

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครในการเลือกสถานที่ค้ำน้ำในประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 1-11)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 12-18)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว และอื่นๆ (ตารางที่ 19-22)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 23-50)

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการรวบรวมข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครในการเลือกสถานที่ค้ำน้ำในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	68	34.0
หญิง	132	66.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากที่สุด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 66 และเพศชาย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-24 ปี	30	15.0
25-30 ปี	87	43.5
31-35 ปี	50	25.0
36-40 ปี	15	7.5
41-45 ปี	13	6.5
มากกว่า 45 ปี	5	2.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25-30 ปี มากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15 อายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และน้อยที่สุด อายุมากกว่า 45 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	153	76.5
สมรส	41	20.50
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	6	3.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาได้แก่ สมรส จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และน้อยที่สุด หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา / ปวช.หรือน้อยกว่า	8	4.0
อนุปริญญา / ปวส.	12	6.0
ปริญญาตรี	149	74.5
สูงกว่าปริญญาตรี	31	15.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ศึกษาในระดับการศึกษา ปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ระดับการศึกษานอนปริญญา / ปวส. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และ ระดับการศึกษามัธยมศึกษา / ปวช.หรือน้อยกว่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	11	5.5
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	8	4.0
พนักงานบริษัท	152	76.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	-	-
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	25	12.5
อาชีพอิสระ	4	2.0
อื่นๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท มากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาได้แก่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 นักเรียน / นักศึกษาจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และน้อยที่สุด อาชีพอิสระจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	21	10.5
10,000-20,000 บาท	70	35.0
20,001-30,000 บาท	52	26.0
30,001- 40,000 บาท	24	12.0
40,001-50,000 บาท	13	6.5
ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป	20	10.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาได้แก่ รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รายได้ระหว่าง 30,001- 40,000 บาท



จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12 น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 รายได้ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และน้อยที่สุด รายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการดำนํ้า

ความถี่ในการดำนํ้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ครั้งต่อปี	160	80.0
3-4 ครั้งต่อปี	25	12.5
มากกว่า 4 ครั้งต่อปี	15	7.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ดำนํ้าจำนวน 1-2 ครั้งต่อปี มากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาได้แก่ ดำนํ้าจำนวน 3-4 ครั้งต่อปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และน้อยที่สุด ดำนํ้ามากกว่า 4 ครั้งต่อปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำนํ้า

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำนํ้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	111	55.5
คู่รัก / คู่ชีวิต	23	11.5
ครอบครัว	35	17.5
คารา / นักร้อง / ผู้มีชื่อเสียง	31	15.5
สื่อต่างๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกสถานที่ดำนํ้าด้วยตัวเอง มากที่สุด จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาได้แก่ตัดสินใจเลือกสถานที่ดำนํ้าจากครอบครัว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 คารา / นักร้อง / ผู้มี

ชื่อเสียง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และน้อยที่สุดตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำจากคูร์ก / คู่ชีวิต จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ดำน้ำ

แหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ดำน้ำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน / ครอบครัว / คนรู้จัก	72	36.0
เว็บไซต์	46	23.0
นิตยสารท่องเที่ยว	44	22.0
รายการโทรทัศน์	26	13.0
นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว	10	5.0
อีเมล / โทรศัพท์ / SMS	2	1.0
อื่นๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ดำน้ำจาก เพื่อน / ครอบครัว / คนรู้จัก มากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23 นิตยสารท่องเที่ยว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รายการโทรทัศน์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13 นิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และน้อยที่สุด อีเมล / โทรศัพท์ / SMS จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางไปดำน้ำ

ช่วงเวลาในการเดินทางไปดำน้ำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตามความสะดวก	127	63.5
วันเสาร์-อาทิตย์	51	25.5
วันหยุดติดต่อกัน หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์	20	10.0
วันจันทร์-ศุกร์	2	1.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ชอบเดินทางท่องเที่ยวช่วงเวลาตามความสะดวก มากที่สุด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา ได้แก่ วันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 วันหยุดติดต่อกันหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และน้อยที่สุดวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งดำเนินาของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทยที่ท่านชื่นชอบ หรือสนใจ มากที่สุด

แหล่งดำเนินาของอุทยานแห่งชาติที่ชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ จ.พังงา ได้แก่ เกาะหินราบรินกอง อ่าวเต่า อ่าวสุเทพ อ่าวศักราด	31	15.5
อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน จ.พังงา ได้แก่ เกาะสิมิลัน เกาะตาชัย เกาะบอน	57	28.5
อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จ.ตราด ได้แก่ เกาะช้าง เกาะมันนอก เกาะมันใน	18	9.0
อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร จ.ชุมพร ได้แก่ เกาะง่าม เกาะล็กกาจิ เกาะทองหลาง	10	5.0
อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา จ.กระบี่ ได้แก่ เกาะลันตาน้อย-ใหญ่ เกาะไหง เกาะหินแดง เกาะรอก	21	10.5
อุทยานแห่งชาตินพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี จ.กระบี่ ได้แก่ เกาะพีพีดอน-เล อ่าวมาหยา หมู่เกาะปอดะ	24	12.0
อุทยานแห่งชาติเจ้าไหม จ.ตรัง ได้แก่ เกาะมุก เกาะกระดาน เกาะเชือก ถ้ำมรกต	10	5.0
อุทยานแห่งชาติตะรุเตา จ.สตูล ได้แก่ เกาะตะรุเตา เกาะไข่ เกาะผึ้ง เกาะดง เกาะหลีเป๊ะ	16	8.0
อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จ.ระยอง	13	6.5
อื่นๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ชอบแหล่งดำเนินาของอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน จ.พังงา ได้แก่ เกาะสิมิลัน เกาะตาชัย เกาะบอน มากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาได้แก่ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสุรินทร์ จ.พังงา ได้แก่

เกาะหินราบหินกอง อ่าวเต่า อ่าวสุเทพ อ่าวฝักกาด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี จ.กระบี่ ได้แก่ เกาะพีพีตอน-เล อ่าวมาหยา หมู่เกาะปอดะ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12 อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา จ.กระบี่ ได้แก่ เกาะลันตาน้อย-ใหญ่ เกาะไหง เกาะหินแดง เกาะรอก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง จ.ตราด ได้แก่ เกาะช้าง เกาะมันนอก เกาะมันใน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9 อุทยานแห่งชาติตะรุเตา จ.สตูล ได้แก่ เกาะตะรุเตา เกาะไข่ เกาะผึ้ง เกาะดง เกาะหลีเป๊ะ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8 อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จ.ระยอง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และน้อยที่สุด ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเจ้าไหม จ.ตรัง ได้แก่ เกาะมุก เกาะกระดาน เกาะเชือก ถ้ำมรกตจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร จ.ชุมพร ได้แก่ เกาะง่าม เกาะล็กกัจ เกาะทองหลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว

ส่วนนี้ได้ทำการศึกษาถึงระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ดังนี้

### ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
แหล่งปะการังธรรมชาติและปะการังเทียม	104 52.0	75 37.5	20 10.0	1 0.5	-	4.41 มาก	1
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำเนินงาน	58 29.0	96 48.0	42 21.0	3 1.5	1 0.5	4.04 มาก	5
การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว	63 31.5	95 47.5	39 19.5	3 1.5	-	4.09 มาก	4
ความสะอาดสบายของสถานที่ดำเนินงาน ที่พักและการเดินทาง	65 32.5	95 47.5	34 17.0	6 3.0	-	4.10 มาก	3
ความปลอดภัยของสถานที่ดำเนินงาน ที่พักและการเดินทาง	108 54.0	67 33.5	22 11.0	3 1.5	-	4.40 มาก	2
การมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะพื้นที่	67 33.5	90 45.0	37 18.5	5 2.5	1 0.5	4.09 มาก	4
การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำเนินงาน เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ	61 30.5	85 42.5	42 21.0	8 4.0	4 2.0	3.96 มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม						4.15 มาก	

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากเป็นลำดับแรกคือ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ความสะดวกสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 การมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และการมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ราคามาตรฐาน	85 42.5	78 39.0	27 13.5	8 4.0	2 1.0	4.18 มาก	3
ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ	75 37.5	93 46.5	27 13.5	3 1.5	2 1.0	4.18 มาก	3
ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำน้ำ	78 39.0	93 46.5	24 12.0	4 2.0	1 0.5	4.22 มาก	2
กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้เอง	86 43.0	87 43.5	26 13.0	1 0.5	-	4.29 มาก	1
ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่อุดมการณ์ท่องเที่ยว	87 43.5	68 34.0	36 18.0	8 0.4	1 0.5	4.16 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.20</b> มาก	



จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบังคับด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ค้ำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ราคามาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับบังคับที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

บังคับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ความสะดวกในการติดต่อสถานที่ค้ำน้ำ	61 30.5	104 52.0	33 16.5	2 1.0	-	4.12 มาก	1
การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่ค้ำน้ำได้	46 23.0	94 47.0	48 24.0	9 4.5	3 1.5	3.86 มาก	2
การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้	41 20.5	85 42.5	56 28.0	15 7.5	3 1.5	3.73 มาก	4
การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้	43 21.5	91 45.5	50 25.0	14 7.0	2 1.0	3.79 มาก	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.88</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบังคับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่ค้ำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 การซื้อแพคเกจทัวร์



จากบู๊ธท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และ การจองผ่านระบบออนไลน์ กับสถานที่จำหน่าย ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย	23 11.5	52 26.0	85 42.5	32 16.0	8 4.0	3.25 ปานกลาง	6
การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ	54 27.0	68 34.0	63 31.5	10 5.0	5 2.5	3.78 มาก	4
การจัดบู๊ธตามงานท่องเที่ยวไทย	43 21.5	91 45.5	51 25.5	12 6.0	3 1.5	3.79 มาก	3
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	43 21.5	99 49.5	51 25.5	7 3.5	-	3.89 มาก	2
การแจกบัตรกำนัล / บัตรแลกซื้อ	45 22.5	77 38.5	60 30.0	17 8.5	1 0.5	3.74 มาก	5
การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	64 32.0	99 49.5	34 17.0	2 1.0	1 0.5	4.11 มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.76</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมาได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 การจัดบู๊ธตามงานท่องเที่ยวไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต และบัตรส่วนลดอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.78 การแจกบัตรกำนัล / บัตรแลกซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่ดำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
การเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำน้ำด้านอาหาร/ยา/อุปกรณ์/สาธารณสุขปลอดภัย	82 41.0	88 44.0	25 12.5	5 2.5	-	4.23 มาก	4
ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่ดำน้ำ	89 44.5	87 43.5	22 11.0	2 1.0	-	4.31 มาก	2
ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	84 42.0	86 43.0	26 13.0	4 2.0	-	4.25 มาก	3
การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว	114 57.0	65 32.5	17 8.5	2 1.0	2 1.0	4.44 มาก	1
การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า	69 34.5	96 48.0	34 17.0	1 0.5	-	4.16 มาก	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.28</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา ได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่ดำน้ำ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 การเตรียมความพร้อมของสถานที่ด้านน้ำด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ด้านของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ความขี้มเข้มแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	98 49.0	77 38.5	23 11.5	1 0.5	1 0.5	4.35 มาก	5
ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	116 58.0	65 32.5	14 7.0	3 2.0	2 1.0	4.45 มาก	1
ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	97 48.5	84 42.0	15 7.5	4 2.0	-	4.37 มาก	4
การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	106 53.0	76 38.0	15 7.5	3 1.5	-	4.42 มาก	2
ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	103 51.5	73 36.5	21 10.5	3 1.5	-	4.38 มาก	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.40</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ด้านของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมาได้แก่ การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และความเข้มแข็งใจของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ดำเนินงาน	71 35.5	95 47.5	25 12.5	8 4.0	1 0.5	4.14 มาก	2
ความสะอาดของสถานที่ดำเนินงาน	108 54.0	80 40.0	9 4.5	2 1.0	1 0.5	4.46 มาก	1
การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน	67 33.5	96 48.0	35 17.5	2 1.0	-	4.14 มาก	2
เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน	55 27.5	95 47.5	42 21.0	7 3.5	1 0.5	3.98 มาก	4
สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นทันสมัยของสถานที่ดำเนินงาน	63 31.5	89 44.5	43 21.5	5 2.5	-	4.05 มาก	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.15</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 18 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาได้แก่ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นทันสมัยของสถานที่ดำเนินงาน ผลระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำเนินงานที่ค้ำของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามการตัดสินใจไปค้ำน้ำหลังจากเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติธรรมชาติต่างๆแล้ว

การตัดสินใจไปค้ำน้ำหลังเหตุการณ์ภัยพิบัติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไป	169	84.5
ไม่ไป	31	15.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่หลังจากเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติธรรมชาติต่างๆ ยังคงมีความตั้งใจไปค้ำน้ำ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 และไม่ไปค้ำน้ำ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามการตัดสินใจไปค้ำน้ำภายในปี 2555

การตัดสินใจไปค้ำน้ำในปี 2555	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไป	116	58.0
ไม่ไป	33	16.5
ไม่แน่ใจ	51	25.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ยังคงคิดจะไปท่องเที่ยวสถานที่ค้ำน้ำภายในปี 2555 นี้ มากที่สุด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา ได้แก่ ไม่แน่ใจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และน้อยที่สุด ไม่ไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นเรื่องอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำในปัจจุบัน

อุปสรรคในการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการไปท่องเที่ยวค่อนข้างสูง	85	42.5
ไม่มีเวลา	83	41.5
ไม่มีข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	13	6.5
กลัวว่าจะเกิดคลื่นสึนามิขึ้นอีก	17	8.5
ไม่ทราบจะติดต่อสถานที่ดำน้ำได้จากที่ใด	2	1.0
อื่นๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำด้านค่าใช้จ่ายในการไปท่องเที่ยวค่อนข้างสูง มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาได้แก่ ไม่มีเวลา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 กลัวว่าจะเกิดคลื่นสึนามิขึ้นอีก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ไม่มีข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และน้อยที่สุด คือ ไม่ทราบจะติดต่อสถานที่ดำน้ำได้จากที่ใด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1



ตารางที่ 22 แสดงร้อยละค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง และระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	4.15	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	4.20	มาก	3
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.88	มาก	6
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	3.76	มาก	7
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.28	มาก	2
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.40	มาก	1
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.15	มาก	4
รวม	4.12	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เป็นลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ตามลำดับ



ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และรายได้

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
แหล่งปะการังธรรมชาติ และปลาทะเล	4.50 มากที่สุด	1	4.36 มาก	2
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ	4.01 มาก	5	4.05 มาก	6
การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว	4.07 มาก	3	4.10 มาก	5
ความสะอาดสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พัก และการเดินทาง	4.01 มาก	5	4.14 มาก	3
ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พัก และการเดินทาง	4.26 มาก	2	4.47 มาก	1
การมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะ หรือเฉพาะพื้นที่	4.06 มาก	4	4.10 มาก	5
การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ	3.66 มาก	6	4.11 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.08</b> มาก		<b>4.19</b> มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความปลอดภัยของสถานที่ค้ำน้ำ ที่พักและการเดินทาง การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว การมีโปรแกรมค้ำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะที่ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ค้ำน้ำและความสะดวกสบายของสถานที่ค้ำน้ำที่พักและการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ค้ำน้ำ เช่น การค้ำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือค้ำน้ำ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยของสถานที่ค้ำน้ำ ที่พักและการเดินทาง รองลงมาได้แก่ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล ความสะดวกสบายของสถานที่ค้ำน้ำ ที่พักและการเดินทาง การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ค้ำน้ำ เช่น การค้ำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือค้ำน้ำ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และการมีโปรแกรมค้ำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ค้ำน้ำ ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคามาตรฐาน	4.09 มาก	4	4.23 มาก	4
ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ	4.06 มาก	5	4.24 มาก	3
ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน	4.15 มาก	2	4.25 มาก	2
กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้	4.24 มาก	1	4.32 มาก	1
ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว	4.13 มาก	3	4.17 มาก	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.13</b> <b>มาก</b>		<b>4.24</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว ราคามาตรฐาน และ ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ราคามาตรฐาน และ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย	4.00 มาก	1	4.18 มาก	1
การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้	3.78 มาก	2	3.89 มาก	2
การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้	3.68 มาก	3	3.76 มาก	3
การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้	3.60 มาก	4	3.89 มาก	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.76</b> <b>มาก</b>		<b>3.93</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ และการซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ และการซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และการจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย	3.22 ปานกลาง	6	3.27 ปานกลาง	6
การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ	3.54 มาก	5	3.90 มาก	3
การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย	3.60 มาก	3	3.89 มาก	4
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.82 มาก	2	3.92 มาก	2
การแจกบัตรกำนัล/บัตรแลกซื้อ	3.59 มาก	4	3.82 มาก	5
การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	4.10 มาก	1	4.12 มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.65</b> <b>มาก</b>		<b>3.82</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การแจกบัตรกำนัล / บัตรแลกซื้อ และการทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ ตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ การโฆษณาและ

ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ การจัดบู  
ธตามงานท่องเที่ยวไทย และ การแจกบัตรกำนัล / บัตรแลกซื้อ ตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยที่ผู้ตอบ  
แบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่ค่าน้ำ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำเนินงานด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค	4.18 มาก	5	4.27 มาก	2
ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่ดำเนินงาน	4.41 มาก	1	4.27 มาก	2
ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของ เจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.29 มาก	3	4.23 มาก	3
การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการ นักท่องเที่ยว	4.35 มาก	2	4.48 มาก	1
การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของ ลูกค้า	4.19 มาก	4	4.15 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.29</b> <b>มาก</b>		<b>4.28</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่ดำเนินงาน รองลงมาได้แก่ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า และ การเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำเนินงานด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่ดำเนินงาน และการเตรียมความพร้อม



พร้อมของสถานที่ด้านน้ำด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า และ การเตรียมความพร้อมของสถานที่ด้านน้ำด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความขี้มึนแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.34 มาก	4	4.36 มาก	3
ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.53 มากที่สุด	1	4.41 มาก	1
ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.47 มาก	2	4.32 มาก	4
การมีอัธยาศัยดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.47 มาก	2	4.40 มาก	2
ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.41 มาก	3	4.36 มาก	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.44</b> <b>มาก</b>		<b>4.37</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงาน ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาในระดับมาก ได้แก่ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ การมีอัธยาศัยดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ ความขี้มึนแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่ การมีอัธยาศัยดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และความขี้มึนแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ค้ำน้ำ	4.07 มาก	2	4.17 มาก	3
ความสะอาดของสถานที่ค้ำน้ำ	4.40 มาก	1	4.49 มาก	1
การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน	3.97 มาก	3	4.23 มาก	2
เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน	3.90 มาก	5	4.02 มาก	5
สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ค้ำน้ำ	3.94 มาก	4	4.11 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.06</b> <b>มาก</b>		<b>4.20</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ค้ำน้ำ รองลงมาได้แก่ ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ค้ำน้ำ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ค้ำน้ำ และ เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ค้ำน้ำ รองลงมาได้แก่ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ค้ำน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ค้ำน้ำ และ เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	อายุ							
	18-24 ปี		25-30 ปี		31-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล	4.30 มาก	1	4.41 มาก	2	4.40 มาก	1	4.52 มากที่สุด	2
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ	4.03 มาก	6	4.07 มาก	5	3.07 มาก	6	4.45 มาก	3
การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว	4.13 มาก	4	4.13 มาก	3	3.86 มาก	4	4.30 มาก	4
ความสะอาดสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง	4.10 มาก	5	4.13 มาก	3	4.02 มาก	3	4.12 มาก	5
ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง	4.23 มาก	3	4.45 มาก	1	4.32 มาก	2	4.55 มากที่สุด	1
การมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะ หรือเฉพาะพื้นที่	4.10 มาก	5	4.10 มาก	4	4.02 มาก	3	4.12 มาก	5
การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ	4.27 มาก	2	3.94 มาก	6	3.76 มาก	5	4.00 มาก	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.17 มาก</b>		<b>4.18 มาก</b>		<b>4.01 มาก</b>		<b>4.29 มาก</b>	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-24 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านสินค้าและบริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล รองลงมาได้แก่ การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ความสะดวกสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง และการมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลายเช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านสินค้าและบริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง รองลงมาได้แก่ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และความสะดวกสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พัก และการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน การมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลายเช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะที่ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ และ การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านสินค้าและบริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง ความสะดวกสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง และการมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะ หรือเฉพาะพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ และ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านสินค้าและบริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พัก และการเดินทาง

รองลงมาได้แก่ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการใน สถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ความสะดวกสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง และการมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะ หรือ เฉพาะพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ ตามลำดับ



ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ							
	18-24 ปี		25-30 ปี		31-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคามาตรฐาน	3.83 มาก	4	4.20 มาก	3	4.18 มาก	5	4.45 มาก	1
ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ	3.83 มาก	4	4.18 มาก	4	4.22 มาก	4	4.42 มาก	2
ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน	3.93 มาก	3	4.21 มาก	2	4.30 มาก	2	4.36 มาก	3
กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้เอง	4.10 มาก	1	4.32 มาก	1	4.36 มาก	1	4.27 มาก	4
ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	4.00 มาก	2	4.20 มาก	3	4.28 มาก	3	4.03 มาก	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.94</b> <b>มาก</b>		<b>4.22</b> <b>มาก</b>		<b>4.27</b> <b>มาก</b>		<b>4.31</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-24 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้เอง รองลงมาได้แก่ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน ราคามาตรฐาน และ ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้เอง รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน



ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว และราคามาตรฐาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัญชีที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้เอง รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำน้ำ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ และ ราคามาตรฐานตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัญชีที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ราคามาตรฐาน รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำน้ำ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้เอง และ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ							
	18-24 ปี		25-30 ปี		31-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย	4.17 มาก	1	4.11 มาก	1	4.10 มาก	1	4.12 มาก	1
การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้	4.03 มาก	2	3.89 มาก	2	3.68 มาก	2	3.88 มาก	3
การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้	3.83 มาก	4	3.76 มาก	4	3.64 มาก	3	3.70 มาก	4
การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้	3.87 มาก	3	3.79 มาก	3	3.64 มาก	3	3.97 มาก	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.98</b> มาก		<b>3.89</b> มาก		<b>3.76</b> มาก		<b>3.92</b> มาก	

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-24 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ และ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ และ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บังคับที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ และการจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บังคับที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ และการจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ							
	18-24 ปี		25-30 ปี		31-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย	3.53 มาก	6	3.17 ปานกลาง	6	3.20 ปานกลาง	6	3.27 ปานกลาง	6
การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ	3.80 มาก	4	3.72 มาก	5	3.74 มาก	3	3.97 มาก	2
การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย	3.90 มาก	3	3.80 มาก	4	3.62 มาก	4	3.94 มาก	3
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4.00 มาก	2	3.91 มาก	2	3.80 มาก	2	3.88 มาก	4
การแจกบัตรกำนัล / บัตรแลกซื้อ	3.70 มาก	5	3.85 มาก	3	3.50 มาก	5	3.85 มาก	5
การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	4.10 มาก	1	4.11 มาก	1	3.98 มาก	1	4.33 มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.84</b> <b>มาก</b>		<b>3.76</b> <b>มาก</b>		<b>3.64</b> <b>มาก</b>		<b>3.87</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-24 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ การแจกบัตรกำนัล / บัตรแลกซื้อ ตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18-24 ปีให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัณฑิตที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การแจกบัตรกำนัล/บัตรแลกซื้อ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ ตามลำดับ นอกจากนี้บัณฑิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัณฑิตที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การแจกบัตรกำนัล/บัตรแลกซื้อ ตามลำดับ นอกจากนี้บัณฑิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัณฑิตที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การแจกบัตรกำนัล/บัตรแลกซื้อ ตามลำดับ นอกจากนี้บัณฑิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ							
	18-24 ปี		25-30 ปี		31-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำเนินงานด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค	4.23 มาก	2	4.15 มาก	5	4.24 มาก	3	4.45 มาก	2
ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่ดำเนินงาน	4.23 มาก	2	4.30 มาก	2	4.32 มาก	2	4.42 มาก	3
ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.27 มาก	1	4.21 มาก	3	4.22 มาก	4	4.39 มาก	4
การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว	4.17 มาก	3	4.49 มาก	1	4.44 มาก	1	4.52 มากที่สุด	1
การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า	4.07 มาก	4	4.20 มาก	4	4.14 มาก	5	4.21 มาก	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.19 มาก</b>		<b>4.27 มาก</b>		<b>4.27 มาก</b>		<b>4.40 มาก</b>	

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-24 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมา ได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงานของสถานที่ดำเนินงาน และการเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำเนินงานด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน การ



ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว และการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่จำหน่าย ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า และ การเตรียมความพร้อมของสถานที่จำหน่ายด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่จำหน่าย การเตรียมความพร้อมของสถานที่จำหน่ายด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การเตรียมความพร้อมของสถานที่จำหน่ายด้านอาหาร/ยา/อุปกรณ์/สาธารณูปโภค และ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่จำหน่าย ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ							
	18-24 ปี		25-30 ปี		31-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความยิ้มแย้มแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.30 มาก	3	4.38 มาก	3	4.34 มาก	4	4.33 มาก	4
ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.33 มาก	2	4.43 มาก	2	4.62 มากที่สุด	1	4.36 มาก	3
ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.37 มาก	1	4.36 มาก	5	4.42 มาก	3	4.33 มาก	4
การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.33 มาก	2	4.46 มาก	1	4.42 มาก	3	4.42 มาก	2
ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.20 มาก	4	4.37 มาก	4	4.46 มาก	2	4.45 มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.31</b> <b>มาก</b>		<b>4.40</b> <b>มาก</b>		<b>4.45</b> <b>มาก</b>		<b>4.38</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-24 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และการมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ความยิ้มแย้มแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่ ความรู้และ

ความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความขี้มึนแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความซื่อสัตย์ และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บังคับที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ การมีทัศนคติดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ความขี้มึนแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อบังคับด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บังคับที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่ การมีทัศนคติดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความขี้มึนแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ							
	18-24 ปี		25-30 ปี		31-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ค้ำน้ำ	4.23 มาก	2	4.10 มาก	3	4.14 มาก	2	4.12 มาก	3
ความสะอาดของสถานที่ค้ำน้ำ	4.30 มาก	1	4.45 มาก	1	4.50 มากที่สุด	1	4.58 มากที่สุด	1
การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน	4.07 มาก	4	4.20 มาก	2	4.08 มาก	3	4.15 มาก	2
เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน	4.03 มาก	5	4.01 มาก	5	3.94 มาก	4	3.91 มาก	5
สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นทันสมัยของสถานที่ค้ำน้ำ	4.10 มาก	3	4.06 มาก	4	3.94 มาก	4	4.15 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.15 มาก</b>		<b>4.16 มาก</b>		<b>4.12 มาก</b>		<b>4.18 มาก</b>	

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-24 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ค้ำน้ำ รองลงมาได้แก่ ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ค้ำน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นทันสมัยของสถานที่ค้ำน้ำ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน และ เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 25-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ค้ำน้ำ รองลงมาได้แก่ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทาง

ชัดเจน ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ดำน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำน้ำ และ เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำน้ำ รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ดำน้ำ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำน้ำ และ เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุมากกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยต่อด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำน้ำ รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางที่ชัดเจน ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ดำน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำน้ำ และ เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วนตามลำดับ

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำเนินงานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล	4.00 มาก	2	4.41 มาก	1	4.68 มากที่สุด	1
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ค้ำน้ำ	3.95 มาก	3	4.01 มาก	6	4.19 มาก	5
การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว	3.90 มาก	4	4.09 มาก	3	4.23 มาก	4
ความสะดวกสบายของสถานที่ค้ำน้ำ ที่พัก และการเดินทาง	3.95 มาก	3	4.08 มาก	4	4.26 มาก	3
ความปลอดภัยของสถานที่ค้ำน้ำ ที่พัก และการเดินทาง	4.10 มาก	1	4.41 มาก	1	4.55 มากที่สุด	2
การมีโปรแกรมค้ำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะพื้นที่	3.80 มาก	5	4.15 มาก	2	3.97 มาก	6
การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ค้ำน้ำ เช่น การค้ำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือค้ำน้ำ	3.95 มาก	3	4.03 มาก	5	3.61 มาก	7
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.95</b> มาก		<b>4.17</b> มาก		<b>4.21</b> มาก	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านสินค้าและบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยของสถานที่ค้ำน้ำ ที่พักและการเดินทาง



รองลงมาได้แก่ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ และความ สะดวกสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง และการมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ การบริการ สิ่ง อำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และ การมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะพื้นที่ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านสินค้าและ บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญใน ระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง และแหล่ง ปะการังธรรมชาติและปลาทะเล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ รองลงมาได้แก่ การมีโปรแกรมดำน้ำที่ หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะพื้นที่ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจาก ผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ความสะดวกสบายของ สถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง และการมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำ น้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ และ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้าน สินค้าและบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มี ความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล รองลงมา ได้แก่ ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พัก และการเดินทาง และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ความสะดวกสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พัก และการเดินทาง การบริการ สิ่งอำนวยความ สะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ความมี ชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ และ การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การ พายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคามาตรฐาน	3.90 มาก	2	4.19 มาก	4	4.32 มาก	4
ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ	3.75 มาก	3	4.19 มาก	4	4.39 มาก	2
ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน	3.90 มาก	2	4.23 มาก	2	4.35 มาก	3
กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้	4.25 มาก	1	4.28 มาก	1	4.39 มาก	2
ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว	3.90 มาก	2	4.21 มาก	3	4.06 มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.94</b> <b>มาก</b>		<b>4.22</b> <b>มาก</b>		<b>4.30</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ รองลงมาได้แก่ ราคามาตรฐาน ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษاپริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำเนินงาน ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ และ ราคามาตรฐาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ และราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำน้ำ และ ราคามาตรฐาน ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย	3.90 มาก	1	4.11 มาก	1	4.29 มาก	1
การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้	3.75 มาก	2	3.85 มาก	2	3.94 มาก	4
การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้	3.60 มาก	3	3.69 มาก	4	4.00 มาก	3
การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้	3.55 มาก	4	3.77 มาก	3	4.06 มาก	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.70</b> <b>มาก</b>		<b>3.86</b> <b>มาก</b>		<b>4.07</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ และ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ และ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มี

ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่ค้ำน้ำ รองลงมาได้แก่ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ การจองผ่านระบบออนไลน์ กับตัวแทนจำหน่ายได้ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่ค้ำน้ำได้ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย	3.55 มาก	3	3.23 ปานกลาง	6	3.16 ปานกลาง	6
การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ	3.55 มาก	3	3.79 มาก	4	3.90 มาก	4
การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย	3.50 มาก	4	3.80 มาก	3	3.97 มาก	3
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.70 มาก	2	3.88 มาก	2	4.06 มาก	2
การแจกบัตรกำนัล /บัตรแลกซื้อ	3.55 มาก	3	3.77 มาก	5	3.74 มาก	5
การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	3.90 มาก	1	4.06 มาก	1	4.52 มากที่สุด	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.62</b> <b>มาก</b>		<b>3.75</b> <b>มาก</b>		<b>3.89</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การทำโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ และการแจกบัตรกำนัล/บัตรแลกซื้อ และการแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญ



ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การทำโปรโมชั่นร่วมกับภัตตาคารและภัตตาคารส่วนลดอื่นๆ การแจกบัตรกำนัล/บัตรแลกซื้อ ตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่ดำน้ำ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การทำโปรโมชั่นร่วมกับภัตตาคารและภัตตาคารส่วนลดอื่นๆ การแจกบัตรกำนัล/บัตรแลกซื้อ ตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่ดำน้ำ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำเนินงานด้านอาหาร / ยา/อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค	4.10 มาก	1	4.23 มาก	4	4.32 มาก	3
ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่ดำเนินงาน	4.10 มาก	1	4.31 มาก	2	4.48 มาก	2
ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.00 มาก	2	4.27 มาก	3	4.32 มาก	3
การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว	3.95 มาก	3	4.46 มาก	1	4.61 มากที่สุด	1
การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า	3.95 มาก	3	4.19 มาก	5	4.16 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.02</b> <b>มาก</b>		<b>4.29</b> <b>มาก</b>		<b>4.38</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำเนินงานด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค และความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงานของสถานที่ดำเนินงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของพนักงาน / เจ้าหน้าที่ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว และการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษاپริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการ

ให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงานของสถานที่จำหน่าย ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน การเตรียมความพร้อมของสถานที่จำหน่ายด้านอาหาร / ยา/อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค และ การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการ ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงานของสถานที่จำหน่าย การเตรียมความพร้อมของสถานที่จำหน่ายด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความยิ้มแย้มแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.10 มาก	3	4.36 มาก	4	4.48 มาก	4
ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.30 มาก	1	4.44 มาก	1	4.61 มากที่สุด	1
ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.25 มาก	2	4.37 มาก	3	4.45 มาก	5
การมีอัธยาศัยดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.25 มาก	2	4.43 มาก	2	4.52 มากที่สุด	3
ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.30 มาก	1	4.35 มาก	5	4.58 มากที่สุด	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.24</b> <b>มาก</b>		<b>4.39</b> <b>มาก</b>		<b>4.53</b> <b>มากที่สุด</b>	

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาได้แก่ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และการมีอัธยาศัยดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ความยิ้มแย้มแจ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่ การมีอัธยาศัยดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน

ความเข้มแข็งแ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่ ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความเข้มแข็งแ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา					
	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ดำเนินงาน	3.95 มาก	3	4.15 มาก	2	4.19 มาก	3
ความสะอาดของสถานที่ดำเนินงาน	4.20 มาก	1	4.48 มาก	1	4.52 มากที่สุด	1
การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน	4.10 มาก	2	4.12 มาก	3	4.26 มาก	2
เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน	3.90 มาก	4	3.99 มาก	5	3.97 มาก	5
สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำเนินงาน	3.90 มาก	4	4.07 มาก	4	4.03 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.01</b> <b>มาก</b>		<b>4.16</b> <b>มาก</b>		<b>4.19</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำเนินงาน รองลงมาได้แก่ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน ความสวยงามและหรรษาของสถานที่ดำเนินงาน เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน และ สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำเนินงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษاپริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำเนินงาน รองลงมาได้แก่ ความสวยงามและ



หรรษาของสถานที่ดำน้ำ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน สิ่งอำนวยความสะดวกอัน  
ทันสมัยของสถานที่ดำน้ำ และ เว็บไซต์ที่มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้าน  
ลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัจจัยที่มี  
ความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำน้ำ รองลงมาให้  
ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน ความสวยงามและหรรษา  
ของสถานที่ดำน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำน้ำ และ เว็บไซต์ที่มีความสวยงาม  
ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน ตามลำดับ

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว  
จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มี  
ผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ	รายได้ต่อเดือน							
	น้อยกว่า 10,000		10,000 - 20,000		20,001 – 30,000		มากกว่า 30,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) มาก	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) มาก	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) มากที่สุด	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) มากที่สุด	ลำดับ
แหล่งปะการังธรรมชาติและ ปลาทะเล	4.00 มาก	5	4.37 มาก	2	4.50 มากที่สุด	2	4.53 มากที่สุด	1
ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำ น้ำ	4.14 มาก	3	4.04 มาก	7	3.90 มาก	7	4.11 มาก	3
การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก จากผู้ประกอบการใน สถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว	4.10 มาก	4	4.20 มาก	4	3.92 มาก	6	4.11 มาก	3
ความสะดวกสบายของสถานที่ ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง	4.10 มาก	4	4.19 มาก	5	4.00 มาก	4	4.07 มาก	4
ความปลอดภัยของสถานที่ดำ น้ำ ที่พักและการเดินทาง	4.19 มาก	2	4.47 มาก	1	4.56 มากที่สุด	1	4.25 มาก	2
การมีโปรแกรมดำน้ำที่ หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่ เกาะ หรือเฉพาะพื้นที่	4.10 มาก	4	4.09 มาก	6	4.10 มาก	3	4.07 มาก	4
การมีกิจกรรมที่หลากหลาย ของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำ น้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำ น้ำผ่านเรือดำน้ำ	4.33 มาก	1	4.33 มาก	3	3.98 มาก	5	3.63 มาก	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.16 มาก</b>		<b>4.21 มาก</b>		<b>4.14 มาก</b>		<b>4.11 มาก</b>	

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่จำหน่าย เช่น การจำหน่าย การพาเที่ยว การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัยของสถานที่จำหน่ายที่พัก และการเดินทางบริการ การมีชื่อเสียงของสถานที่จำหน่าย การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และความสะอาดสบายของสถานที่จำหน่าย ที่พักและการเดินทาง และการมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลายเช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเลตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยของสถานที่จำหน่าย ที่พักและการเดินทาง รองลงมาได้แก่ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่จำหน่าย เช่น การจำหน่าย การพาเที่ยว การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ความสะอาดสบายของสถานที่จำหน่าย ที่พักและการเดินทาง การมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลายเช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะพื้นที่ และ การมีชื่อเสียงของสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความปลอดภัยของสถานที่จำหน่าย ที่พักและการเดินทาง รองลงมาได้แก่ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การมีโปรแกรมดำน้ำที่หลากหลาย เช่น เลือกตามหมู่เกาะหรือเฉพาะพื้นที่ ความสะอาดสบายของสถานที่จำหน่าย ที่พักและการเดินทาง การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่จำหน่าย เช่น การจำหน่าย การพาเที่ยว การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ การบริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และ การมีชื่อเสียงของสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มี

ความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ แหล่งปะการังธรรมชาติและปลาทะเล รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความปลอดภัยของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง ความมีชื่อเสียงของสถานที่ดำน้ำ และการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ประกอบการในสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ความสะดวกสบายของสถานที่ดำน้ำ ที่พักและการเดินทาง และ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ การมีกิจกรรมที่หลากหลายของสถานที่ดำน้ำ เช่น การดำน้ำ การพายเรือ การชมภาพใต้น้ำผ่านเรือดำน้ำ ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน							
	น้อยกว่า 10,000		10,000 -20,000		20,001 – 30,000		มากกว่า 30,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคามาตรฐาน	3.81 มาก	5	4.19 มาก	2	4.29 มาก	5	4.21 มาก	3
ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ	3.95 มาก	3	4.13 มาก	4	4.31 มาก	4	4.21 มาก	3
ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำน้ำ	3.86 มาก	4	4.11 มาก	5	4.42 มาก	1	4.28 มาก	2
กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้	4.14 มาก	1	4.26 มาก	1	4.38 มาก	2	4.30 มาก	1
ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว	4.05 มาก	2	4.17 มาก	3	4.35 มาก	3	4.02 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.96 มาก</b>		<b>4.17 มาก</b>		<b>4.35 มาก</b>		<b>4.20 มาก</b>	

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ รองลงมาได้แก่ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำน้ำ และ ราคามาตรฐาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ รองลงมาได้แก่ ราคามาตรฐาน ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ และ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ดำน้ำ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ค้ำน้ำ รองลงมาได้แก่ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ และ ราคามาตรฐาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเองได้ รองลงมาได้แก่ ราคาเหมาะสมกับสถานที่ค้ำน้ำ ราคามาตรฐาน และราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ราคาพิเศษในช่วงไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว ตามลำดับ



ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน							
	น้อยกว่า 10,000		10,000 -20,000		20,001 – 30,000		มากกว่า 30,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย	4.24 มาก	1	4.06 มาก	1	4.15 มาก	1	4.12 มาก	1
การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้	4.05 มาก	2	3.90 มาก	2	3.69 มาก	3	3.88 มาก	2
การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้	3.71 มาก	4	3.77 มาก	3	3.69 มาก	3	3.72 มาก	3
การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้	3.81 มาก	3	3.90 มาก	2	3.75 มาก	2	3.70 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 มาก		3.91 มาก		3.82 มาก		3.86 มาก	

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จำหน่ายของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ และ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ และการซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มี

ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ และการจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บริษัทที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะดวกในการติดต่อสถานที่จำหน่าย รองลงมาได้แก่ การจองผ่านระบบออนไลน์กับสถานที่จำหน่ายได้ การจองผ่านระบบออนไลน์กับตัวแทนจำหน่ายได้ และ การซื้อแพคเกจทัวร์จากบูธท่องเที่ยวได้ ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้ต่อเดือน							
	น้อยกว่า 10,000		10,000 - 20,000		20,001 – 30,000		มากกว่า 30,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การแจกของที่ระลึกจาก สถานที่ดำเนินงาน	3.57 มาก	6	3.36 ปานกลาง	6	3.17 ปานกลาง	5	3.07 ปานกลาง	6
การทำโปรโมชันร่วมกับบัตร เครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ	3.76 มาก	5	3.71 มาก	5	3.87 มาก	2	3.79 มาก	2
การจัดบูธตามงานท่องเที่ยว ไทย	3.95 มาก	3	3.91 มาก	3	3.71 มาก	4	3.67 มาก	4
การโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	3.85 มาก	3	3.75 มาก	3
การแจกบัตรกำนัล / บัตรแลก ซื้อ	3.90 มาก	4	3.90 มาก	4	3.85 มาก	3	3.47 มาก	5
การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูล ด้านการท่องเที่ยว	4.05 มาก	1	4.05 มาก	1	4.15 มาก	1	4.12 มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.87</b> <b>มาก</b>		<b>3.87</b> <b>มาก</b>		<b>3.77</b> <b>มาก</b>		<b>3.65</b> <b>มาก</b>	

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การแจกบัตรกำนัล / บัตรแลกซื้อ การทำโปรโมชันร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ และ การแจก

ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมา

ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การแจกบัตร  
 กำเนิด / บัตรแลกซื้อ การทำโปรโมชันร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ ตามลำดับ  
 นอกจากนี้ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปาน  
 กลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการ  
 ส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มี  
 ให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมา  
 ได้แก่ การทำโปรโมชันร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์  
 ผ่านสื่อต่างๆ และการแจกบัตรกำเนิด /บัตรแลกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน การจัดบูธตามงาน  
 ท่องเที่ยวไทย ตามลำดับ นอกจากนี้ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000 – 30,000 บาท ให้  
 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการ  
 ส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มี  
 ให้ความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รองลงมา  
 ได้แก่ การทำโปรโมชันร่วมกับบัตรเครดิตและบัตรส่วนลดอื่นๆ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์  
 ผ่านสื่อต่างๆการจัดบูธตามงานท่องเที่ยวไทย การแจกบัตรกำเนิด / บัตรแลกซื้อ ตามลำดับ  
 นอกจากนี้ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปาน  
 กลาง คือ การแจกของที่ระลึกจากสถานที่จำหน่าย

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้ต่อเดือน							
	น้อยกว่า 10,000		10,000 -20,000		20,001 – 30,000		มากกว่า 30,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำเนินงานด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค	4.14 มาก	2	4.21 มาก	3	4.19 มาก	4	4.33 มาก	3
ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงานของสถานที่ดำเนินงาน	4.10 มาก	3	4.30 มาก	2	4.33 มาก	2	4.40 มาก	2
ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.24 มาก	1	4.21 มาก	3	4.31 มาก	3	4.25 มาก	4
การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว	4.10 มาก	3	4.37 มาก	1	4.50 มากที่สุด	1	4.58 มากที่สุด	1
การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า	4.00 มาก	4	4.16 มาก	4	4.19 มาก	4	4.21 มาก	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.11 มาก</b>		<b>4.25 มาก</b>		<b>4.30 มาก</b>		<b>4.35 มาก</b>	

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านกระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่ การเตรียมความพร้อมของสถานที่ดำเนินงานด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว และความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่ดำเนินงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัย กระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่จำหน่าย ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และการเตรียมความพร้อมของสถานที่จำหน่ายด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากัน และ การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่จำหน่าย ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของ เจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน กระบวนการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยสูงสุดในการ ให้บริการนักท่องเที่ยว รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความถูกต้องของการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ของสถานที่จำหน่าย ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของ เจ้าหน้าที่ / พนักงาน การเตรียมความพร้อมของสถานที่จำหน่ายด้านอาหาร / ยา / อุปกรณ์ / สาธารณูปโภค ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ การพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า ตามลำดับ



ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน							
	น้อยกว่า 10,000		10,000 -20,000		20,001 – 30,000		มากกว่า 30,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความขี้มเข้มแถมใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.29 มาก	1	4.33 มาก	5	4.42 มาก	5	4.33 มาก	4
ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.00 มาก	4	4.40 มาก	2	4.58 มากที่สุด	1	4.56 มากที่สุด	1
ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.14 มาก	3	4.34 มาก	4	4.56 มากที่สุด	2	4.32 มาก	5
การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.14 มาก	3	4.46 มาก	1	4.52 มากที่สุด	3	4.40 มาก	2
ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน	4.24 มาก	2	4.36 มาก	3	4.48 มาก	4	4.37 มาก	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.16 มาก</b>		<b>4.38 มาก</b>		<b>4.51 มากที่สุด</b>		<b>4.40 มาก</b>	

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกสถานที่ดำเนินงานของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความขี้มเข้มแถมใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่ ความซื่อสัตย์และคำมั่นสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน

รองลงมาได้แก่ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความซื่อสัตย์และค้ำประกันสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ ความขี้มึนขี้แ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากร ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัณฑิตที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมาได้แก่

ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความซื่อสัตย์และค้ำประกันสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ ความขี้มึนขี้แ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคลากร ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บัณฑิตที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การมีทัศนคติที่ดีและความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความซื่อสัตย์และค้ำประกันสัญญาของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ความขี้มึนขี้แ่มใสของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน และ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ / พนักงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน							
	น้อยกว่า 10,000		10,000 - 20,000		20,001 – 30,000		มากกว่า 30,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสวยงามและบรรยากาศของสถานที่ดำน้ำ	4.05 มาก	3	4.09 มาก	4	4.15 มาก	2	4.21 มาก	2
ความสะอาดของสถานที่ดำน้ำ	4.19 มาก	1	4.36 มาก	1	4.54 มากที่สุด	1	4.61 มากที่สุด	1
การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน	4.14 มาก	2	4.20 มาก	2	4.08 มาก	3	4.12 มาก	3
เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน	4.14 มาก	2	4.03 มาก	5	3.90 มาก	5	3.93 มาก	5
สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำน้ำ	4.14 มาก	2	4.11 มาก	3	3.96 มาก	4	4.02 มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.13 มาก</b>		<b>4.16 มาก</b>		<b>4.13 มาก</b>		<b>4.18 มาก</b>	

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกสถานที่ดำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำน้ำ รองลงมาได้แก่ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วน สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำน้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ความสวยงามและบรรยากาศของสถานที่ดำน้ำ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำน้ำ รองลงมาได้แก่ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยของสถานที่ดำน้ำ ความ

สวยงามและหรูหราของสถานที่ดำน้ำ และ เว็บไซต์มีความสวยงาม ใช้งานง่าย ข้อมูลครบถ้วนตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำน้ำ รองลงมาได้แก่ ความสวยงามและหรูหราของสถานที่ดำน้ำ และ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานที่ดำน้ำ รองลงมาได้แก่ ความสวยงามและหรูหราของสถานที่ดำน้ำ และ การมีป้ายข้อมูลและป้ายบอกทางชัดเจน ตามลำดับ