

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1	1
บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2	5
แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	7
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3	13
ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	14
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	15
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16
ระยะเวลาในการศึกษา	16
บทที่ 4	17
ผลการศึกษา	17
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของ นักท่องเที่ยว	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกสถานที่ ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว	32
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว ใน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และรายได้	35
บทที่ 5	89
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	89
อภิปรายผล	107
ข้อค้นพบ	110
ข้อเสนอแนะ	112
บรรณานุกรม	115
ภาคผนวก	117
แบบสอบถาม	118
ประวัติผู้เขียน	124

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	18
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	18
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส	19
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	19
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	20
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	20
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการดำนํ้า	21
8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำนํ้า	21
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ดำนํ้า	22
10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางไปดำนํ้า	22
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งดำนํ้าของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทยที่ท่านชื่นชอบ หรือสนใจ มากที่สุด	23
12	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำนํ้าของนักท่องเที่ยว ด้านสินค้าและบริการ	25
13	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำนํ้าของนักท่องเที่ยว ด้านราคา	26
14	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำนํ้าของนักท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	27
15	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำนํ้าของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด	28
16	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ดำนํ้าของนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร	30
18	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ	31
19	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามการตัดสินใจไปค้ำน้ำหลังจากเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติธรรมชาติต่างๆแล้ว	32
20	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามการตัดสินใจไปค้ำน้ำภายในปี 2555	32
21	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามความคิดเห็นเรื่องอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกสถานที่ค้ำน้ำในปัจจุบัน	33
22	แสดงร้อยละค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง และระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว	34
23	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	35
24	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	37
25	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	38
26	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	39
27	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	41
28	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	43
29	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	44
30	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
43	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	72
44	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้	74
45	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้	77
46	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้	79
47	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้	81
48	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้	83
49	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้	85
50	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้	87
51	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญสามลำดับแรกต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร	91
52	สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ค้ำน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานครที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรก	92
53	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามเพศ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ค้ำน้ำ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
54	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามอายุ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการน้อย โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	97
55	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามระดับการศึกษา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการน้อย โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	101
56	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตามรายได้ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการน้อย โดยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ดำน้ำ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด	105