

..... คืน

6. ท่านมีจำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวด้วยกันกี่คน (รวมตัวท่านเอง)

..... คน

7. ท่านเคยดำน้ำลึกมาแล้วกี่ครั้ง

..... ครั้ง

8. ท่านดำน้ำลึกมาเป็นระยะเวลากี่ปี

..... ปี

9. ท่านดำน้ำลึกวันละกี่จุดดำน้ำ

..... จุด

10. ท่านท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกปีละกี่ครั้ง

..... ครั้ง

11. ท่านมีบัตรดำน้ำในระดับใด

() Open Water Diver

() Adventure Diver

() Advanced Open Water Diver

() Rescue Diver

() Master Scuba Diver

() Instructor Scuba Diver

() อื่นๆ โปรดระบุ

12. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำต่อครั้งเป็นจำนวนกี่บาท

() น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

() 10,001-20,000 บาท

() 20,001-30,000 บาท

() มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป



ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดำนํ้า

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

(มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย=2, น้อยที่สุด=1)

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวดำนํ้า	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งดำนํ้า					
1. ด้านกิจกรรม					
1.1 ความมีชื่อเสียงของแหล่งดำนํ้า					
1.2 ความสวยงามได้ทึ่งทะเล					
1.3 จำนวนสัตว์ทะเลและสิ่งมีชีวิตใต้ท้องทะเล					
1.4 สามารถถ่ายภาพหรือถ่ายวิดีโอได้					
1.5 สามารถพบเห็นจำพวกสัตว์ใกล้สูญพันธุ์และสัตว์หายาก					
1.6 มีสภาพอากาศที่เหมาะสม					
1.7 กระแสน้ำเหมาะกับการดำนํ้า					
1.8 อุณหภูมิของน้ำเหมาะต่อการดำนํ้า					
1.9 ทิศนวิสัยใต้นํ้า (การมองเห็นใต้นํ้า)					
1.10 รูปแบบที่หลากหลายของแหล่งดำนํ้า เช่น แหล่งดำนํ้าธรรมชาติ แหล่งดำนํ้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งดำนํ้าที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม					
1.11 ลักษณะภูมิประเทศของแหล่งดำนํ้า เช่น แนวปะการัง หน้าผาใต้นํ้า แนวหินและถ้ำ					
1.12 ระยะทางในการเข้าถึงแหล่งดำนํ้าและระยะเวลาในการเดินทาง					

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวดำน้ำ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.13 เรือบริการในการดำน้ำ					
1.14 การบริการท่าเทียบเรือ					
ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการดำน้ำ					
<u>2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ</u>					
2.1 การส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพ					
2.2 การบริการที่คุ้มค่าคุ้มราคาจาก ผู้ประกอบการ					
2.3 มีการดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นอย่างดี					
2.4 มีบริการให้เช่าอุปกรณ์และเครื่องมือ ที่ใช้ในการดำน้ำ					
2.5 มีบริการในการขายและ/หรือการ บำรุงรักษาอุปกรณ์ดำน้ำ					
2.6 มีประกาศนียบัตรเฉพาะของการดำ น้ำ					
2.7 สามารถตอบสนองทุกความต้องการ ของนักดำน้ำ					
2.8 มีบริการถ่ายรูป/ถ่ายวิดีโอ					
2.9 มีแพคเกจดำน้ำรวมที่พัก					
2.10 รองรับนักดำน้ำที่ขอความช่วยเหลือ ทางร่างกาย					
2.11 รองรับนักดำน้ำรุ่นเยาว์					
2.12 มีบริการที่จอดรถ					
2.13 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียด ของจุดดำน้ำแต่ละแห่งแก่นักดำน้ำ					
2.14 การให้ข้อมูลสรุปประเด็นของ สิ่งแวดล้อมใต้น้ำ					

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2.15 การบรรยายสรุปและตรวจสอบ ความปลอดภัยและระยะเวลาที่ใช้ในการ ดำน้ำ					
2.16 ความสามารถในการดูแลความ ปลอดภัย					
2.17 ความสามารถในการรับมือกับ สถานการณ์ฉุกเฉิน					
2.18 มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์และ เครื่องมือเป็นอย่างดี					
2.19 มีใบอนุญาตสำหรับธุรกิจดำน้ำ					
2.20 การบังคับใช้กฎในการดำน้ำที่ เข้มงวด					
2.21 ผู้ฝึกสอนดำน้ำและผู้ประกอบการ ผ่านการอบรมมาเป็นอย่างดี					
2.22 ผู้ประกอบการมีความเป็นมิตร					
2.23 สามารถจำกัดจำนวนของนักดำน้ำ ในแต่ละจุดดำน้ำให้ไม่หนาแน่น					
2.24 สามารถรองรับนักดำน้ำที่มีระดับ การดำน้ำแตกต่างกัน					
2.25 มีการตลาดที่ดีในหลากหลาย ช่องทางเพื่อเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย					
2.26 สถานประกอบการง่ายต่อการเข้าถึง และใกล้แหล่งท่องเที่ยว					
ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว					
3. ด้านสิ่งดึงดูดใจ					
3.1 ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
3.2 สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย					

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3.3 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
3.4 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
3.5 มีกิจกรรมให้ทำนอกเหนือจากการดำ น้ำ เช่น นั่งเรือชมวิวทิวทัศน์ พายเรือ แคนู/คายัค เล่นน้ำ ถ่ายภาพ					
<u>4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</u>					
4.1 ความหลากหลายของร้านอาหารและ เครื่องดื่ม					
4.2 ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก					
4.3 ร้านอาหารและธุรกิจท้องถิ่นที่ราคาไม่ แพงเหมาะสม					
4.4 มีการบริการโทรศัพท์ สัญญาณ โทรศัพท์และสัญญาณอินเทอร์เน็ต					
4.5 มีที่นั่งสำหรับพักผ่อน					
4.6 มีบริการห้องน้ำสาธารณะและถังขยะ					
4.7 สถานที่สำหรับจอดรถพอเพียง					
<u>5. ด้านการเข้าถึง</u>					
5.1 มีความสะดวกในการเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว					
5.2 ระยะทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง					
5.3 การบริการรถสาธารณะ					
5.4 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์					
<u>6. ด้านความปลอดภัย</u>					
6.1 สถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความปลอดภัย ต่อชีวิตและทรัพย์สิน					

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
6.2 แหล่งท่องเที่ยวต้องมีมาตรฐานในการ รักษาความปลอดภัย					
6.3 มีเจ้าหน้าที่ในการรักษาความ ปลอดภัย					
6.4 มีป้ายเตือนสำหรับจุดอันตรายใน แหล่งท่องเที่ยว					
6.5 มีอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับป้องกันภัย					
6.6 มีศูนย์บริการข้อมูลสำหรับ นักท่องเที่ยว					
6.7 มีป้ายนิเทศการ สื่อแผ่นพับ ป้าย โฆษณา เจ้าหน้าที่ หรือวิทยากรสำหรับ แนะนำและอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวและ ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว					
<u>7. ด้านที่พัก</u>					
7.1 มีความหลากหลายประเภทและราคา ของที่พัก					
7.2 ที่พักเพียงพอต่อความต้องการ					
7.3 ความปลอดภัยของที่พักอาศัย					
7.4 ความสะอาดได้มาตรฐาน					
7.5 สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักที่ เหมาะสม					
7.6 มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม					
7.7 ที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว					

ข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำลึกในประเทศไทย

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวกานต์ธิดา พรหมสวาสดี
ประวัติการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2553
ประสบการณ์การทำงาน พ.ศ. 2561-ปัจจุบัน
ผบ.หมู่ ด้าน ตม.ทอ.กรุงเทพ บก.ตม.2
สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง

