

## การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต

### Decided to travel to scuba diving in Phuket

ดารภา พลสิทธิ์<sup>1</sup> ณัฐพร โพธิ์สุวรรณ<sup>2</sup> นัฐติกาณย์ สายทอง<sup>3</sup> สิริธร ภักดี<sup>4</sup> อพัสชา แก้วทิทัษ<sup>5</sup> เชิดชัย กลิ่นธงชัย<sup>6</sup>

<sup>1</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อีเมลล์ s6312226113@pkru.ac.th

<sup>2</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อีเมลล์ s6312226111@pkru.ac.th

<sup>3</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อีเมลล์ s6312226115@pkru.ac.th

<sup>4</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อีเมลล์ s6312226127@pkru.ac.th

<sup>5</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อีเมลล์ s6312226130@pkru.ac.th

<sup>6</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อีเมลล์ Cherdchai.k@pkru.ac.th

#### บทคัดย่อ

ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งมีระบบนิเวศทางทะเลที่สมบูรณ์ทำให้กิจกรรมทางทะเลเป็นที่นิยม โดยกิจกรรมการดำน้ำลึกถือเป็นอีกกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการธุรกิจจึงให้ความสำคัญต่อบริการตัดสินใจเข้ามาเลือกดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยโดยกำหนดวัตถุประสงค์การศึกษาไว้ 2 ประการ คือ 1.) เพื่อศึกษาการตัดสินใจในการเลือกท่องเที่ยวดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต 2.) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience selection)

จากผู้ให้ข้อมูล 1 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เข้ามาเนื่องจากมีกิจกรรมให้ทำนอกเหนือจากการดำน้ำลึก การตัดสินใจรองลงมา ระยะเวลาในการดำน้ำลึกมีความเหมาะสม และความพึงพอใจในบริการดำน้ำลึก ส่วนใหญ่พึงพอใจต่อความสะดวก บริเวณท่าเรือ และ ในเรือ รองลงมา บริการรถรับส่งไป-กลับท่าเรือ ทำให้ผู้วิจัยทราบถึง การตัดสินใจ และความพึงพอใจ ที่เป็นปัจจัยในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ประโยชน์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำนำไปปรับปรุงกลยุทธ์หรือแผนการพัฒนาธุรกิจ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างการรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจ, ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

#### Abstract

Phuket has continued economic and social development in particular. Tourism has a rapid growth rate which allows tourists to visit, which has a complete Marine environment. Scuba diving activities are also popular. Business entrepreneurs are very interested in the factors that choose deep diving in Phuket. For this reason, the researchers are interested in studying the deep diving tourism choice of Thai divers who come to Phuket to see the behaviors and factors for the purpose of study. 1. To study the choice of deeper tourism in Phuket, 2) to study the satisfaction of using scuba diving services in Phuket using the final exam from the target

class (selection). According to a group of data, the number of tourists who travelled deep diving in Phuket are 200 people. According to research, the decision to visit deep diving in Phuket is made mainly by non-diving activities. Scuba diving duration is appropriate and the satisfaction of deep diving services. Most are satisfied with the clean harbor and secondary ships. Shuttle services take you to the port, allowing researchers to know the decision and satisfaction that is a factor in choosing to travel in scuba diving. The benefits of this study are to help entrepreneurs with scuba diving to improve their strategy or business development plan and gain access to target groups and build their awareness effectively.

**Keywords:** decision, satisfaction, scuba diving tourists

## 1. บทนำ

ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งทะเล ภูเขา ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ซึ่งมีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่งดงาม มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง ประกอบกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) โดยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยรวมถึงการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งการดำน้ำเป็นหนึ่งในแนวทางการสร้างศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ประเทศไทยได้มีแนวทางปฏิบัติภายใต้แนวคิด “The Real Diving Hub of Asia” เพื่อให้ได้เป็นศูนย์กลางการดำน้ำของภูมิภาคเอเชีย โดยชายฝั่งทะเลในประเทศไทยนั้นมีความยาวมากกว่า 350,000 ตารางกิโลเมตร ประกอบไปด้วย ทะเลในแถบฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันทางรัฐบาลได้วางกลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของยุทธศาสตร์พัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวทางทะเลได้เริ่มเมื่อประมาณ 70 ปีก่อน เป็นช่วงที่เริ่มมีการพัฒนาการท่องเที่ยวโลกโดยการท่องเที่ยวในระยะแรกจะเน้นการท่องเที่ยวธรรมชาติริมชายหาด จะเน้นการทำกิจกรรมริมชายหาด (Miller & Auyong 1991) ความนิยมของการท่องเที่ยวทางทะเลทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของที่พักริมชายหาดร้านอาหาร รวมถึงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (Miller 1993; Hall 2001) และกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลมีหลากหลายมากขึ้น การท่องเที่ยวทางทะเลเป็นการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วที่สุดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Hall, 2014) ซึ่งกิจกรรม “การดำน้ำลึก” ถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมทางน้ำ ที่มีนักท่องเที่ยวให้ความนิยมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในแต่ละปี พบว่ามีนักท่องเที่ยวเข้ามาดำน้ำในประเทศไทยจำนวน 5 แสนคน มีประมาณการมูลค่าทางการตลาดกว่า 5,000 ล้านบาท (สยามธุรกิจ, 2556) ความปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มภาคใต้ฝั่งอันดามันให้ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลกและเป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจ สุนานาชาติทำให้การขยายตัวทางการท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งมีระบบนิเวศทางทะเลที่สมบูรณ์ ทำให้กิจกรรมทางทะเลเป็นที่นิยม โดยกิจกรรมการดำน้ำลึกถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการธุรกิจจึงให้ความสำคัญต่อบัจจัยการตัดสินใจเข้ามาเลือกดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีหลายปัจจัย เช่น ระบบนิเวศน์ทางทะเลมีความสวยงามมีจุดดำน้ำที่หลากหลาย มีปะการังที่สมบูรณ์และปลาสวยงาม เป็นที่นิยมในกลุ่มนักดำน้ำ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทยที่

เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยต่าง ๆ โดยใช้ประโยชน์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำเนินไปปรับปรุงกลยุทธ์หรือแผนการพัฒนาธุรกิจ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสร้างการรับรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจในการเลือกท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการด้านน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต

## 3. แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิด และ ทฤษฎีความพึงพอใจ
2. แนวคิด และ ทฤษฎีการตัดสินใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดและทฤษฎีการความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะของอารมณ์ ความรู้สึกร่วมของบุคคลที่มีต่อการเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากแรงจูงใจซึ่งเป็นพลังภายในของแต่ละบุคคลอันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายที่คาดหวังและความต้องการด้านจิตใจนำไปสู่การค้นหาสิ่งที่ต้องการมาตอบสนอง

นักวิชาการหลายท่านคิดว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้  
คณิต ดวงหส์ดี ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจ ของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้น ตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ บุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้นจะอุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ รวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

Kotler (2022) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า (Total Customer Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกพอใจหรือผิดหวังของบุคคล อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ก็จะทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ แต่ถ้าผลการทำงานหรือผลลัพธ์ เป็นไปตามที่คาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานหรือผลลัพธ์เกินความคาดหวัง ลูกค้าจะรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก หรือเกิดเป็นความปิติยินดีความสุขขึ้นมา

พิทักษ์ ตรุษทิม กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกริยาใดๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น

## 2. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ คือ พฤติกรรมทุกรูปแบบของมนุษย์ก่อนแสดงให้เป็นที่ปรากฏจะต้องผ่านขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญนั้นคือการตัดสินใจ ซึ่งแต่ละบุคคลต้องกระทำเป็นประจำในทุกอิริยาบถ และเนื่องจากการกระทำด้วยความถี่สูงมาก จึงปรากฏคล้ายกับการตัดสินใจของบุคคลอื่นไหลไปเองตามธรรมชาติ และโดยไม่รู้สึกรู้ว่าได้กระทำการตัดสินใจอยู่ตลอดเวลาจึงมีได้สำนึกในความสำคัญ (รศนา อัจชะกะจิจ, 2539: 83)

นักวิชาการหลายท่านคิดว่า การตัดสินใจ (Decision Making) มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

Pfiffner และ Presthus (1960, อ้างถึงใน อนันต์ เกตวงศ์ , 2543: 116) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกจากระหว่างทางเลือกต่าง ๆ ทั้งในเรื่องวัตถุประสงค์ขององค์การ และการสนับสนุนเอาวิถีทางที่ดีที่สุดที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2546: 134) ให้ความหมายว่าการตัดสินใจคือการเลือกจากทางเลือกต่าง ๆ และปฏิบัติไปตามนั้น

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2546: 49) ให้ความหมายว่าการตัดสินใจ (Decision) คือการเลือกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในทางเลือกที่มีอยู่ตั้งแต่สองทางขึ้นไป

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548: 276) ให้ความหมายว่าการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นขั้นตอนการตัดสินใจเลือกจากทางเลือกหลาย ๆ ทางเลือกโดยมีความคาดหวังว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงพอใจ หรือเป็นกระบวนการในการเลือกรูปแบบของการปฏิบัติเพื่อจัดการกับ ปัญหาและโอกาสที่เกิดขึ้น

ฉัตรพร เสมอใจ (2550: 46) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2550: 387) ได้กล่าวไว้ว่า คำจำกัดความของ การตัดสินใจก็คือการเลือกระหว่างทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหลาย ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2551: 138) ให้ความหมายว่าการตัดสินใจหมายถึง กระบวนการของการใช้ความคิดและการกระทำในการรับรู้ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา (Problem) หรือโอกาส (Opportunity) กำหนดและประเมินทางเลือกรวมถึงเลือกทางเลือกที่เหมาะสม เพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น

จากความหมายที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางเลือกที่บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญ และเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการจ้างองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน

## 3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ (Decision-Making Process)

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจ ตั้งแต่ขั้นตอนแรกไป จนถึง ขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจ โดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2538: 89) กล่าวถึงขั้นตอนทั้ง 8 ของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ (1) การรับทราบและวิเคราะห์ปัญหา (2) การหาทางเลือกที่สามารถปฏิบัติได้ (3) การค้นหาเงื่อนไขที่ไม่ชัดเจน (4) การรวบรวมข้อมูล (5) การประเมินคุณค่าของแต่ละทางเลือก (6) การเลือกวิธีแก้ปัญหา (7) การนำไปปฏิบัติ (8) การติดตามผล

รศนา อัชชะกิจ (2539: 97) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพควรดำเนินการในลักษณะของทีมงานความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาที่ปรับให้เข้าใจตรงกัน สำหรับปฏิบัติงานภายในกรอบอย่างเป็นระบบขั้นตอนจะช่วยให้ทุกฝ่ายเข้าใจกลวิธีในการเสนอข้อคิดเห็นสามารถสื่อสารความคิดเห็นอย่างมีเหตุผลขั้นตอนที่นิยมปฏิบัติในกระบวนการตัดสินใจหลายรูปแบบจะแตกต่างกันเพียงรายละเอียดปลีกย่อย

#### 4. ลักษณะการตัดสินใจ

กุลชลี ไชยันทา (2539:130) ได้สรุปลักษณะของการตัดสินใจจาก ลูมบา (Loomba, 1978:100-103) ไว้ดังนี้

1. การตัดสินใจเป็นกระบวนการของการเปรียบเทียบผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากทางเลือกหลาย ๆ ทางโดยที่ผู้ตัดสินใจจะเลือกทางเลือกที่ให้ประโยชน์สูงสุด
2. การตัดสินใจเป็นหน้าที่ที่จำเป็นอย่างยิ่ง เพราะทรัพยากรมีจำกัด และมนุษย์มีความต้องการไม่จำกัด จึงจำเป็นต้องมีการตัดสินใจ เพื่อให้ได้รับประโยชน์และ ความพอใจจากการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร
3. ในการปฏิบัติงานของฝ่ายต่างๆ ในองค์กร อาจมีการขัดแย้งกัน เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการเงินการบัญชี ฝ่ายการบริหารงานบุคคล แต่ละฝ่ายอาจมีเป้าหมายของการทำงานขัดแย้งกัน ผู้บริหารจึงต้องเป็นผู้ตัดสินใจชี้ขาด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรโดยรวม
4. กระบวนการตัดสินใจประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นเรื่องเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ข้อจำกัด การกำหนดทางเลือก ส่วนที่สอง เป็นการเลือกทางเลือกหรือ กลยุทธ์ที่ดีที่สุดตามสภาวะการณ์
5. การตัดสินใจมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายและลักษณะของปัญหา เช่น อาจแบ่งออกได้เป็นการตัดสินใจตามลำดับขั้น ซึ่งมักเป็นงานประจำ เช่น การจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ตารางการทำงาน เป็นต้น และการตัดสินใจที่ไม่เป็นไปตามลำดับขั้น เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นประจำ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นนาน ๆ ครั้ง เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการริเริ่มงานใหม่ เช่น ตั้งคณะใหม่ หรือขยายโรงงานใหม่ เป็นต้น

#### 5. ชนิดของการตัดสินใจ

ไซมอน (Simon, 1960:5-6) ได้แบ่งชนิดของการตัดสินใจออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การตัดสินใจที่กำหนดไว้ล่วงหน้าหรือมีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (Programmed decisions) เป็นการตัดสินใจตามระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาจนกลายเป็นงานประจำ เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการลาป่วย ลาภิจ ลาภวช การอนุมัติ การเบิกจ่ายเงิน การอนุมัติ ผลการศึกษา เป็นต้น การตัดสินใจแบบกำหนดไว้ล่วงหน้านี้เปิดโอกาสให้ผู้บริหารเลือกทางเลือกได้น้อย เพราะว่าเป็น การตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่แน่นอน
2. การตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดหรือไม่มีแบบอย่างไว้ล่วงหน้า (Nonprogrammed decisions) เป็นการตัดสินใจในเรื่องใหม่ ที่ไม่เคยมีมาก่อน ไม่มีระเบียบ กฎเกณฑ์ แบบแผนที่เคยปฏิบัติมาก่อน จึงเป็นเรื่องยุ่งยากแก่ผู้ตัดสินใจ โดยที่ผู้บริหารหรือผู้ตัดสินใจ จะต้องคำนึงถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนด้วย เช่น การตัดสินใจนำเงินไปลงทุนเพื่อหาผลตอบแทนหรือผลกำไรในธุรกิจ การตัดสินใจผลิตสินค้าตัวใหม่ การตัดสินใจในการขยายกิจการ เป็นต้น

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยปัจจัยหรือตัวแปรหลายตัวแปร ที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ตั้งแต่ปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ รายได้ ระดับ การศึกษา เช่น ปัจจัยด้านเพศของผู้บริโภค เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบของ กระบวนการตัดสินใจ และพฤติกรรมการบริโภค ความแตกต่างของความต้องการเห็นได้ชัดเจน จากการบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคที่แตกต่างกัน หรือความต้องการที่จะมีสิ่งใด ๆ เอาไว้ ครอบครองมักจะแตกต่างกัน (Wayneelal2004) ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา เช่น แรงจูงใจ ความชอบ สิ่งที่น่าสนใจ ภาพลักษณ์ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านน้ำลึก การรับรู้ เวลาที่สามารถมีให้กับการเที่ยวหรือพักผ่อน เงินที่มีเหลือสำหรับการเที่ยว วิถีชีวิต ความคล้อยคลึงทางวัฒนธรรม ประสบการณ์ในอดีต หรือ สุขภาพ เป็นต้น หรือจะเป็นปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่นปัจจัยด้าน การตลาด เช่น ประเภทบริการ ราคา การส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ตัวเปรียบเทียบ ระหว่างสินค้าและบริการหรือแหล่งท่องเที่ยวในประเภทเดียวกัน ระยะทาง หรือจะเป็น เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของนักท่องเที่ยว แต่มีผลต่อการเกิดแรงจูงใจ หรือ เกิดความต้องการ หรือเกิดพฤติกรรม การตัดสินใจเที่ยวได้ เช่นสถานะความมั่นคงหรือ เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ ภัยพิบัติ การพัฒนาสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ระดับการเติบโตของเมือง การพัฒนาด้านเทคโนโลยี การ เข้าถึง การจัดมหรรมงานเทศกาลต่าง ๆ หรือกฎเกณฑ์ หรือกฎหมายต่าง ๆ (Uysal1998 อ้างใน Page, J.S & Hall, M.C2003) งานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยหรือตัวแปร ต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เช่น การบูรณาการแนวคิดบริบทในพื้นที่วิจัย เพื่อค้นหาปัจจัย หรือองค์ประกอบใหม่ๆ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านน้ำลึก หรือผลการวิจัยเรื่องพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปเป็นองค์ความรู้เรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

## 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และความพึงพอใจในการบริการในแหล่งท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ตวัตถุประสงค์โดยสำรวจพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาด้านน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ตเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจโดยมีวิธีการดำเนินงานตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 200 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ด้านน้ำลึก ซึ่ง นอกจากนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือ ผู้ประกอบธุรกิจด้านน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก convenience Sampling ในพื้นที่

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประเมินค่าที่ 5 ระดับ ซึ่งกำหนดตามลำดับวิธีของลิเคิร์ต (Likert1932) ซึ่งผู้ตอบจะเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวเพื่อสรุปความคิดเห็นหรือตอบตามที่ปรากฏตามระบบมาตราวัดโดยกำหนดการให้คะแนนดังนี้ 5=มากที่สุด, 4=มาก, 3=ปานกลาง, 2=น้อย, 1=น้อยที่สุด

แบบสอบถามสร้างขึ้นมาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้จากการศึกษาแนวคิดปัจจัยด้านการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมในจังหวัดภูเก็ต และปัจจัยด้านความพึงพอใจในบริการด้านน้ำดื่ม โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

3.2.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี จากหนังสือและวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 เตรียมข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มากำหนดแนวทางและหัวข้อของโครงสร้างแบบสอบถามมาสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามภาษาไทยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล โดยถาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ม้าน้ำดื่มในจังหวัดภูเก็ต

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามปลายปิดประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการในแหล่งท่องเที่ยวที่ม้าน้ำดื่มจังหวัดภูเก็ต

**ส่วนที่ 4** เป็นความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ดังนี้

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน 2565

3.3.1 ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยประชุมทำความเข้าใจการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

3.3.2 ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยว

3.3.3 สรุปผลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

3.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่ม้าน้ำดื่มในจังหวัดภูเก็ต

3.3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการบริษัทที่ม้าน้ำดื่มในจังหวัดภูเก็ต

3.3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการที่ม้าน้ำดื่ม

3.3.8 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวสนใจในการเลือกใช้บริการ

3.3.9 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

5. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

5.1 รวบรวมหาวิจัยที่เกี่ยวข้อง วันที่ 24-30 มิถุนายน

5.2 แยกประเภทและกลุ่ม วันที่ 1-12 กรกฎาคม

5.3 เสนอหัวข้อวิจัย วันที่ 22 กรกฎาคม

5.4 วิเคราะห์ข้อมูล วันที่ 23-31 กรกฎาคม

5.5 จัดแบบสอบถาม วันที่ 1-7 สิงหาคม

5.6 แจกแบบสอบถาม วันที่ 7-11 กันยายน

## 5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยน้ำลึกลงในจังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์การตัดสินใจการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยน้ำลึกลงในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความพึงพอใจในบริการดำน้ำลึกลงในจังหวัดภูเก็ต

จากการศึกษาการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยน้ำลึกลงในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เข้ามาเนื่องจากมีกิจกรรมให้ทำ นอกเหนือจากการดำน้ำลึกลง การตัดสินใจรองลงมา ระยะเวลาในการดำน้ำลึกลงมีความเหมาะสม และความพึงพอใจในบริการดำน้ำลึกลง ส่วนใหญ่พึงพอใจต่อความสะดวก บริเวณท่าเรือ และ ในเรือ รองลงมา บริการรถรับส่งไป-กลับท่าเรือ ทำให้ผู้วิจัยทราบถึง การตัดสินใจ และความพึงพอใจ ที่เป็นปัจจัยในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยน้ำลึกลง

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ หลักสูตรดำน้ำ นำเสนอในรูปแบบตารางแสดง ความถี่ จำนวนและร้อยละ ดังตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 6

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	90	45
หญิง	89	44.5
ไม่ต้องการระบุ	21	10.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 1 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 45 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.5 และไม่ระบุเพศ คิดเป็นร้อยละ 10.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-25 ปี	62	31
26-35 ปี	94	47
36-55 ปี	43	21.5
55 ปีขึ้นไป	1	0.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 26 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา คืออายุ 18 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 31 และน้อยมีอายุ 36 – 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 21 น้อยที่สุดมีอายุ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.5



**ตารางที่ 3** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	151	75.5
สมรส	46	23
แยกกันอยู่	3	1.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในประเภทสถานภาพ โสด คิดเป็นร้อยละ 75.5 และสมรส คิดเป็นร้อยละ 23 และ แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 1.5

**ตารางที่ 4** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสถานศึกษา

ประเภทสถานการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มัธยมหรือต่ำกว่า	19	9.5
ปริญญาตรี	168	84
สูงกว่าปริญญาตรี	13	6.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในประเภทสถานศึกษา ศึกษาอยู่ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84 มัธยมหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 9.5 และ สูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 6.5

**ตารางที่ 5** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาชีพ

ประเภทของอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	52	26
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	62	31
พนักงานบริษัท	38	19
ธุรกิจส่วนตัว	32	16
อื่นๆ	16	8
รวม	200	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างประเภทของอาชีพส่วนใหญ่ รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 31 นักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26 และ พนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 19 และ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของหลักสูตรดำน้ำ

ประเภทหลักสูตรดำน้ำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Open Water	72	36
Advanced Open Water	59	29.5
Rescue Diver	32	16
Divemaster	20	10
Instructor	17	8.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างประเภทหลักสูตรดำน้ำ Open Water คิดเป็นร้อยละ 36 และ Advanced Open Water เป็นร้อยละ 29.5 และ Rescue Diver คิดเป็นร้อยละ 16 และ Divemaster คิดเป็นร้อยละ 10 และ Instructor คิดเป็นร้อยละ 8.5

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต นำเสนอในรูปแบบตารางแสดงค่าเฉลี่ย (X) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับ ด้านการตัดสินใจ

ข้อมูล	S.D.	C.V (%)
สถานประกอบการง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งดำน้ำ	0.74	18.46
มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึก	0.75	18.28
มีบริการห้องพักและอุปกรณ์ดำน้ำที่ครบครัน	0.75	18.81
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	0.75	18.98
มีสถาบันสอนดำน้ำหลายแหล่ง	0.77	19.52
มีโปรโมชั่นดำน้ำที่น่าสนใจ	0.77	19.86
ระบบนิเวศทางทะเลมีความอุดมสมบูรณ์	0.78	19.75
ระยะเวลาในการดำน้ำลึกมีความเหมาะสม	0.78	19.94
มีความปลอดภัยในการดำน้ำ	0.80	19.70
ชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำนั้น ๆ	0.81	19.75
มีกิจกรรมให้ทำนอกเหนือจากการดำน้ำลึก	0.85	21.47
เฉลี่ยรวม	0.53	13.23

### บทสรุป

จากตารางที่ 7 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยน้ำลึกลงในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่มีกิจกรรมให้ทำนอกเหนือจากการดำน้ำลึก คิดเป็นร้อยละ 21.47 รองลงมา ระยะเวลาในการดำน้ำลึกมีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 19.94 มีโปรแกรมชั้นดำน้ำที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 19.86 ระบบนิเวศทางทะเลมีความอุดมสมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 19.75 ชื่อเสียงของแหล่งดำน้ำนั้น ๆ คิดเป็นร้อยละ 19.75 มีความปลอดภัยในการดำน้ำ คิดเป็นร้อยละ 19.70 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 18.98 มีบริการห้องพักและอุปกรณ์ดำน้ำที่ครบครัน คิดเป็นร้อยละ 18.81 9.สถานประกอบการง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งดำน้ำ คิดเป็นร้อยละ 18.46 มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึก คิดเป็นร้อยละ 18.28

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความพึงพอใจในบริการดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านความพึงพอใจในบริการดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต นำเสนอในรูปแบบตารางแสดงค่าเฉลี่ย (X) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับ ด้านความพึงพอใจ

ข้อมูล	S.D.	C.V (%)
กัปตันมีความชำนาญในการขับเรือ	0.71	17.13
Leaderมีความเอาใจใส่ขณะดำน้ำ	0.72	16.72
เรือมีความเหมาะสมต่อการให้บริการ	0.73	18.02
บริการรับรองอาหารและเครื่องดื่ม	0.76	19.22
การอธิบาย ชี้แจง และแนะนำของเจ้าหน้าที่ที่มีความชัดเจน	0.78	18.89
มีการตลาดที่ดีหลากหลายช่องทางเนื้อหาเข้าถึงได้ง่าย	0.79	19.56
อุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการมีความเหมาะสม	0.80	19.95
ความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	0.82	20.05
บริการรถรับส่งไป-กลับท่าเรือ	0.82	20.74
ความสะอาดบริเวณท่าเรือและในเรือ	0.82	21.88
เฉลี่ยรวม	0.55	13.54

บทสรุป จากตารางที่ 8 ความพึงพอใจในบริการดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่พึงพอใจ ความสะอาดบริเวณท่าเรือและในเรือ คิดเป็นร้อยละ 21.88 รองลงมา บริการรถรับส่งไป-กลับท่าเรือ คิดเป็นร้อยละ 20.74 ความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส กิริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20.05 อุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการมีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 19.95 มีการตลาดที่ดีหลากหลายช่องทางเนื้อหาเข้าถึงได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 19.56 การอธิบาย ชี้แจง และแนะนำของเจ้าหน้าที่ที่มีความชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 18.89 เรือมีความเหมาะสมต่อการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 18.02 กัปตันมีความชำนาญในการขับเรือ คิดเป็นร้อยละ 17.13 Leaderมีความเอาใจใส่ขณะดำน้ำคิดเป็นร้อยละ 16.72

## 6. ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยเรื่องการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำ ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง สื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ และกระตุ้นความต้องการ ด้วยการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ รวมถึงการส่งเสริมการขายด้วยกิจกรรมต่าง ๆ

เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะค้นหาแหล่งดำน้ำและโปรแกรมผ่านทางอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวจะให้ความคาดหวังค่อนข้างสูง เช่น มีการสื่อสารภาษาที่ดี ช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อเลือกใช้บริการธุรกิจดำน้ำลึก นักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญมาก ไม่ว่าจะเป็นด้าน ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การตลาด ด้านบุคลากร และการบริการ ซึ่งจาก ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อธุรกิจดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต

2. จากผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการบริการดำน้ำลึกในจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ใส่ใจในการให้บริการ มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ รวดเร็วและถูกต้อง เพราะเป็นองค์ประกอบหลักของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องอาศัยบุคลากรเพื่อให้บริการแก่ นักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงต้องมีการอบรมในการให้บริการนักท่องเที่ยวให้มี ส่วนที่ขาดตกบกพร่องและประทับใจให้มากที่สุดเพื่อให้กลับมาใช้บริการอีกครั้งที่มีการบอกต่อให้กับเพื่อน ญาติ เป็นต้น

## 7. บรรณานุกรม

กมลทิพย์ เหล่าอรรคชะ. (2548). *การจัดการท่องเที่ยวบริเวณแนวปะการังโดยใช้คู่มือให้ความรู้ และสร้างจิตสำนึกให้กับทางเรือ*.

กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

กุลชลี ไชยนันดา. (2539). *กระบวนการแก้ปัญหาและตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประยูรวงศ์.

กานต์ธิดา พรหมสวาสดี. (2563). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ:

สถาบันนิตพัฒนาบริหารศาสตร์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *หลักสถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กฤติยา เกิดผล และปรัชกรณ์ เศรษฐเสถียร. (2560). *การพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยว*

*ในจังหวัดจันทบุรี*. วารสารวิจัยราชชมงคล กรุงเทพฯ.

ฉัตรพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พี.รินทร์

ณัฐกฤติ นิธิประภา. (2564). *บทวิเคราะห์สถานการณ์ MSME สาขาธุรกิจท่องเที่ยวปี 2564 และแนวโน้มปี 2565*.

ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

ถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). *รายงานการวิจัยการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*.

นครราชสีมา: คลังปัญญา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ทิวารธรรม ศิริเจริญ กันหา. (2563). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนบ้านห้วยหญ้าเครือ*

*อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์*. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.

ทัศนีย์ สิริรายกุล. (2560). *การจัดการโซ่อุปทานสำหรับการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี*. วารสารรัชต์ ภาคย์.

มนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสถาบันสอนดำน้ำลึก (scuba diving) ของผู้บริโภคในเขต*

*กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- รศนา อัจชะภจจิ. (2539). *กระบวนการแก้ปัญหาและตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2546). *หัวหน้างานพันธุ์แท้*. กรุงเทพฯ: เอเชียเพรสจำกัด.
- วิรัช สวงวงศ์วาน. (2546). *การจัดการและพฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่าจำกัด.
- สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ. (2550). *พฤติกรรมองค์การ: ทฤษฎีและการประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.