

การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา



นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A STUDY OF BUSINESS MANAGEMENT OF SCUBA DIVING IN PATTAYA CITY



Mr.Rattapoom Hirunwit

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sport Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

รัฐภูมิ หิรัญวิทย์ : การศึกษาการจัดการธุรกิจกึ่งกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา. (A STUDY OF BUSINESS MANAGEMENT OF SCUBA DIVING IN PATTAYA CITY) อ.ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก: รศ.เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย, 203 หน้า

การศึกษาการจัดการธุรกิจกึ่งกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจกึ่งกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา และ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกึ่งกีฬาดำน้ำ และเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยจำแนกตาม เพศและอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารของสถาบันสอนดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 15 คน โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งทำการศึกษาทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการธุรกิจกึ่งกีฬาดำน้ำ และกลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจกึ่งกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน เป็นเพศชาย จำนวน 229 คน และเพศหญิง จำนวน 171 คน และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สำหรับผู้บริหารของสถาบันสอนดำน้ำในเขตเมืองพัทยา 15 แห่ง ในการวิเคราะห์ข้อมูลชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการ มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยประมวลสาระสำคัญในประเด็นการสัมภาษณ์ และสรุปตามประเด็นโดยการเขียนพรรณนาเชิงอธิบาย การแจกแจงความถี่ และการหาร้อยละ การวิเคราะห์ข้อมูลชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกึ่งกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาโดย นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ การหาร้อยละ หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศโดยใช้ค่าที (t-test) และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาการจัดการธุรกิจกึ่งกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา ด้านทรัพยากรในการจัดการ โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นด้านทรัพยากรในการจัดการอยู่ในระดับ มากที่สุด และ ด้านกระบวนการจัดการ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด
2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนผสมทางการตลาดที่มีเพศแตกต่างกัน พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนผสมทางการตลาดที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความพึงพอใจแตกต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชา..... วิทยาศาสตร์การกีฬา.....

ปีการศึกษา..... 2553.....

ลายมือชื่อนิติ.....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

##5278809039: MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORD: MANAGEMENT/SCUBA DIVING/PATTAYA CITY/SATISFACTION
 RATTAPOOM HIRUNWIT: A STUDY OF BUSINESS MANAGEMENT OF
 SCUBA DIVING IN PATTAYA CITY. ADVISOR: ASSOC. PROF. TEPPRASIT
 GULTHAWATVICHAI, 203 pp.

The purposes of this research were to study the business management of scuba diving business in Pattaya City and to compare the satisfaction of scuba diving customers between ages and genders. Samples were divided into 2 groups: the first group consisted of 15 administrators of the 15 scuba diving schools in Pattaya City and the second group consisted of 400 scuba diving customers (N=229 male and 171 female) ages between 21-40 years old, in Pattaya City. Questionnaire and interview were used to study the resource management and process in the first group by analyzing data and summarized by descriptive statistics. Samples in the second group were interviewed in satisfaction towarded the scuba diving business by analyzing data into frequencies, percentages, means, standard deviation, t-test and Analysis of Variance (F-test).

The results were found as follow :

1. The opinion towarded the scuba diving business management in Pattaya city was rated highest in the resource management and the management process.
2. The comparison of the scuba diving customer satisfaction categorized by sex towarded the marketing mix showed the significant differences in marketing promotion and personnel at the statistical level of .05.
3. The comparison of the scuba diving customer satisfaction categorized by age towarded the marketing mix showed the significant differences in product, price, service place, marketing promotion, personnel, service process and physical characteristic presentation at the statistical level of .05.

Field of Study:.....Sports Science.....

Academic Year.....2010.....

Student's Signature 

Advisor's Signature 

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุศลวิจิตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาในการให้คำปรึกษาแนะนำ เอาใจใส่ และติดตามเพื่อให้การทำวิจัยบรรลุตามเป้าหมาย ผู้เขียนขอกราบและขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.จุฬา ดิงศภัทย์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.ชัยพัฒน์ หล่อศิริรัตน์ และอาจารย์ ดร.พิมาน ลิ้มปพยอม กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นนิสิตปริญญาโทที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และประสานงานเรื่องต่างๆ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกด้วยดีตลอดเวลาในการศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณมงคล ศัพทนะวิน และครูผู้สอนค่าน้ำทุกท่าน ที่ให้คำชี้แนะช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการทำวิจัย ตลอดจนผู้อำนวยการกองพัฒนาศุภลากรกีฬาและหัวหน้างานพัฒนาศุภลากรกีฬาภายในประเทศ และพี่ๆทุกคนในกองพัฒนาศุภลากรกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่คอยให้การดูแลและให้คำแนะนำที่ดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณองค์กรค่าน้ำทุกๆที่และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

การนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งสำหรับคุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกในครอบครัวที่ให้การกำลังใจและผลักดันให้บรรลุเป้าหมาย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่กล่าวมาแล้ว และมีได้กล่าวมาในที่นี้ จึงกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	4
คำจำกัดความของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ประวัติของกีฬาว่ายน้ำ.....	7
แนวความคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ.....	16
ทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด.....	40
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	42
ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองพัทยา.....	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
กรอบแนวในการวิจัย.....	54
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	55
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	55
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56

วิธีการดำเนินการวิจัย.....	57
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การสรุปผลการวิจัย.....	59
บทที่ 4 ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
การวิเคราะห์แบบสัมพัทธ์ด้านทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการ.....	60
การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการ.....	79
ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา.....	89
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา.....	91
ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา.....	94
การเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจ กีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศ.....	102
การเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจ กีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ.....	116
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย ข้อเสนอแนะ.....	136
สรุปผลการวิจัย.....	137
อภิปรายผลการวิจัย.....	158
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	172
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	173
รายการอ้างอิง.....	174
ภาคผนวก.....	178
ภาคผนวก ก.....	179
ภาคผนวก ข.....	181
ภาคผนวก ค.....	187
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	203

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาด้านทรัพยากรในการจัดการ.....79
2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาด้านทรัพยากรในการจัดการ ด้านทรัพยากรมนุษย์..... 80
3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาด้านทรัพยากรในการจัดการ ด้านวัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก..... 81
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาด้านทรัพยากรในการจัดการ ด้านเทคโนโลยี.....82
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาด้านทรัพยากรในการจัดการ ด้านข่าวสาร.....83
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการ.....84
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการ ธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาด้านการวางแผน.....85
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการ ธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาด้านการจัดองค์กร..... 86
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการ ธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาด้านการขึ้นน้ำ.....87
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการ ธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาด้านการควบคุม.....98
11	จำนวนและค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา.....89
12	จำนวนและค่าร้อยละ พฤติกรรมในการใช้บริการกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา.....91
13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาด ของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา.....94

ตารางที่

หน้า

14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำ ในเขตเมืองพัทยาด้านผลิตภัณฑ์.....	95
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำ ในเขตเมืองพัทยาด้านราคา.....	96
16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำ ในเขตเมืองพัทยาด้านสถานที่ให้บริการ.....	97
17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำ ในเขตเมืองพัทยาด้านการส่งเสริมการตลาด.....	98
18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำ ในเขตเมืองพัทยาด้านบุคลากร.....	99
19	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำ ในเขตเมืองพัทยาด้านกระบวนการให้บริการ.....	100
20	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำ ในเขตเมืองพัทยาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ.....	101
21	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำ ในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดโดยจำแนกตามเพศ.....	102
22	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามเพศ.....	103
23	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา โดยจำแนกตามเพศ.....	105
24	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาด ด้านสถานที่ให้บริการ โดยจำแนกตามเพศ.....	106

ตารางที่

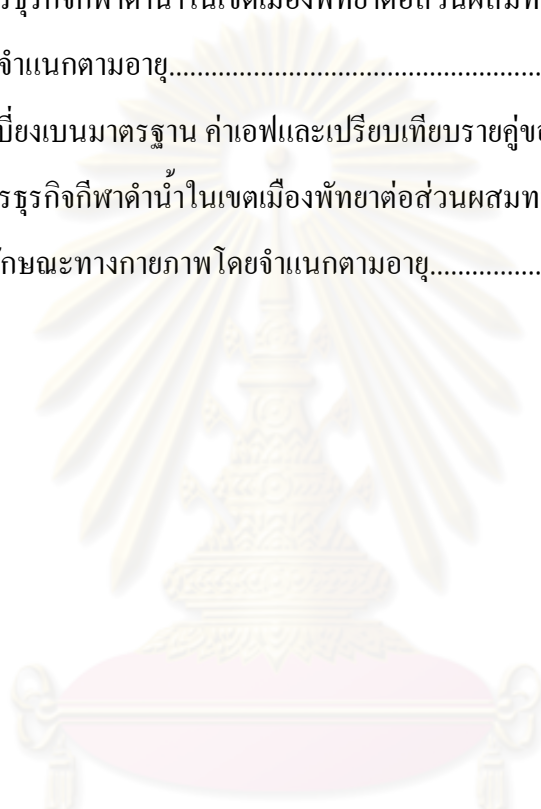
หน้า

25	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาดโดยจำแนกตามเพศ.....	108
26	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยจำแนกตามเพศ.....	110
27	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ให้บริการโดยจำแนกตามเพศ.....	112
28	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยจำแนกตามเพศ.....	114
29	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำ ในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดโดยจำแนกตามอายุ.....	116
30	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามอายุ.....	117
31	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา โดยจำแนกตามอายุ.....	120
32	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาด ด้านสถานที่ให้บริการโดยจำแนกตามอายุ.....	123
33	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาดโดยจำแนกตามอายุ.....	125

34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ
 ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร
 โดยจำแนกตามอายุ.....128

35 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ
 ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการ
 ให้บริการ โดยจำแนกตามอายุ.....131

36 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจ
 ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้าง
 และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยจำแนกตามอายุ.....134



ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การออกกำลังกายและการเล่นกีฬาเป็นสิ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อชีวิตมนุษย์ ทั้งนี้เพราะการเล่นกีฬานอกจากจะทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ ยังสามารถจัดการความเครียดที่เกิดจากการทำงานเพื่อประกอบอาชีพของบุคคล และมีความสุขเพลิดเพลิน นอกจากนี้กีฬายังมีส่วนช่วยพัฒนาคนของชาติได้เป็นอย่างดี การพัฒนาทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของประเทศ คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยพัฒนาศักยภาพและคุณภาพของประชากรในชาติอย่างต่อเนื่องทุกด้านการส่งเสริมให้ประชากรออกกำลังกายและเล่นกีฬาอยู่เสมอเป็นกระบวนการหนึ่งที่สามารถช่วยพัฒนาคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะช่วยพัฒนาให้มีร่างกายแข็งแรง พละนามัขสมบูรณ์ ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บมีสุขภาพที่ดี มีอารมณ์มั่นคงสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ซึ่งการออกกำลังกายของมนุษย์นั้นก็มีทางเลือกหลายชนิด เช่นกีฬาทางบก กีฬาทางน้ำ ซึ่งก็มีประโยชน์ทุกประเภท ในปัจจุบันกีฬาทางน้ำ ก็เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะกีฬาดำน้ำ

กีฬาดำน้ำเป็นกีฬาที่เล่นได้ทุกเพศทุกวัยทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน เป็นกีฬาที่สามารถสร้างสังคมให้มีความสัมพันธ์กันมากขึ้น จึงทำให้กีฬาดำน้ำเป็นที่นิยม เมื่อเป็นที่นิยมกิจการธุรกิจการดำน้ำก็เพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจเพิ่มขึ้นตามลำดับ ซึ่งหลักสูตรการดำน้ำลึก หรือ SCUBA (Self Contained Underwater Breathing Apparatus) นั้น มีสถาบันสอนดำน้ำที่มีระบบการเรียนและระดับการเรียนมีชื่อเสียงอยู่หลายแห่ง แต่ที่รู้จักกันดีในวงการดำน้ำทั่วไป ดังนี้ PADI (Professional Association Diving Instructor), USA NAUI (National Association Underwater Instructor), USA CMAS (Confederation Mondiale des Activités Subaquatiques), FRANCE YMCA (Young Men 's Christian Association), USA BSAC (British Sub Aqua Club) และ BRITISH สำหรับในประเทศไทยมีสองหลักสูตรที่เปิดสอน คือ PADI (PROFESSIONAL ASSOCIATION OF DIVING INSTRUCTION) และ USA NAUI (NATIONAL ASSOCIATION OF UNDERWATER INSTRUCTOR) แต่ปัจจุบันหลักสูตร PADI เป็นที่แพร่หลายมากกว่า ซึ่งเป็น

หลักสูตรที่ได้รับการยอมรับไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังเป็นหลักสูตรที่เหมาะสมกับทุกเพศวัยต่อการเรียนรู้ และให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยสูง โดยที่นักเรียนนั้นจะได้รับการเน้นหนักไปทางภาคปฏิบัติเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ก่อนที่จะไปดำเนินงานจริง และนอกจากนั้นธุรกิจค้ำน้ำเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราเข้าประเทศเนื่องจากประเทศไทยมีภูมิประเทศติดกับทะเลที่สวยงาม และสภาพแวดล้อมทางทะเลก็ยังสมบูรณ์ ทำให้เศรษฐกิจของไทยดีขึ้นและไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ดังนั้นเมื่อกีฬาค้ำน้ำเป็นที่นิยมมาก มีหลักสูตรหลากหลาย จึงมีคนสนใจที่จะเรียนค้ำน้ำกันมากขึ้น (องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, 2549)

จากปัญหาของการค้ำน้ำคือยังไม่มีทำให้ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของอุปกรณ์ ซึ่งอุปกรณ์บางอย่างไม่ได้มาตรฐานที่กำหนดไว้และบางสถานที่มีคนแน่นมากเกินไปทำให้การเรียนการสอนไม่ตรงตามมาตรฐาน ซึ่งจะทำให้เกิดผลเสียต่อกิจกรรมการค้ำน้ำโดยทั่วไป นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่นๆ อีกมากมายที่น่าสนใจเพราะเมื่อมีปัญหาแล้วจะทำให้เกิดการทำลายสภาพแวดล้อมและอาจเกิดอุบัติเหตุที่เกี่ยวกับการค้ำน้ำได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อค้ำน้ำของประเทศไทยเป็นอย่างมากและสิ่งที่สามารถแก้ไขได้ คือ การศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาให้ตรงจุดตามสภาพความเป็นจริง (มงคล ศัพทนะวิน, 2546)

เนื่องจากกิจกรรมการค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยามีจุดเด่นเรื่องการเดินทางสะดวก ใช้เวลาในการเดินทางจากกรุงเทพประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที มีกิจกรรมทางน้ำให้เลือกหลากหลาย และยังเป็นแหล่งค้ำน้ำที่สวยงาม จึงมีความต้องการที่จะศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในด้านต่างๆว่ามีปัญหาในการประกอบธุรกิจกีฬาค้ำน้ำ และสามารถนำความรู้ไปใช้ให้ตรงตามความเป็นจริงอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการค้ำน้ำของประเทศไทย จะได้ดำรงอยู่ได้นาน ตลอดจนมีรูปแบบที่เป็นมาตรฐานเดียวกับต่างประเทศ จึงเห็นว่าธุรกิจกีฬาค้ำน้ำเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองอย่างยิ่งและกำลังเป็นที่นิยมกับผู้ที่ชอบกีฬาค้ำน้ำ ดังนั้นธุรกิจบริการด้านค้ำน้ำจึงมีการแข่งขันอย่างมาก เช่น ด้านราคาของการให้บริการกีฬาค้ำน้ำ การฝึกค้ำน้ำ การสอนและการสอบใบอนุญาตค้ำน้ำ จึงเป็นที่ต้องการสำหรับผู้สนใจกีฬาค้ำน้ำ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะสร้างความมั่นใจ และไว้วางใจให้แก่ลูกค้าที่จะใช้บริการกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยารั้งต่อไป

จากเหตุดังได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เนื่องจาก มีผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำเป็นจำนวนมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกด้านการเดินทางที่หลากหลาย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา เพื่อให้ทราบถึง ทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการในการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา ซึ่งจะมีผล ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยามากด้วย

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้นำ ทรัพยากรในการจัดการ ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรมนุษย์ (People) ด้านวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material) ด้านเทคโนโลยี (Technology) และด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) กระบวนการจัดการ ประกอบด้วย ด้านการวางแผน (Planning) ด้านการจัดองค์กร (Organizing) ด้านการชี้นำ (Leading) และด้านการควบคุม (Controlling) เพื่อศึกษากระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา และได้้นำส่วนผสมทางการตลาด 7P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ด้านการ ส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เพื่อศึกษาความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำ ในเขตเมืองพัทยา จำแนกตาม เพศ และอายุ

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 15 แห่ง โดย ศึกษาทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ ดังต่อไปนี้

ด้านทรัพยากรในการจัดการ ประกอบด้วย

1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ (People)
2. ด้านวัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material)
3. ด้านเทคโนโลยี (Technology)
4. ด้านข่าวสาร (Information)

ด้านกระบวนการจัดการ ประกอบด้วย

1. การวางแผน (Planning)
2. การจัดองค์กร (Organizing)
3. การชี้นำ (Leading)
4. การควบคุม (Controlling)

และการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยใช้หลักทฤษฎีของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

ข้อตกลงเบื้องต้น

ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา การตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ และตรงกับความเป็นจริง

คำจำกัดความของการวิจัย

ทรัพยากรในการจัดการ (Management resource) หมายถึง การจัดหา จัดมอบ หรือจัดแบ่งทรัพยากรให้กับหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้หน่วยงานหรือบุคลากร ได้ใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานสู่เป้าหมายขององค์กร

ทรัพยากรมนุษย์ (People) หมายถึง บุคลากรที่มีความรู้ และทักษะ มีพฤติกรรมการทำงานที่เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทรัพยากรด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material) หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานในองค์กร และวัสดุอุปกรณ์ในการเรียน การสอนดำเนิน และสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน

ทรัพยากรด้านเทคโนโลยี (Technology) หมายถึง เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่มีความทันสมัยที่มนุษย์สามารถพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานในองค์กร

ทรัพยากรด้านข่าวสาร (Information) หมายถึง สิ่งสื่อความหมายให้รู้เรื่องราวข้อเท็จจริง ข้อมูล หรือสิ่งใด ๆ ไม่ว่าจะสื่อความหมายนั้นจะทำได้โดยสภาพของสิ่งนั้นเองหรือโดยผ่าน วิธีการใด ๆ และไม่ว่าจะได้จัดทำไว้ในรูปของเอกสาร แฟ้มรายงาน หนังสือ แผนผัง แผนที่ ภาพวาด ภาพถ่าย ฟิล์ม การบันทึกภาพหรือเสียง การบันทึกโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือวิธีอื่นใดที่ทำให้สิ่งที่บันทึกไว้ปรากฏได้

การจัดการ (Management) หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยอาศัยทรัพยากรในการจัดการ

การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์เพื่อองค์กรด้วยการพัฒนากลยุทธ์ การใช้งบประมาณ เพื่อจะแบ่งสรรทรัพยากร การวางแผนนโยบายและวางแผนขั้นตอนในการดำเนินการ

การจัดองค์กร (Organizing) หมายถึง การจัดวางโครงสร้างขององค์กร การสร้างความรับผิดชอบและความสัมพันธ์ภาพกับตำแหน่งหน้าที่

การชี้นำ (Leading) หมายถึง กระบวนการใช้อิทธิพลและรางวัล เพื่อจูงใจพนักงานให้ทำงานตามผู้บริหารต้องการ รวมถึงการมอบหมายงาน

การควบคุม (Controlling) หมายถึง การพัฒนามาตรฐานปฏิบัติงาน การจัดทำระบบการรายงานเพื่อการติดตามการทำงานของพนักงาน รวมถึงกิจกรรมต่างๆที่พนักงานทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร และแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นตามความจำเป็น

ธุรกิจกีฬาดำเนิน หมายถึง สถานประกอบการที่ให้บริการทางด้านการสอนดำเนิน จัดทริปดำเนิน และเช่า-ขายอุปกรณ์ดำเนิน

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกประทับใจของนักดำเนินที่เป็นผลมาจากความต้องการที่ได้รับการตอบสนอง ในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำเนินในเขตเมืองพัทยา

กีฬาดำน้ำ (Scuba) หมายถึง การดำน้ำลึก เป็นการดำน้ำลงไปที่มีความลึกต่างๆ และอยู่ใต้น้ำเพื่อดูสิ่งต่างๆที่อยู่ใต้น้ำ อุปกรณ์ที่ใช้ก็จะต้องมีทั้ง Skin set และ Scuba set เพื่อช่วยในการหายใจใต้น้ำและอยู่ได้เป็นเวลานาน

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือต่างๆ ทางการตลาดที่กิจการใช้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาทำให้ทราบถึงการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา
2. การศึกษาทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา
3. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้ที่จะมาใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา
4. การศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาทางน้ำและธุรกิจกีฬาอื่นๆ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบและเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งได้เรียบเรียงไว้ดังนี้

1. ประวัติของกีฬาดำน้ำ
2. แนวความคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองพัทยา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ประวัติของกีฬาดำน้ำ

หลักฐานแรกของการดำน้ำพบจากการบันทึกของชนชาติกรีกโดย Herodotus เล่าว่านักดำน้ำ ชื่อ Scytalis รับจ้างจากกษัตริย์จากเปอร์เซียทรงพระนาม Xerxes เพื่อที่จะหาทรัพย์สมบัติที่จมหายลงไปใต้นทะเลตั้งแต่เมื่อ 500 ปี ก่อนคริสตกาล จากนั้นเป็นต้นมาประวัติศาสตร์ได้บันทึกการดำน้ำไว้ในรูปแบบของการสงคราม หน้าทีของนักดำน้ำในเวลานั้น คือ การตัดสายสมอเรือของข้าศึกเพื่อให้เรือลอยจากไปหรือเจาะท้องเรือศัตรูให้จมลงภารกิจอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างท่าเรือ เพื่อป้องกันบ้านเมืองจากการโจมตีของศัตรูทางทะเลจากประวัติศาสตร์ตอนหนึ่งบันทึกไว้ว่ากษัตริย์อเล็กซานเดอร์มหาราชได้ส่งนักดำน้ำลงไปทำลายเครื่องกีดขวางของชาวเมืองTyre (ปัจจุบันคือประเทศเลบานอน) เมื่อ 332 ปีก่อนคริสตกาลยิ่งไปกว่านั้นพระองค์ยังได้ลงไปสำรวจผลงานด้วยพระองค์เอง

ในยุคแรก ๆ ของการดำน้ำได้มีกิจกรรมการกู้ซากเรือรอบ ๆ เมืองท่าในทะเลเมดิเตอร์เรเนียน โดยช่วงต้นคริสตกาลได้มีการจัดองค์กรมาเพื่อรองรับธุรกิจแขนงนี้โดยเฉพาะ ซึ่งต่อมาได้ตราเป็นกฎหมายบังคับให้มีการจ่ายค่าจ้างสูงขึ้นตามระดับความลึกของภารกิจที่กระทำลงไปโดยระยะความลึก 24 ฟุต นักดำน้ำจะได้รับค่าตอบแทนเป็นจำนวนเงินครึ่งหนึ่งของทรัพย์สินที่นำขึ้นมาได้ในระยะความลึก 12 ฟุต จะได้รับเพียงหนึ่งในสิบของทรัพย์สิน และเทคนิคของการดำน้ำในยุคก่อนยังถูกนำมาใช้ในบางส่วนของโลกแม้กระทั่งทุกวันนี้ กล่าวคือ นักดำน้ำจะฝึกถื่นหายใจ

ตั้งแต่ยังเด็กเพื่อสร้างปริมาตรของปอดและความอดทน ตลอดจนความมั่นใจ จากนั้นเมื่อปฏิบัติงานก็จะจับยึดก้อนหินก้อนใหญ่แล้วหย่อนตัวลงในน้ำ เพื่อให้ร่างกายลงไปลึกตามจุดที่ต้องการได้เร็วขึ้นบางทีก้อนหินจะเป็นรูปแบนทรงกลมทำให้บังคับทิศทางไปสูเป้าหมายที่เอวจะผูกเชือกซึ่งจะมีผู้ช่วยดึงจากผิวน้ำเมื่อนักดำน้ำคิดว่าวัตถุที่ต้องการได้ ผู้ช่วยจะดึงเชือกขึ้นมาพร้อมกับวัตถุนั้น ระยะเวลาการกลั้นหายใจนี้ปกติจะอยู่ในราว 1 - 2 นาที ซึ่งจะพอๆ กับการกลั้นหายใจบนบก ฉะนั้นในระยะความลึก 80-100 ฟุต นักดำน้ำที่ผ่านการฝึกฝนมาอย่างดี จะสามารถทำงานได้โดยปราศจากปัญหาแม้ว่าจะเป็นงานที่ค่อนข้างหนักและออกแรงมากก็ตามนักดำน้ำหลายคนยังสามารถทำลายสถิติในการกลั้นหายใจเป็นเวลานานๆมีผลกระทบต่อระบบการทำงานของร่างกายมนุษย์ (องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ, 2549)

การพัฒนาการดำน้ำ

ความประสงค์ที่สำคัญที่สุดของนักดำน้ำก็คือ การมีอากาศหายใจเมื่ออยู่ใต้น้ำซึ่งจะทำให้มนุษย์อยู่ใต้น้ำได้นานมากขึ้น ความพยายามอย่างแรกที่จะมีอากาศหายใจ คือ การใช้ท่อยาวๆต่อลงไปใต้น้ำ ซึ่งควรจะทำให้อยู่ใต้น้ำ ได้นานขึ้นแต่ไม่เหมาะเมื่อต้องทำงานใต้น้ำ การใช้ท่อหายใจจากผิวน้ำใช้ในทางทหารสำหรับยุทธวิธีที่จะเล็ดลอดเข้าไปสู่ที่มั่นของข้าศึก บุคคลที่ใช้วิธีการนี้มันจะไม่ใช่นักดำน้ำ แต่มันจะเป็นทหารซึ่งต้องการเพียงจะแฝงเร้นตัวเองเท่านั้น มองดูเพียงผิวนิการที่มีท่อหายใจยาวขึ้นคงจะทำให้ใต้น้ำ ได้ลึกแต่ความเป็นจริงตามขั้นตอน มนุษย์จะใช้ถุงหนังสัตว์ล้อมศีรษะแล้วต่อท่อซึ่งปลายบนผูกติดกับทุ่นลอยเพื่อจะได้มีอากาศหายใจ แต่เท่าที่ปรากฏไม่เคยมีใครทำเช่นนั้นได้สำเร็จจากการทดลองจากสถานการณ์จริงปรากฏว่าวิธีนี้ไม่ได้ผลแม้ว่าลึกเพียง 1 ฟุต เพราะมันเป็นไปไม่ได้เลยที่มนุษย์จะหายใจเอาอากาศจากผิวน้ำในระดับลึกกว่านั้น โดยใช้กลไกเพียงร่างกายมนุษย์เท่านั้นในเมื่อในความลึกขณะนั้นน้ำมีแรงกระทำ ต่อร่างกายนักดำน้ำถึง 200 ปอนด์ตรงที่หน้าอก แรงกระทำอันนี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ การหายใจใต้น้ำจะทำได้ต่อเมื่อสามารถหาแรงกระทำอื่นใดที่เหนือกว่าแรงกดดันของน้ำ หรือกำจัดแรงกดดันของน้ำให้หมดสิ้นไปมนุษย์จึงจะหายใจใต้น้ำได้จากหลักฐานและเหตุผลในประวัติศาสตร์ อุปกรณ์ดำน้ำในจินตนาการอาจจะดีเลิศในหลักการ แต่ไม่สามารถนำมาใช้งานได้จริง ยังมีความคิดที่จะใช้ถุงลมผูกติดไปกับตัวนักดำน้ำ ซึ่งเป็นความคิดดั้งเดิมย้อนหลังไปจนถึงศตวรรษที่ 9 ก่อนคริสตกาลโดยชาว Assyrian ซึ่งมีบันทึกบนฝาผนังแสดงให้เห็นว่ามนุษย์ใช้ถุงที่เย็บจากหนังสัตว์เป็นถุงบรรจุอากาศลงไปในน้ำ อย่างไรก็ตามนักดำน้ำคนนี้คงเพียงแต่ใช้ถุงนี้เพียงสำหรับเป็นอุปกรณ์ช่วยพยุงตัวเหนือน้ำเท่านั้น เพราะเป็นไปไม่ได้เลยที่ร่างกายของนักดำน้ำคนนี้จะลงไปอยู่ในน้ำพร้อมกับถุงนี้

วิธีการดำน้ำที่เป็นไปได้มากกว่าอีกวิธีหนึ่งในสมัยกลาง คือราว ค.ศ. 1240 โดย Roger Bacon ซึ่งได้อ้างอิงอุปกรณ์ที่จะทำให้มนุษย์เดินอยู่ใต้น้ำหรือทะเลได้โดยไม่เป็นอันตราย ต่อมาในศตวรรษที่ 16 - 17 ได้มีบุคคลหลายกลุ่มพยายามออกแบบชุดประดาน้ำออกมาอีกมากมาย

ซึ่งต่อมายังเป็นที่น่าสงสัยว่าจะเป็นต้นแบบความคิดอันทำให้ Jules Verne นำมาเขียนเป็นนวนิยายกล่าวถึงเรือดำน้ำพลังงานนิวเคลียร์ซึ่งเป็นจินตนาการที่กว้างไกลมากแต่ขาดเหตุผลสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี

การดำน้ำที่ประสบผลสำเร็จในยุคแรกๆ คือ ในราว ค.ศ. 1500 – 1800 ซึ่งมนุษย์สามารถคิดค้นอุปกรณ์ซึ่งสามารถทำให้นักดำน้ำอยู่ใต้น้ำได้นานนับชั่วโมงแทนที่จะเป็นนาทีดังเช่นแต่เดิมถึงนั่นคือ Diving Bell วัตถุประฆังซึ่งส่วนได้เปิดออก มีขนาดใหญ่ มีน้ำหนักมากและแข็งแรงได้ถูกสร้างขึ้นใช้งานโดยการหย่อนลงในแนวดิ่งไปยังจุดที่ต้องการ ซึ่งวัตถุนี้สามารถเก็บกักอากาศสำหรับหายใจของนักดำน้ำได้หลายชั่วโมง หลักการของ Diving Bell นี้ก็เช่นเดียวกับการคว่ำแก้วลงในอ่างน้ำโดยอากาศจะถูกอัดด้วยน้ำถึงจุดหนึ่งแต่ยังมีอากาศพอเพียงสำหรับการหายใจ Diving Bell ผูกแขวนอยู่กับเชือกจากเรือที่อยู่เหนือน้ำ ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนไหวไปมาได้โดยสะดวกนักดำน้ำก็ต้องอยู่เพียงภายในเท่านั้นจะออกมาได้ก็ต้องกลับหายใจแล้วดำออกมาทำงาน จากนั้นก็ต้องกลับเข้าไปใหม่ จากหลักฐานที่ปรากฏว่ามีการดำน้ำอย่างได้ผลดียิ่งคือในราวปี ค.ศ.1531 จนกระทั่งปี 1680 ชาวแมสซาชูเซต ชื่อ William Phipps ได้ใช้เทคนิคของ Diving Bell ค้นหาสสมบัติมูลค่า 20,000 ปอนด์ จากเรือของสเปนในทะเลแคริบเบียน

ในปี 1690 Edmund Halley นักดาราศาสตร์ชื่อก้องโลกได้พัฒนา Diving Bell โดยใช้ขนาดที่ใหญ่ขึ้นและใช้ถังอากาศซึ่งมีน้ำหนักส่งจากผิวน้ำลงไปเติมอากาศให้ Diving Bell ช่วงล่างด้วยวิธีที่เขาและผู้ช่วยอีก 4 คนสามารถอยู่ในระดับความลึก 60 ฟุตได้แม่น้ำเทมส์ได้เป็นเวลา 1.5 ชั่วโมง จากนั้นอีก 26 ปีเขาได้ใช้ Diving Bell รุ่นใหม่ซึ่งปรับปรุงให้ดีขึ้นดำลงไปทีระดับ 66 ฟุต ได้นาน 4 ชั่วโมง ในเวลานั้นเขามีอายุถึง 65 ปี จากนั้น ปี 1715 ชาวอังกฤษอีกคนหนึ่งคือ John Lethbridge ได้ประดิษฐ์ชุดดำน้ำแบบบุกลิ้นขึ้นใช้ซึ่งลักษณะเหมือนถังน้ำมันมีหน้าตาเป็นกระจกและมีปลอกแขนยื่นออกมาสำหรับทำงาน วิธีการใช้ก็คือหย่อนลงมาจากเรือบนผิวน้ำเช่นเดียวกับ Diving Bell ชุดดำน้ำของ Lethbridge ได้ประสบความสำเร็จพอสมควรในการกู้ซากเรือในน่านน้ำหลายแห่งของยุโรปจากจดหมายเหตุในปี 1749 ระบุว่าเขาใช้ชุดดำน้ำนี้ในระดับ 10 ฟาร์ธอม (60 ฟุต) ถึง 12 ฟาร์ธอม (72 ฟุต) และอยู่ใต้น้ำครั้งละ 34 นาที นอกเหนือจากนั้นก็ยังมี การออกแบบชุดดำน้ำออกมามากมาย ๆ กับของ Lethbridge และได้ใช้ติดต่อกันมาอีกหลายปี แต่ถึงกระนั้นขอบเขตของการทำงานก็ยังจำกัดอยู่เช่นเดียวกับ Diving Bell เนื่องจากการส่งผ่านอากาศทำได้ไม่สะดวก จนกระทั่งมาถึงศตวรรษที่ 19 ซึ่งได้มีการส่งผ่านอากาศด้วยกำลังดันสูงผ่านลงไปให้นักดำน้ำและนั่นคือการปฏิวัติรูปแบบของการดำน้ำจาก Diving Bell มาสู่ Diving Suit และ Helmet ซึ่งเริ่มต้นในราวศตวรรษที่ 18 การดำน้ำในช่วงระยะเวลานั้นส่วนมากทำโดยการใช้หมวกเหล็กครอบศีรษะแล้วปีนอากาศจากผิวน้ำลงไปเช่นเดียวกับการดำน้ำเพื่อทำงาน ในปัจจุบันชุดดำน้ำเหล่านี้พัฒนาขึ้นโดย August Siebe ในปี 1820 เขาได้ใช้หมวกเหล็กต่อเข้ากับชุดดำน้ำและมีวาล์ว

ปล่อยอากาศที่ไม่ต้องการออกจากหมวกเหล็กอีกทั้งยังได้ประดิษฐ์ปัมอากาศให้มีแรงดันสูงส่งผ่านลงไปยังนักดำน้ำในระดับความลึกได้ด้วยวิธีนี้จึงทำให้นักดำน้ำอยู่ในความลึกได้นานขึ้นและนั่นก็ทำให้เกิดผลทางสรีระของนักดำน้ำตามมาก็คือโรคปวดตามข้อซึ่งเป็นที่มาของโรค “เบน” กว่าจะค้นหาสาเหตุของโรคนี้ได้มนุษย์ยังใช้เวลาค้นหาอีก 50 ปี ต่อมาโดย Sir Robert Boyle ซึ่งสังเกตจากการนำงูมาใส่ในครอบแก้วที่มีความกดดันในปี ค.ศ.1670 นั้นเอง โลกจึงได้รู้จักโรคซึ่งเกี่ยวกับความกดดันของอากาศ (องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ, 2549)

ในปี 1866 Benoit Rouquayrol วิศวกรเหมืองแร่และ August Denayrouze วิศวกรนาวิได้ประดิษฐ์ถังอากาศยุคแรกขึ้นแม้ว่าจะไม่เหมือนถังอวกาศเสียทีเดียวเพราะต้องใช้อากาศจากผิวน้ำลงไปช่วยเติมตลอดเวลาแต่อย่างไรก็ดีก็เป็นการเริ่มใช้ “Demund Regulator” ซึ่งเป็นหลักการเบื้องต้นของ regulator ในปัจจุบัน จากนั้นเป็นต้นมาก็มีนักประดิษฐ์คิดค้นอุปกรณ์ดำน้ำชนิดต่างๆ แปลกๆ กันออกมาหลายชิ้นจนกระทั่งในปี 1938 ได้มีชาวฝรั่งเศสผู้เป็นที่รู้จักแพร่หลายจนปัจจุบันนี้ว่าเป็นบิดาแห่งวงการดำน้ำของโลก นั่นคือ Jacques-Yves Cousteau ได้ประดิษฐ์อุปกรณ์ดำน้ำแบบ Close Circuit ขึ้น แม้ว่าไม่ประสบผลสำเร็จมากนักเพราะอุปกรณ์สมัยนั้นไม่สมบูรณ์แบบและมีอันตรายเกือบเอาชีวิตไม่รอดถึง 2 ครั้ง แต่ก็ยังพัฒนาระบบการส่งผ่านอากาศจากถังอากาศมายังมนุษย์ได้ดียิ่งขึ้นมาถึงปี 1943 Cousteau และ Gagnan ได้ร่วมกันประดิษฐ์อุปกรณ์ชื่อ Aqualung เป็นผลสำเร็จครั้งแรกซึ่งประวัติศาสตร์ได้จารึกไว้ว่า Aqualung ปฏิวัติรูปแบบการดำน้ำของโลก และได้ทดลองใช้โดย Frederic Dumas เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 1943 โดยเขาลงไปได้ลึกถึง 203 ฟุต หลังจากปี 1948 Aqualung ได้ถูกผลิตขึ้นมาจำหน่ายเป็นการค้าครั้งแรก 12 ตัว โดย UCLA (University of California at Losangeles) ได้ซื้อไปทดลองใช้นานกว่า 1 ปี ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมาการดำน้ำก็เป็นที่แพร่หลายรู้จักกันทั่วโลกมีบุคคลหลายองค์กรในหลายประเทศได้ใช้อุปกรณ์ดำน้ำเพื่อการทหาร การพาณิชย์และเพื่อการพักผ่อนยามว่างเป็นจำนวนนับล้านคน สำหรับในประเทศไทยก็เริ่มกันมาประมาณ 30 ปีที่แล้ว ปัจจุบันมีนักดำน้ำอยู่ไม่น้อยกว่า 3,000 คน และนับวันจะยังเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

จากประวัติข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีการเริ่มการดำน้ำมาตั้งแต่ 500 ปีก่อนคริสตศักราชจนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 2502 ปี และผู้ที่เป็นบิดาของวงการดำน้ำ คือ Jacques Yves Cousteau เป็นชาวฝรั่งเศส ได้ผลิตอุปกรณ์ดำน้ำที่ใช้อยู่จนถึงปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่าการดำน้ำมีมานานมากแล้วและอาจจะกล่าวได้ว่ากีฬาดำน้ำไม่เพียงให้ความสนุกสนานเพียงอย่างเดียวแต่ยังมีประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคมสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ (องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ, 2549)

กิจกรรมกีฬาดำน้ำในประเทศไทย

การดำน้ำในประเทศไทยเริ่มขึ้นที่หน่วยประดาน้ำของกองทัพเรือ และติดตามด้วยการเข้ามาของฐานทัพอเมริกาที่สัตหีบที่เอนักดำน้ำทหารของอเมริกาเข้ามาด้วย นอกจากนั้นนักเรียนไทยที่จบการศึกษาจากต่างประเทศก็เป็นบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งที่เข้ามาเพิ่มจำนวนนักดำน้ำไทยให้เพิ่มมากขึ้น

ขึ้นด้วยบุคคลเหล่านี้ได้พบปะและรวมตัวกันอย่างหลวมๆ แถบทะเลพัทยา โดยมีบุคคลสำคัญที่จัดเป็นปรมาจารย์ดำน้ำของไทย ได้แก่ นาย Dusty Rhode ซึ่งเป็นครูฝึกทหารนาวิกโยธินอเมริกันมาเป็นครูสอนดำน้ำนักดำน้ำไทยโดยมีลูกศิษย์ดำน้ำรุ่นแรกๆ เช่น ดำรง สาธุการ, ดร. รัตน์ทัศนีย์, ปรีดา จุลละมณฑล, ศรีพิจิตต์ เต็มชัยเจริญศักดิ์, พลัง ยิ้มพานิช เป็นต้น นักดำน้ำไทยรุ่นแรกๆ นี้เองที่เป็นรากฐานให้เกิดสถาบันสอนดำน้ำไทยอีกหลายแห่ง และทำให้การดำน้ำได้แพร่กระจายออกไปในประเทศไทยในเวลาต่อมาการดำน้ำไทยเริ่มกล่าวขวัญถึงเป็นครั้งแรก ในกรณีล่าสมบัติเรือจมในบริเวณหมู่เกาะต่างๆ ในอ่าวไทยมีผู้หันมาสนใจการดำน้ำมากขึ้น และได้มีโรงเรียนสอนดำน้ำอย่างเป็นทางการเป็นกิจจะลักษณะ เช่น บริษัท SEAT ลีพระยา และบริษัท มนุษย์กับไทย ซึ่งเป็นสถาบันสอนดำน้ำที่มีความสำคัญกับวงการดำน้ำไทยมากเพราะเป็นสถาบันที่ผลิตนักดำน้ำไทยจำนวนมากที่สุด อนุสาร อ.ส.ท. ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นสื่อมวลชนที่เปิดโลกใต้ทะเลให้ชาวไทยรู้จักด้วยการเขียนสารคดีและถ่ายทอดภาพใต้ทะเลที่สวยงาม โดยหวังผลให้ผู้อ่านเกิดความรักและชื่นชมในความสวยงามของโลกใต้ทะเลไทยเกิดความคิดที่จะช่วยกันอนุรักษ์ความสวยงามนี้ไว้ให้ยั่งยืน และก็ยังคงทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยผลักดันให้เกิด “โครงการรักโลกใต้ทะเล” ขึ้นเพื่อทำงานด้านการอนุรักษ์ต่อไป กระแสแห่งการช่วยอนุรักษ์โลกใต้ทะเลได้รับการขานรับจากทุกฝ่าย โดยเฉพาะสถาบันสอนดำน้ำในประเทศไทยที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในหลายพื้นที่ ยังคงดำเนินการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพอย่างมุ่งมั่นและอดทน อนุสาร อ.ส.ท. ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่เปิดโลกใต้ทะเลให้คนไทยรู้จักอย่างต่อเนื่อง ด้วยการ เขียนสารคดี และถ่ายทอดภาพใต้ทะเลที่สวยงาม โดยหวังผลให้ผู้อ่านเกิดความรักและชื่นชมในความสวยงามของโลกใต้ทะเลไทย และช่วยอนุรักษ์ความสวยงามนี้ไว้ให้ยั่งยืนยังมีการทำงานอย่างต่อเนื่อง (องค์การพิพิธภัณฑน์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ, 2549)

อุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการดำน้ำเบื้องต้น

หน้ากากดำน้ำและท่อหายใจ (Mask และ Snorkel)

ควรเลือกให้มีขนาดที่พอดีไม่ใหญ่หรือเล็กเกินไป ควรเลือกใช้หน้ากากที่ทำจากกระจกนิรภัย ที่ระบุว่า Safety Glass หรือ Tempered Glass เพราะว่าหากกระจกแตกจะได้ไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใส่ ผู้ที่มีปัญหาทางสายตาควรเลือกใส่หน้ากากที่มีเลนส์สายตา จะช่วยให้มองเห็นชัดเจนยิ่งขึ้น

รองเท้าบูท (Boots)

แม้แหล่งดำน้ำในทะเลไทยจะอุ่นสบาย แต่นักดำน้ำในบ้านเราส่วนใหญ่ชอบใช้รองเท้าบูทเพื่อป้องกันการถูกขีดข่วน ถูกบาดและถูกครูดจากการเดินขึ้นลงขณะดำน้ำ Fin ดิ้นกบ ทำจากพลาสติกคุณภาพสูงทนต่อสภาพความเป็นกรด ต่างได้ดี

ตีนกบ (Fins)

ตีนกบมีอยู่ 2 ชนิด คือ แบบปรับสายรัดได้ และแบบหุ้มส้น น้ำดำน้ำลึก (Scuba) นิยมใส่ตีนกบแบบชนิดปรับสายรัด เนื่องจากสามารถสวมใส่รองเท้าบูทส์ได้ อย่างไรก็ตามนักดำน้ำแบบผิวหน้า และนักดำน้ำลึกในเขตอบอุ่นส่วนมากนิยมตีนกบชนิดหุ้มส้น

เข็มขัดตะกั่ว (Weight Belt)

เข็มขัดตะกั่วเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำน้ำเพื่อทำให้ตัวจมลงโดยต้องถ่วงให้พอเหมาะเพื่อให้เคลื่อนไหวได้น้ำได้อย่างคล่องแคล่ว ที่ใช้กันมาก คือเข็มขัดตะกั่วทำจากผ้าในลอนขนาดแถบกว้าง 2 นิ้ว ใช้ร้อยก่อนตะกั่ว ที่นักดำน้ำสามารถเพิ่มก้อนตะกั่วได้เท่าที่ต้องการ

ชุดดำน้ำ (Suits)

แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ บอดีสูท (Body Suits) ทำจากผ้าไลครา (Lycra) ในลอนที่มีสีเส้นหรือวัสดุที่คล้ายคลึงกัน ชุดบอดีสูทปกป้องร่างกายจากรอยขีดข่วน และป้องกันแสงแดดเผา แต่ไม่ได้ป้องกันการสูญเสียความร้อนสักเท่าไร จึงนิยมสวมใส่ในการดำน้ำในเขตอบอุ่นเท่านั้น โดยอาจจะใส่ชุดบอดีสูทไว้ข้างในเพื่อใส่ชุดเปียกได้ง่ายขึ้น ชุดเปียก (Wet Suits) เป็นชุดที่สวมใส่ในการดำน้ำบ้านเรามากที่สุด มีให้เลือกหลายสไตล์ รูปแบบหนาเหมาะสำหรับการดำน้ำที่มีอุณหภูมิตั้งแต่ 10-30 องศาเซลเซียส ชุดเปียกลดการสูญเสียความร้อนได้โดยเพิ่มชั้นโฟมนีโอพรีนเป็นฉนวน นักดำน้ำควรเลือกใช้ชุดที่แบบพอดีตัว ชุดเปียกนั้น ไม่ควรพับแน่นหรือห่อเก็บไว้เป็นระยะยาว เพราะจะทำให้รอยพับฟองอากาศแฟบลง ทำให้ความสามารถในการเป็นฉนวนป้องกันการสูญเสียความร้อนลดลง ซิปของชุดเปียกจำเป็นต้องหล่อลื่นบ้างนานๆ ครั้ง ชุดแห้ง (Dry Suits) เหมาะแก่การดำน้ำในจุดที่อุณหภูมิต่ำ ชุดนี้สามารถป้องกันการสูญเสียความร้อนได้ดีกว่าชุดเปียก เพราะร่างกายนักดำน้ำจะแห้ง เหมาะแก่การดำน้ำที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า 18 องศาเซลเซียส ชุดแห้งควรหล่อลื่นซิปเป็นประจำ ควรใช้ไม้แขวนเสื้อพลาสติกหรือไม้ที่มีรูปร่างมนและกว้าง ไม่ใช่ไม้แขวนผ้าที่ทำจากลวด หรือมีวงให้ซิปอยู่ด้านบนและเก็บรักษาชุดไม่ให้ถูกแสงแดด

บีซีดี (Buoyancy Compensators Device: BCD)

คล้ายๆกับเสื้อชูชีพของนักดำน้ำที่สามารถประกอบอุปกรณ์ช่วยหายใจและถังอากาศไว้ด้วยกัน รวมทั้งยังสามารถเติมลมเข้าได้ เพื่อใช้เป็นเสื้อชูชีพยามที่นักดำน้ำลอยตัวอยู่ที่ผิวหน้า ลมที่มีอยู่ในบีซีดี ยังช่วยพยุงตัวยามที่นักดำน้ำต้องการปรับแต่งการลอยตัวเมื่ออยู่ในน้ำได้ด้วย

เครื่องช่วยหายใจ (Regulator)

เร็กกูเลเตอร์ หรือเครื่องช่วยหายใจ ถูกออกแบบมาเพื่อลดความกดดันที่สูงของอากาศที่อยู่ภายในถังอากาศ มาสู่ระดับที่สามารถใช้หายใจได้ โดยเครื่องจะส่งอากาศให้นักดำน้ำในขณะที่หายใจเข้าเท่านั้น

ถังอากาศ (Tank)

ถังอากาศใช้สำหรับบรรจุอากาศเพื่อให้นักดำน้ำหายใจเมื่อเวลาอยู่ใต้น้ำ มีลักษณะแข็งแรง ทนทาน ทนต่อสภาพความเป็นกรด เบสได้ดี มีแบบ Nitrox และ Trimix ซึ่งทุกใบต้องผ่านการตรวจสภาพอย่างสม่ำเสมอ

ข้อมูลทั่วไปการฝึกเรียนดำน้ำ

หลักสูตรการดำน้ำลึก หรือ SCUBA (Self Contained Underwater Breathing Apparatus) นั้นมีสถาบันสอนดำน้ำที่มีระบบการเรียนและระดับการเรียนมีชื่อเสียงอยู่หลายแห่ง แต่ที่รู้จักกันดีในวงการดำน้ำทั่วไปตอนนี้ (องค์การพิพิธภัณฑศึกษาแห่งชาติ, 2549)

1. PADI (Professional Association Diving Instructor)
2. USA NAUI (National Association Underwater Instructor)
3. USA CMAS (Confederation Mondiale das Activities Subaquatiques)
4. FRANCE YMCA (Young Men 's Christian Association)
5. USA BSAC (British Sub Aqua Club)
6. BRITISH

สำหรับประเทศไทยมี 2 หลักสูตรที่เปิดสอนอย่างแพร่หลาย คือ PADI (Professional Association Diving Instructor) และ USA NAUI (National Association Underwater Instructor) แต่ปัจจุบันหลักสูตร PADI เป็นที่แพร่หลายมากกว่า ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้การยอมรับไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังเป็นหลักสูตรที่เหมาะสมกับทุกเพศง่ายต่อการเรียนรู้ และให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยสูง โดยที่นักเรียนนั้นจะได้รับการเน้นหนักไปทางด้านปฏิบัติเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ก่อนที่จะไปดำน้ำจริง เนื่องจากกีฬาดำน้ำก็เป็นที่นิยมแพร่หลาย

หลักสูตรดำน้ำของ PADI (Professional Association Diving Instructor)

1. Open Water Diver เป็นหลักสูตรดำน้ำขั้นเริ่มต้นสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาและชมความงามใต้ทะเล (Scuba Diving) ซึ่งเป็นหลักสูตรในเมืองไทยส่วนใหญ่ได้รับการรับรองจากสถาบัน PADI แห่งอเมริกา (Professional Association Diving Instructor) ที่ได้รับความเชื่อถือและยอมรับไปทั่วโลกขั้นตอน Open Water มีดังนี้ (องค์การพิพิธภัณฑศึกษาแห่งชาติ, 2549)

เรียนทฤษฎีในห้องเรียน นักเรียนจะได้เรียนในเรื่องทฤษฎีการดำน้ำเบื้องต้น, อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำน้ำ, กฎแห่งความปลอดภัย และการใช้ตารางดำน้ำเป็นต้น ใช้เวลาเรียนประมาณ 10 ชั่วโมง

ฝึกทักษะในสระน้ำ นักเรียนจะได้ฝึกทักษะต่างๆที่ใช้ในการดำน้ำ, ฝึกการใช้อุปกรณ์ต่างๆเพื่อให้นักเรียนมีความคุ้นเคยก่อนการลงดำน้ำในสถานการณ์จริง ใช้เวลา 6 ชั่วโมง

การสอบภาคปฏิบัติในทะเล นักเรียนจะได้ลงดำน้ำในสถานที่จริงพร้อมทั้งมีการสอบภาคปฏิบัติ ซึ่งการสอบภาคปฏิบัติจะมีทั้งหมด 4 ครั้ง ใช้เวลา 2 วัน เมื่อนักเรียนสอบผ่านได้ตามหลักสูตรแล้ว นักเรียนจะได้รับบัตรดำน้ำที่ออกโดยสถาบัน PADI ซึ่งสามารถนำไปดำน้ำที่ใดก็ได้ในโลก

2. Adventure Diver เป็นหลักสูตรต่อเนื่องเพิ่มประสบการณ์สำหรับผู้ที่ยังต้องการดำน้ำขั้นพื้นฐานมาแล้ว (Open Water) ในหลักสูตรจะประกอบไปด้วยการดำน้ำเพียง 3 ครั้ง สามารถเรียนได้โดยใช้เวลา 1-2 วัน ส่วนการเรียนในห้องเรียนนั้น นักเรียนจะเรียนกับครูสอนหรือสามารถเรียนด้วยตัวเองก็ได้ซึ่งจะใช้เวลาในห้องเรียนไม่นานและให้ความสำคัญกับประสบการณ์และความสนุกสนานในการ ดำน้ำมากขึ้น

การดำน้ำในหลักสูตร Adventure Diver ได้แก่

- AWARE Fish Identification
- Boat Diving
- Deep Diving
- Multilevel และ Computer
- Night Diving
- Peak Performance Buoyancy
- Search และ Recovery
- Underwater Naturalist
- Underwater Navigation
- Wreck Diving

การฝึกภาคปฏิบัติทางทะเลนั้นทำเพียง 3 ครั้ง โดยเลือกจากวิชาข้างต้น

3. Enriched Air Diver เป็นหลักสูตรพิเศษสำหรับนักดำน้ำระดับ Open Water ขึ้นไปที่สนใจการดำน้ำแบบใช้อากาศผสมพิเศษที่มีออกซิเจนมากกว่าปกติ (ปริมาณของออกซิเจนมากกว่า 21%) ซึ่งจะช่วยให้นักดำน้ำมีเวลาอยู่ใต้น้ำมากขึ้นกว่าเดิมอย่างมาก ในหลักสูตรจะประกอบไปด้วยการเรียนในห้องเรียน และการดำน้ำโดยใช้ไนโตร็อกซ์ 2 ระยะเวลาในการเรียนประมาณ 1 วันครึ่ง โดยมีการสอบข้อเขียนและปฏิบัติดำน้ำโดยใช้ไนโตร็อกซ์

4. Advanced Open Water เป็นหลักสูตรต่อเนื่องสำหรับผู้ที่ยังต้องการดำน้ำขั้นพื้นฐานมาแล้วและต้องการเรียนเทคนิคเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มทักษะความสามารถ และความรู้ในการดำน้ำให้มากขึ้นในหลักสูตรประกอบด้วยการดำน้ำ 5 ครั้ง ส่วนการเรียนในห้องเรียนนั้น นักเรียนจะเรียนกับครูสอนหรือสามารถเรียนด้วยตัวเองก็ได้ และจะมีการฝึกภาคทะเลให้รู้จักการใช้เข็มทิศใต้น้ำ, การดำน้ำลึก

นอกนั้นเป็นวิชาเลือก ซึ่งใช้เวลาในห้องเรียน 3 วัน แต่ถ้านักเรียนมีบัตร PADI Adventure Diver แล้ว จะใช้เวลาเรียนเพียง 1 วันครึ่งเท่านั้น

5. Medic First Aids เรียนรู้การปฐมพยาบาลเบื้องต้นที่ถูกต้อง เพื่อช่วยเหลือบุคคลทั่วไป เมื่อเกิดอุบัติเหตุ ใช้เวลาเพียง 1 วัน ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในหลักสูตร Rescue Diver ต่อไป

6. Rescue Diver เป็นหลักสูตรเพื่อเพิ่มความสามารถของนักดำน้ำในการจัดการกับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้ในการดำน้ำมีการฝึกแก้ไขปัญหา ในสถานการณ์จำลองต่างๆ ซึ่งจะเน้นหนักไปที่ความปลอดภัยเป็นหลัก หลักสูตรนี้จะเป็นก้าวแรกสำหรับผู้ที่พัฒนาตัวเองขึ้นไปสู่ภาคระดับอาชีพในหลักสูตรจะประกอบด้วยการเรียนในห้องเรียนประมาณ 6 ชั่วโมง การฝึกภาคปฏิบัติในทะเล 12 ครั้ง รวมใช้เวลาเรียนประมาณ 2 วัน

7. Dive Master ก้าวแรกของการเป็นนักดำน้ำอาชีพ คือ การเป็นไคฟมาสเตอร์ มีการฝึกฝนเทคนิคดำน้ำต่างๆเพิ่มเติม เช่น การควบคุมดูแลนักดำน้ำในลักษณะต่างๆกัน นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสที่จะช่วยครูผู้สอน ในการสอนดำน้ำหลักสูตรต่างๆอีกด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์และความสามารถในการดำน้ำ อีกทั้งยังเป็นก้าวต่อไปของการเป็นผู้ช่วยครูสอนหรือครูสอนในอนาคตใช้เวลาเรียนประมาณ 10 วัน

8. Instructor Development Course (IDC) หลักสูตรนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการจะก้าวไปสู่การเป็นครูสอนดำน้ำอย่างเต็มตัว ผู้เรียนจะได้ฝึกฝนเทคนิคในการสอนดำน้ำในหลักสูตรต่างๆ เพิ่มเติมการทำความเข้าใจในระบบการสอนแบบมาตรฐาน นอกจากนี้ยังจะได้มีโอกาสที่จะช่วยครูผู้สอนในการสอนดำน้ำในหลักสูตรต่างๆ อีกด้วย ใช้เวลาในการเรียนประมาณ 4 วัน

เนื้อหาในการเรียน ได้แก่

- ระบบการสอนดำน้ำ ข้อบังคับ มาตรฐานในการสอนดำน้ำในหลักสูตรต่างๆ
- การสอนในภาคทฤษฎี
- การสอนในภาคสระน้ำ
- การสอนในภาคทะเล

หลังจากที่เรียนจบหลักสูตร IDC แล้ว ผู้เรียนต้องไปสอบในโปรแกรม Instructor Examination ซึ่งใช้เวลา 3 วัน ถ้าสอบผ่านก็จะได้เป็น Open Water Scuba Instructor ซึ่งเป็นขั้นแรกของการเป็นครูสอนดำน้ำ ระยะเวลาเรียนประมาณ 30 วัน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

มีผู้ให้คำนิยามหรือความหมายของการบริหารมีลักษณะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับแต่ละทัศนะและแนวทางการศึกษาของนักวิชาการแต่ละท่าน แต่เนื้อหาและใจความจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีดังต่อไปนี้

Koontz และ Donnel (1972) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า หมายถึง “การทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น”

Dale (1973) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า หมายถึง “กระบวนการจัดองค์การและการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า”

ปิยธิดา ตรีเดช และศักดิ์สิทธิ์ ตรีเดช ได้กล่าวถึง การบริหารงาน (Administration) และการจัดการ (Management) ว่าเป็นคำที่ใช้แทนกันได้ แต่มีผู้รู้บางท่านพยายามแยกให้เห็นความแตกต่างระหว่างคำสองคำนี้ เช่น การบริหารนั้นมุ่งเน้นเกี่ยวกับนโยบายส่วนการจัดการเป็นการนำเอานโยบายไปปฏิบัติ หรือบางครั้งแบ่งแยกทั้งสองคำเพื่อสื่อความหมายเดียวกัน เป็นการบริหารจัดการ และได้สรุปความหมายของการบริหาร คือ กระบวนการร่วมกันระหว่างหัวหน้า (ผู้บริหาร) และผู้ปฏิบัติงานในอันที่จะทำให้งานสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกันนั่นเองและเป็นหน้าที่ของผู้บริหารในอันจะกระทำการใดๆ ให้มีการร่วมมือกันทำงานอย่างเต็มใจและเต็มความสามารถโดยใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด (ปิยธิดา ตรีเดช และศักดิ์สิทธิ์ ตรีเดช, 2530)

Foller (อ้างถึงใน กรองแก้ว อยู่สุข, พิมพา ศรายุทธ และจรัสพันธ์ นุตาคม, 2536) กล่าวว่า การบริหาร คือ ศิลปะของการทำงานให้สำเร็จโดยใช้นุคคลอื่นและเราจะเห็นได้จากความจริงที่ว่า ผู้จัดการหรือผู้บริหารจะบรรลุถึงเป้าหมายของเขาได้โดย “เตรียมการให้ผู้อื่นทำงาน มิใช่ให้ตนเองทำเองโดยลำพัง”

อย่างไรก็ดีจากความหมายของการบริหาร จะเห็นได้ว่าการบริหารจะต้องมีลักษณะดังนี้
1) การบริหารย่อมมีวัตถุประสงค์ (Objectives) 2) การบริหารต้องใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยในการบริหาร (Management Resources) 3) การบริหารมีลักษณะเป็นการดำเนินการเป็นกระบวนการ (Process)

จากคำนิยามข้างต้นสรุปความหมายของคำว่าบริหาร (Administration) หรือ คำว่าการจัดการ (Management) ก็คือ “การดำเนินการในกิจกรรมต่างๆ ในองค์กรอันเป็นของกลุ่มบุคคลที่ร่วมมือร่วมใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์การได้ตั้งเป้าหมายไว้”

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ไซมอน ผู้ได้รับการยกย่องว่าเป็นปราชญ์ในสาขาการจัดการว่าการจัดการ หมายถึง การทำงานของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน เขาได้

นำพฤติกรรมศาสตร์มาเป็นองค์ประกอบมูลฐานของการจัดการ ซึ่งเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมของมนุษย์ เช่น แนวความคิดเรื่องแรงจูงใจ การสื่อความหมาย ความขัดแย้ง ความพึงพอใจ ความร่วมมือ ตลอดจนอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ (Simon, 1965 อ้างถึงใน สุรศักดิ์ ปริญารัตนชัย, 2544)

1. องค์กรเป็นระบบสังคม และระบบสังคมจะกำหนดบทบาทและหน้าที่ของทุกคน
2. กลุ่มมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทัศนคติของบุคคล
3. บุคคลแต่ละคนไม่ต้องการแรงจูงใจทางเศรษฐกิจอย่างเดียว แต่ต้องการแรงจูงใจทางด้านสังคมและจิตวิทยาด้วย

4. ความพอใจในผลงานย่อมทำให้เกิดผลการเพิ่มประสิทธิภาพ
5. แบบของผู้นำให้เน้นที่พฤติกรรม
6. ขอมรับว่าองค์กรมีความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ มากมายจนนับไม่ถ้วน
7. การจัดการมุ่งถึงผลผลิตขององค์กรมากกว่ากระบวนการหรือกิจกรรม

Dale (1973) กล่าวว่า การจัดการ คือ กระบวนการจัดองค์กรและการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า และได้จำแนกหน้าที่ของผู้จัดการไว้ 7 ขั้นตอน หรือที่เรียกว่า POSDCIR ดังนี้

1. Planning : การวางแผน
2. Organizing : การจัดองค์กร
3. Staffing : การจัดคนเข้าทำงาน
4. Directing : การอำนวยการ
5. Controlling : การควบคุมการทำงาน
6. Innovation : การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ
7. Representation: การเป็นตัวแทนขององค์กร

Koontz (1972) ได้ให้ความหมายของการจัดการว่า การจัดการ คือการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ เป็นอุปกรณ์การจัดการนั้น และเขาได้กำหนดขั้นตอนการจัดการ 5 ขั้นตอนหรือเรียกว่า POSDC ได้แก่

1. Planning : การวางแผน
2. Organizing : การจัดองค์กร
3. Staffing : การจัดคนเข้าทำงาน
4. Directing : การอำนวยการ
5. Controlling : การควบคุมการทำงาน

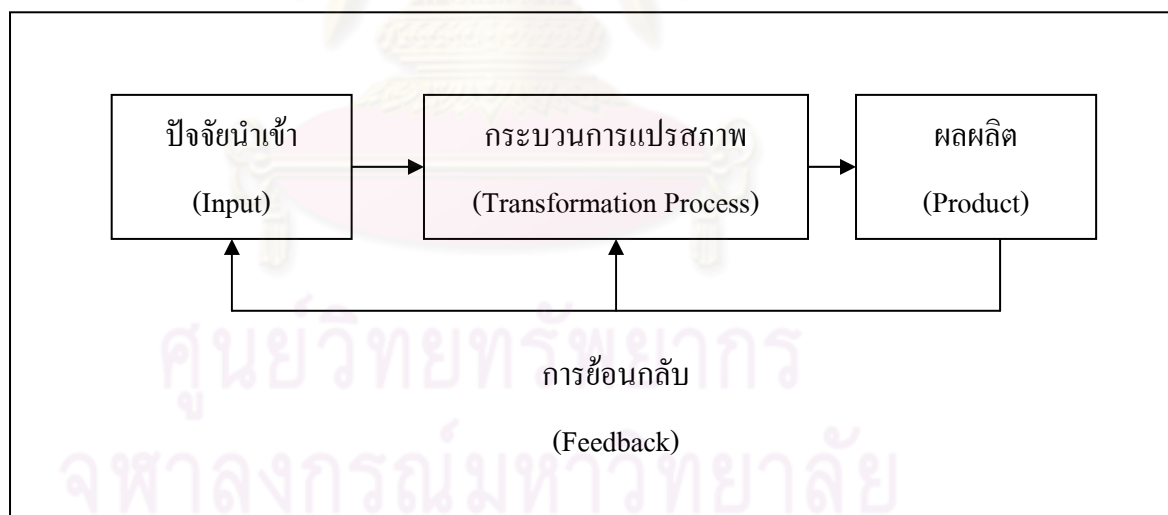
วีเนอร์ (อ้างถึงในสุรศักดิ์ ปริญญารัตน์ชัย, 2544) เป็นนักวิทยาศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องคอมพิวเตอร์ ค.ศ.1974 ซึ่งวีเนอร์ได้ให้แนวคิดองค์การว่า องค์การเป็นระบบสังคม (Social System) ทุกสิ่งทุกอย่างย่อมมีความสำคัญ ซึ่งกันและกัน ในระบบใหญ่ๆระบบหนึ่งย่อมประกอบด้วยระบบย่อยๆหลายๆระบบที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน หากมีการเปลี่ยนแปลงในระบบย่อยใด ย่อมจะกระทบถึงระบบย่อยอื่นๆด้วย ทฤษฎีองค์การของวีเนอร์นี้ ประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ

1. ปัจจัยนำเข้าสู่ระบบ (Input) คือ ปัจจัยที่จำเป็นเพื่อให้องค์การสามารถดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ คน เงินทุน วัสดุ เทคโนโลยีสารสนเทศ

2. กระบวนการ (Process) คือ วิธีการที่นำปัจจัยนำเข้าสู่ระบบโดยดำเนินการเป็นขั้นตอนเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ออกจากระบบ ตัวอย่างของกระบวนการ เช่น กระบวนการผลิต กระบวนการจัดการ ซึ่งแบ่งออกเป็นหลายขั้นตอน เช่น การวางแผน การบริหารงานบุคคล

3. ผลผลิต (Output) คือ เป้าหมายความต้องการขององค์การอาจจะอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ การบริการ กำไร ความพึงพอใจหรือ ผลตอบแทนต่างๆ

4. ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เป็นตัวช่วยปรับแต่งให้สิ่งที่ออกจากระบบได้มาตรฐานเป็นที่พึงพอใจ ข้อมูลต่างๆซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกัน จะถูกส่งเข้าย้อนกลับ เข้าสู่ระบบเพื่อการปรับตั้งนำเข้าสู่ระบบและกระบวนการต่างๆ ให้สอดคล้องต่อกัน อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล



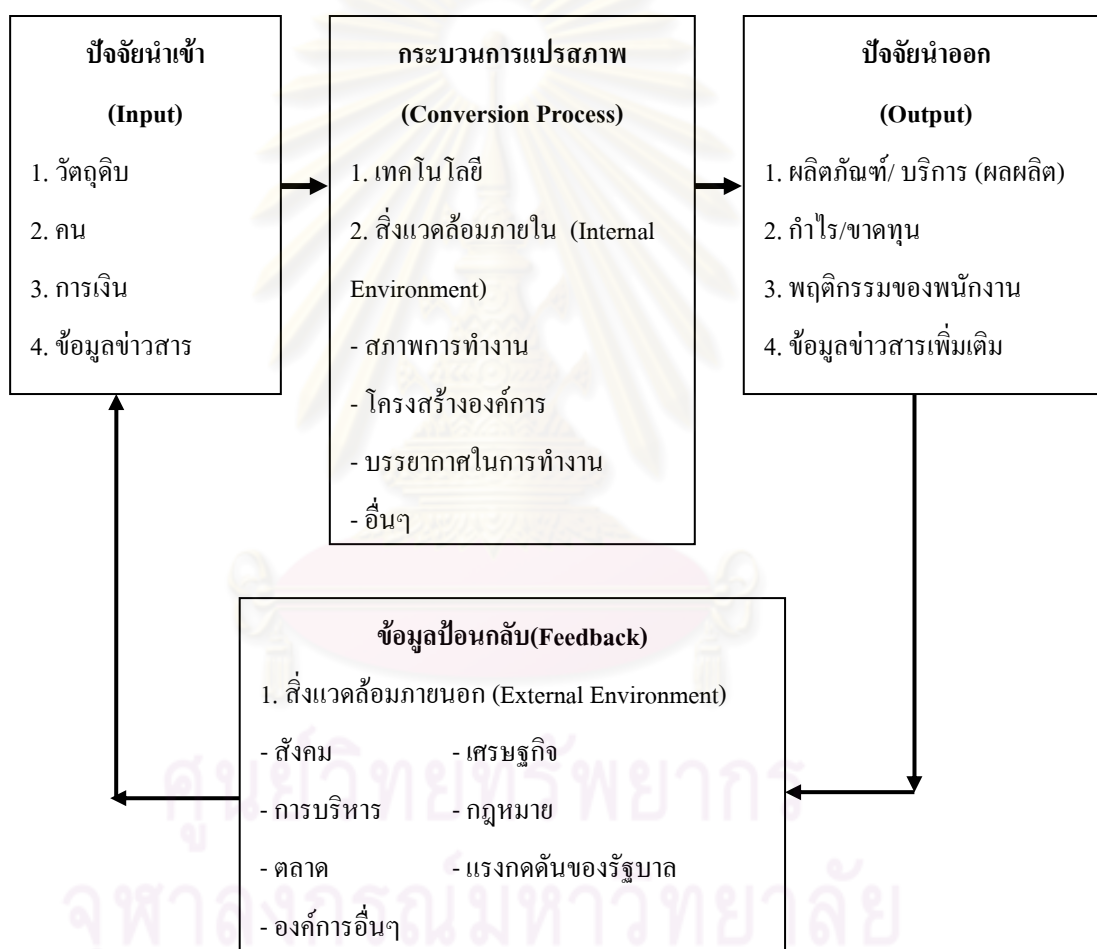
ระบบขององค์การตามแนวคิดของ Wiener

แนวคิดการจัดการสมัยใหม่ (Modern Approach)

มุมมองของการจัดการสมัยใหม่ ประกอบด้วยทฤษฎีระบบ ทฤษฎีการบริหารตามสถานการณ์ การจัดการคุณภาพโดยรวม และมุมมององค์การการเรียนรู้ แนวความคิดการจัดการสมัยใหม่เหล่านี้จะเป็นการบูรณาการมาจากแนวคิดการจัดการแบบดั้งเดิมและแนวคิดการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์

ทฤษฎีระบบ (System Theory)

เป็นแนวความคิดการจัดการซึ่งมององค์การว่าเป็นระบบตามหน้าที่ที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม โดยทฤษฎีนี้จะเป็นการกำหนดกระบวนการหรือขั้นตอนการทำงานของทั้งระบบให้สอดคล้องกันตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งต้องบรรลุถึงจุดมุ่งหมายร่วมกันในทุกกระบวนการ ระบบนี้จะเริ่มต้นด้วยการนำปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมภายนอกเข้าสู่กระบวนการแปรสภาพ (Conversion Process) ได้แก่ เทคโนโลยี ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบเหล่านั้นให้เป็นปัจจัยนำออก (Output) ได้แก่ สินค้าสำเร็จรูปหรือการให้บริการ หลังจากนั้นปัจจัยนำออกก็จะถูกป้อนกลับมาสู่สภาพแวดล้อมภายนอกอีกครั้งหนึ่ง (วิเชียร วิทยอุดม, 2552)



แสดงให้เห็นถึงทฤษฎีระบบ อ้างถึงในวิเชียร วิทยอุดม (2552)

1. ทรัพยากรในการบริหาร (Management Resources)

โดยทั่วไปทรัพยากรในการบริหารหรือปัจจัยในการบริหาร (Management Resources) สำคัญมีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ คน (Men) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) และการบริหาร (Management) หรือ เรียกสั้นๆว่า 4M's ทรัพยากรในการบริหารหรือปัจจัยในการบริหารเหล่านี้เป็น

สื่อที่เป็นสื่อที่จำเป็นหรือเป็นพื้นฐานในการบริหารที่จะขาดเสียมิได้ ถ้าขาดเสียแล้วไม่ว่าจะเป็นการบริหารราชการหรือการบริหารธุรกิจก็ตาม งานก็จะไม่สามารถดำเนินไปได้ด้วยดี แต่ในทางการบริหารธุรกิจได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารหรือปัจจัยในการบริหารเพิ่มขึ้นอีก 4 ประการรวมแล้วเป็น 8 ประการ ได้แก่ คน (Men) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) การบริหาร (Management) เครื่องจักร (Machine) วิธีการ (Method) ตลาด (Market) และขวัญกำลังใจ (Morale) ในเรื่องทรัพยากรการบริหารนั้นควรมีอย่างน้อย 7 ประการ ซึ่งมีความแตกต่างไปอีกแนวทางหนึ่งจากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ คน (Men) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) อำนาจหน้าที่ (Authority) เวลา (Time) ความตั้งใจในการทำงาน (Will) และความสะดวกต่างๆ (Facilities) ซึ่งเน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของอำนาจหน้าที่และเวลาในการบริหาร หากปราศจากเสียซึ่งอำนาจหน้าที่และละเลยในเรื่องคุณค่าของเวลา ตลอดจนไม่มีความสนใจในเรื่องความตั้งใจในการทำงานและความสะดวกต่างๆแล้ว การบริหารงานไม่ว่าจะเป็นการบริหารราชการหรือการบริหารธุรกิจก็จะไม่สามารถสัมฤทธิ์ผลได้ด้วยดี (วิเชียร วิทยอุดม, 2552)

ทรัพยากรในการจัดการ

ทรัพยากรมนุษย์ (People)

ซงซัย สันติวษ์ (2535) ได้กล่าวว่า คนเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุด แม้ว่าองค์กรจะมีเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีราคาแพงเพียงใดก็ตาม ถ้าหากขาดบุคคลที่มีความรู้ความสามารถแล้ว เครื่องจักรอุปกรณ์เหล่านั้นจะไม่ก่อประโยชน์อันใด และถึงแม้จะใช้ดำเนินงานได้บ้าง ประสิทธิภาพเครื่องจักรก็คงอยู่ในระดับต่ำ ด้วยเหตุผลข้างต้นการจัดคนเข้าทำงานหรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงถือได้ว่าเป็นงานที่มีความสำคัญยิ่ง ซึ่งจะมีผลทำให้การบริหารงานและการเพิ่มผลผลิตทำได้ดีขึ้น

หน้าที่ประการหนึ่งที่น่าจะถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญที่สุดในบรรดาหน้าที่ต่างๆที่ผู้บริหารจะต้องรับผิดชอบก็คือหน้าที่ในการจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) ทั้งนี้เพราะภายหลังจากที่ได้รับการจัดองค์กรจนเสร็จสิ้นแล้ว โครงสร้างในส่วนต่างๆ ก็จะต้องถูกบรรจุด้วยตัวบุคคลที่จะเข้าปฏิบัติหน้าที่ใดหน้าที่หนึ่งในองค์กรและในการที่จะให้ผลการปฏิบัติงานต่างๆ ดังกล่าวได้ประสิทธิภาพที่สุดนั้นย่อมต้องขึ้นอยู่กับความสามารถหรือความพร้อมเพรียงของตัวบุคคลดังกล่าวด้วย ผู้บริหารจะต้องมีภาระหน้าที่ในการเลือกเฟ้นตัวบุคคลที่มีคุณสมบัติที่ดีเท่านั้น จึงจะทำให้องค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสมรรถภาพ (Effective และ Efficiency) และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้ ด้วยเหตุผลต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วนี้เอง จึงควรที่จะได้มีการให้ความสำคัญศึกษาถึงกระบวนการในการเสาะหาและพัฒนาตัวบุคคลที่จะมาเป็นผู้บริหารในหน้าที่ต่างๆ

รวมตลอดทั้งการพัฒนาตัวบุคคลดังกล่าวให้มีความสามารถสูงขึ้น กระบวนการดังกล่าวนี้ก็คือ กระบวนการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Personal Management Process) นั่นเอง

หลัก 4 ประการของการใช้ประโยชน์บุคลากรที่มีประสิทธิภาพ

1. จัดหาคนที่มีความสามารถและเต็มใจทำงาน
2. บรรจุให้เข้าทำงานที่สัมพันธ์กับความสามารถและความสนใจ
3. พัฒนาเขาโดยการให้การศึกษาและอบรม เพื่อให้เขาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4. พยายามทำให้คนงานมีความพึงพอใจในงาน

ธงชัย สันติวงษ์ (2543) กล่าวว่า นักบริหาร หมายถึง บุคคลใดก็ตามที่ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าหรือผู้นำในองค์กร และที่ซึ่งมีความรับผิดชอบต่อผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ทั้งนี้โดยวิธีการอาศัยบุคคลอื่นเป็นผู้ทำให้งานเสร็จด้วยดี

วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Materials)

วัสดุอุปกรณ์นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การบริหารประสบความสำเร็จได้ผลสมบูรณ์ เป็นการบริหารอย่างแท้จริงและให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ควรยึดหลักการดังต่อไปนี้

1. ใช้วัสดุตามความเหมาะสม
2. ใช้ให้ได้ผลคุ้มค่า
3. ใช้อย่างประหยัดทั้งแรงงาน เงินและเวลา
4. ก่อนใช้อุปกรณ์ทุกครั้งต้องทดลองเสียก่อนว่าใช้ได้ดี สะดวกและพอเหมาะกับ

เวลา ระวังอย่าให้การใช้อุปกรณ์ต้องติดขัดระหว่างใช้

สำหรับการจัดซื้อจัดหาวัสดุอุปกรณ์ ควรปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ก่อนการซื้อวัสดุอุปกรณ์ทุกครั้ง ควรสำรวจหรือทำบัญชีอุปกรณ์ก่อนว่ามีอยู่แล้วมากน้อยเพียงใด และอยู่ในสภาพที่ใช้ได้หรือต้องซ่อมแซม และต้องการเพิ่มอีกจำนวนเท่าไร
2. ควรซื้ออุปกรณ์ในร้านที่มีชื่อเสียงไว้ใจได้ เพราะจะได้ของที่มีคุณภาพเชื่อถือได้ ให้บริการในการแลกเปลี่ยนซ่อมแซมอุปกรณ์ต่างๆ ได้ดีกว่า
3. ควรซื้ออุปกรณ์ที่มีคุณภาพ เพราะตามปกติของที่มีคุณภาพสามารถใช้ได้นานกว่า ปลอดภัยกว่า บางครั้งดีกว่าอุปกรณ์ที่มีราคาสูงกว่า การซื้อไม่ควรเอาราคาเป็นหลักอย่างเดียวของราคาแพง คุณภาพอาจจะไม่ดีก็ได้
4. ถ้าเป็นไปได้ควรจัดตารางในการซื้อให้มีการกระจาย ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ไม่เป็นการต้องจ่ายเงินจำนวนมากๆ ในครั้งหนึ่ง

5. พยายามใช้วิธีการซื้อที่ช่วยให้สามารถลดราคาให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ควรซื้อตามที่ถูกระเบียบ ข้อบังคับ ในการใช้วัสดุอุปกรณ์ชนิดนั้นๆ ตามกำหนด
6. ควรจัดซื้อในร้านที่มีอยู่ในท้องถิ่นที่สามารถให้ราคาของและคุณภาพเดียวกัน เพราะร้านในท้องถิ่นจะสามารถติดต่อได้ง่ายและสะดวกกว่า
7. ควรเตรียมการซื้อวัสดุอุปกรณ์ไว้แต่เนิ่นๆ
8. ในการซื้อแต่ละครั้งจะต้องไม่มีการรับส่งตอบแทนจากร้านค้า

ทรัพยากรด้านเทคโนโลยี (Technology)

เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับเผยแพร่สารสนเทศ รวมทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมที่มีการทำให้ข้อมูลเชื่อมต่อกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริหารปฏิบัติการกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับโรงเรียนได้สนับสนุนในด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุครุภัณฑ์ และด้านการจัดการศึกษาที่มีความจำเป็น การนิเทศ การประเมินผล เพื่อระบบสารสนเทศที่เป็นกระบวนการในด้านคุณภาพการบริหาร (วิเชียร วิทยอุดม, 2552)

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นกระบวนการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการเสาะแสวงหา การวิเคราะห์ การจัดเก็บ การจัดการ และการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สถานศึกษาควรจะใช้คอมพิวเตอร์ให้มีศักยภาพเพื่อการจัดระบบสารสนเทศที่เป็นระบบที่ครบถ้วนถูกต้องและเรียกใช้ได้ทันเวลาในทุกสถานการณ์ การมีข้อมูลและสารสนเทศที่มีคุณภาพจะทำให้กระบวนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาในด้านต่างๆ ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดระบบสารสนเทศในสถานศึกษาจึงมีความสำคัญและเป็นประโยชน์สำหรับบุคลากรในทุกองค์กร

ประเด็นที่ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงในการนำเทคโนโลยีไปใช้

1. มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีในการบริหารทรัพยากรหรือไม่ ถ้าไม่จำเป็นก็ไม่ควรใช้
2. ควรตัดสินใจเลือกซื้อโดยคำนึงถึงว่าเป็นสื่อชนิดใด และนำไปใช้ทำอะไร เลือกสื่อมาได้แล้วนำไปใช้ได้หรือไม่ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรทัศน์ วีดิทัศน์ เครื่องฉายสไลด์ กล้องถ่ายภาพ เครื่องบันทึกเสียง โทรศัพท์ไร้สาย เครื่องรับส่งโทรสาร แผ่นซีดี
3. ผู้บริหารควรคำนึงถึงว่าใครจะเป็นผู้ใช้เทคโนโลยี
4. เทคโนโลยีที่จัดหามาจะใช้ในเรื่องใด เช่น ใช้ค้นหาหาข้อมูล ใช้ติดต่อสื่อสาร ใช้ทำสื่อการสอน ใช้ประกอบการเรียนการสอน

5. จะนำเทคโนโลยีเพื่อการบริหารทรัพยากรไปใช้อย่างไร เช่น การนำใช้ประกอบการเรียนการสอน ให้นักเรียนค้นคว้าหาข้อมูล

ด้านข่าวสาร (Information)

วิเชียร วิทยอุดม (2552) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารจะเป็นสิ่งที่ช่วยเชื่อมโยงประสานงานระหว่างสมาชิกในองค์กร ถ้าขาดเสียซึ่งการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานทุกอย่างในองค์กรจะไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้ การติดต่อสื่อสารจะช่วยให้มีการประสานงานที่ดีต่อทั่วทั้งองค์กรทั้งยังสามารถทำให้การตัดสินใจของผู้ได้รับข่าวสารบรรลุเป้าหมายและสามารถนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการหนึ่งของกระบวนการบริหารงานในองค์กร ถ้าขาดการติดต่อสื่อสารสังคมในหน่วยงานจะหยุดนิ่ง และจะทำให้เกิดอุปสรรคในการปฏิบัติงาน การติดต่อสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทในทุกขั้นตอนของการบริหารงานในองค์กร ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการควบคุม จนถึงขั้นตอนการรายงานผลการปฏิบัติงาน

ประเภทของการติดต่อสื่อสาร

1. การติดต่อสื่อสารตามลักษณะของการใช้ แบ่งการติดต่อสื่อสารออกเป็น 2 วิธีดังนี้

1.1 การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ เป็นการติดต่อสื่อสารที่เป็นระเบียบแบบแผน มีข้อกำหนดไว้อย่างชัดเจน การทำเป็นลายลักษณ์อักษร มีขั้นตอนเป็นไปตามสารการบังคับบัญชาตามที่ปรากฏตามแผนภูมิขององค์กร

1.2 การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ หรือไม่มีระเบียบแบบแผน เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรตามกลุ่มสังคม

2. การติดต่อสื่อสารตามลักษณะทิศทางของการติดต่อ แบ่งการติดต่อสื่อสารออกเป็น 4 วิธี ดังต่อไปนี้

2.1 การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับสูงลงมาระดับต่ำกว่าในองค์กร หรือจากผู้บังคับบัญชาลงมาสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อเป็นการควบคุมกำกับงานภายในองค์กรและสั่งการ ไปยังผู้ปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์กร

2.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับที่ต่ำกว่าขึ้นไปสู่ระดับที่สูงในองค์กร หรือจากผู้ใต้บังคับบัญชาขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชา จุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารแบบนี้เป็นการตรวจสอบงานหรืออุผลย้อนกลับว่างานที่ปฏิบัติไปแล้ว ได้ผลเป็นอย่างไร

2.3 การติดต่อสื่อสารแนวนอน เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับเดียวกันในแนวนอนของสารการบังคับบัญชาตามลำดับขั้น หรือระดับใกล้เคียงกันตามโครงสร้าง

ขององค์กร หรือระหว่างคนที่อยู่ต่างระดับกันได้ แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์กันในเชิงผู้บังคับบัญชา และไม่มีอำนาจบังคับบัญชาได้

2.4 การติดต่อสื่อสารตามแนวทแยงมุม เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างหน่วยงานหรือข้ามแผนกกันและอยู่ต่างระดับกัน

3. การติดต่อสื่อสารที่ใช้ช่องทางเป็นหลัก แบ่งการติดต่อสื่อสารออกเป็น 2 วิธี ดังต่อไปนี้

3.1 การติดต่อสื่อสารทางเดียว เป็นการติดต่อสื่อสารที่ผู้ส่งข่าวสารไปฝ่ายเดียวไม่มีการย้อนกลับของข้อมูลข่าวสารกลับมาให้รับรู้ หรือไม่มีการแสดงปฏิกิริยาย้อนกลับของผู้รับข่าวสาร

3.2 การติดต่อสื่อสารสองทาง เป็นการติดต่อสื่อสารที่ผู้รับข่าวสารมีการตอบสนอง และปฏิกิริยาย้อนกลับไปยังผู้ส่งข่าวสาร ผู้ส่งข่าวสารเปิดโอกาสให้ผู้รับข่าวสารได้ตอบซักถาม

4. การติดต่อสื่อสารตามลักษณะของวิธีการติดต่อสื่อสาร แบ่งการติดต่อสื่อสารออกเป็น 2 วิธี ดังต่อไปนี้

4.1 การติดต่อสื่อสารโดยใช้ถ้อยคำ เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงหรือเผชิญหน้ากันโดยวาจา หรือใช้ถ้อยคำ และการเขียนตัวอักษรแทนคำพูด

4.2 การติดต่อสื่อสารด้วยภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำ เป็นการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่ไม่ใช้วิธีการพูดและการเขียนเป็นตัวหนังสือแทนคำพูด แต่จะใช้สัญลักษณ์ อักษรเครื่องหมาย การแสดงท่าทางของอากัปกริยาต่างๆเข้าช่วย และสามารถทำความเข้าใจกันได้

5. การติดต่อสื่อสารตามลักษณะจำนวนผู้เกี่ยวข้อง แบ่งการติดต่อสื่อสารออกเป็น 3 วิธี ดังต่อไปนี้

5.1 การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลต่างๆในองค์กร อันเกิดจากการพบปะสังสรรค์กันระหว่างบุคคล เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันหรือเกิดจากการทำงานร่วมกันที่จำเป็นต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอย่างเป็นทางการเกี่ยวกับหน้าที่การงานหรืออย่างไม่เป็นทางการอันเป็นความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างบุคคล

5.2 การติดต่อสื่อสารของกลุ่ม การติดต่อสื่อสารของกลุ่มในองค์กร กลุ่มเกิดจากการรวมตัวกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เข้าร่วมกันเพราะมีความสนใจ อดุมการณ์ และผลประโยชน์ร่วมกัน

ด้านกระบวนการจัดการ

การวางแผน (Planning)

Goetz (1949) กล่าวว่า “การวางแผน” คือการเลือกวิถีทางที่ดีที่สุดเพียงทางเดียวในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับปัญหาแต่ละอย่างดังที่ได้คาดคะเนเอาไว้

Hick (1972) กล่าวว่า “การวางแผน” เป็นหน้าที่สำคัญของนักบริหารที่จะต้องทำสำหรับกิจกรรมหนึ่งกิจกรรมใด ความสำเร็จของการวางแผนที่ขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลในอดีต การตัดสินใจในปัจจุบันและการประเมินสภาพแวดล้อมของอนาคต

Kast และ Rosenweig (1970) กล่าวว่า “การวางแผน” คือ กระบวนการในการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร อย่างไร มีการเลือกวัตถุประสงค์ นโยบาย โครงการและแนวปฏิบัติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์นั้น

Koontz และ Donnell (1972) ให้ความหมายของการวางแผน คือการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร และใครเป็นผู้ทำ

Massie (1971) กล่าวว่า การวางแผน คือ กระบวนการที่นักบริหารมองออกไปสู่ออนาคต เพื่อค้นหาทางเลือกต่างๆ ที่จะเปิดให้เลือก

Lebreton และ Henning (1961) กล่าวว่า การวางแผนเป็นการกำหนดแนวทางของการกระทำไว้ล่วงหน้า ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทาง 3 ประการ 1.) เป็นเรื่องของอนาคต 2.) จะต้องเกี่ยวกับการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง และ 3.) มีใครคนใดคนหนึ่งหรือหน่วยงานใดในองค์กรเป็นผู้ริเริ่มให้มีการกระทำ หมายความว่าองค์กรจะต้องมอบหมายให้ใครคนใดคนหนึ่งหรือเจ้าหน้าที่แผนงาน กำหนดกิจกรรมในอนาคต

ความสำคัญของการวางแผน

การวางแผนเป็นสิ่งที่มีผลต่อการปฏิบัติงานทั้งหมดขององค์กร และเป็นข้อจำกัดที่คาดหวังจะปฏิบัติงานทั้งหมดขององค์กร และเป็นข้อกำหนดที่คาดหวังจะปฏิบัติในอนาคต และถ้ามีการวางแผนดีแล้วจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่การบริหารงานขององค์กรได้อย่างมาก ซึ่งความสำคัญของการวางแผนอาจจะกล่าวได้ดังต่อไปนี้ (วิเชียร วิทษุฒ, 2552)

1. ช่วยให้การบริหารงานเป็นไปด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และมีการประสานงานสอดคล้องกันในการปฏิบัติงานทำให้เกิดการประหยัดเงิน กำลังคน และเวลา
2. ช่วยให้มีการตรวจสอบ ประเมินผลและการควบคุมงานได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่การงาน โดยเฉพาะการใช้เทคนิคในการมอบหมายอำนาจหน้าที่ (Delegation of Authority) ของผู้บังคับบัญชาให้น้อยลง

4. เป็นการรวบรวมกำลังคนและทรัพยากรต่างๆขององค์การนำมาใช้ประโยชน์อย่างทั่วถึง
5. ช่วยให้การอำนวยความสะดวก การแบ่งงาน การประสานงาน การตรวจสอบและการควบคุมงานให้สอดคล้องและมีความเหมาะสม
6. ช่วยให้การขยายงานและการปรับปรุงองค์การสามารถดำเนินไปได้โดยสะดวกรวดเร็ว
7. ช่วยให้องค์การสามารถบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายและลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน

ปัจจัยสำคัญของการวางแผน

การวางแผนจะให้ความสำคัญกับอนาคตว่าอะไรคือสิ่งที่จะต้องทำให้สำเร็จ และจะต้องทำอย่างไร สิ่งที่มีความสำคัญในหน้าที่การวางแผนคือการรวมเอากิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการที่จะทำให้วัตถุประสงค์ขององค์การสัมฤทธิ์ผล ดังนั้นการวางแผนจึงเป็นหน้าที่ของผู้จัดการ (Managers) ที่จะต้องทำการตัดสินใจเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ ของการวางแผนอันได้แก่ วัตถุประสงค์ กิจกรรมในการวางแผน ทรัพยากร และวิธีการปฏิบัติงาน (วิเชียร วิทยอุดม, 2552)

วัตถุประสงค์ คือ ความคาดหวังของผู้จัดการในอนาคตที่ได้กำหนด ซึ่งต้องการให้บรรลุหรือประสบความสำเร็จ

กิจกรรมในการวางแผน คือ กิจกรรมเฉพาะเพื่อให้แผนงานบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งการเลือกกิจกรรมในการดำเนินงานก็ต้องมีการคาดคะเนถึงเหตุการณ์ในอนาคต และต้องคำนึงถึงปัจจัยที่สามารถส่งผลให้สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์นั้นๆด้วย

ทรัพยากร คือ การวางแผนสามารถระบุถึงชนิดและจำนวนของทรัพยากรที่จะต้องการนำมาใช้ รวมไปถึงการจัดสรรทรัพยากรด้วย และในการระบุถึงทรัพยากรก็ยิ่งรวมไปถึงการควบคุมงบประมาณที่ต้องสามารถระบุและกำหนดถึงขั้นตอนของการใช้งบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมเฉพาะที่ได้มีการวางแผนงาน

วิธีการปฏิบัติงาน คือ การมอบหมายงานและบุคคลที่จะมาแลดูแผนงานให้สำเร็จตามที่ได้กำหนดไว้

ระดับของการวางแผน (Levels of Planning)

ในการวางแผนบริหารในองค์การ จะมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริหารระดับต่างๆ ทั่วทั้งองค์การไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารระดับสูง ระดับกลางและระดับล่าง วิธีการวางแผนของระดับต่างๆในองค์กรนั้นจะมีขั้นตอนของวิธีการปฏิบัติที่มีลักษณะที่เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับเนื้อหารายละเอียดและชนิดของแผนในแต่ละระดับที่ได้จัดทำขึ้น ซึ่งวิธีการในการวางแผนนี้อาจจะกระทำได้ 2 แนวทาง คือ 1) ยึดหลักตามสายงานของการบังคับบัญชา 2) ยึดหลักการมองจากมุม

กว้างมาสู่จุดที่แคบตามลักษณะของโครงสร้างขององค์การ โดยผู้บริหารในระดับสูงจะทำการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) มีการกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย และแผนระยะยาวขององค์การเพื่อเป็นหลักและแนวทางให้ผู้บริหารในระดับกลางทำการวางแผนยุทธวิธี (Tactical Planning) ซึ่งเป็นแผนที่มีลักษณะเฉพาะตามหน้าที่ของตนอันได้แก่ การวางแผนโครงการ ส่วนผู้บริหารระดับล่างจะทำการวางแผนปฏิบัติการ (Operating Planning) ซึ่งเป็นแผนดำเนินการตามงานประจำวันอันเกี่ยวข้องกับเรื่องการกระทำกิจกรรมต่างๆ (วิเชียร วิทยอุดม, 2552)

1. การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) เป็นการวางแผนที่กระทำโดยผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ซึ่งจะเป็นการวางแผนโดยรวมทั้งหมด (Over all Planning) และมักจะเกี่ยวข้องกับการพยายามที่จะกำหนดจุดมุ่งหมาย นโยบายสำคัญ และแผนงานหลักต่างๆ ขององค์กร หรืออาจจะพูดให้ง่ายได้ว่าเป็นแผนงานที่กว้างและครอบคลุมทั่วองค์กร ซึ่งทุกหน่วยงานภายในองค์กรจะต้องยึดถือปฏิบัติตามการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้มีการปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร และยังมีความเกี่ยวข้องถึงความอยู่รอดในระยะยาวและความเติบโตขององค์กร และเป็นแผนที่มุ่งปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เชื่อมโยงไปถึงสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อที่จะทำให้องค์กรสามารถเผชิญกับเหตุการณ์หรือปัญหาต่างๆ และมีความเข้มแข็งสามารถมีพลังและมีอิทธิพลเหนือสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้

2. การวางแผนยุทธวิธีหรือยุทธศาสตร์ (Tactical Planning) เป็นการวางแผนที่กระทำโดยผู้บริหารในระดับกลางขององค์กร ได้แก่หัวหน้าหน่วยงาน หรือแผนงานตามหน้าที่ประเภทต่างๆกัน ซึ่งจะมีการกระทำตามหน้าที่หลักอันเป็นลักษณะเฉพาะตามหน้าที่ของตน ซึ่งในแต่ละแผนงานหรือหน่วยงานต่าง ๆ นั้น ต่างก็จะมีการจัดการแผนเพื่อริเริ่มสร้างแผนยุทธวิธีขึ้นมาเพื่อที่จะได้จัดสรรในการใช้ทรัพยากรให้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดภายใต้จุดมุ่งหมายหรือความต้องการขององค์กร เพื่อให้ตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแผนยุทธวิธี

3. การวางแผนปฏิบัติการ (Operational Planning) เป็นการวางแผนที่กระทำโดยผู้บริหารในระดับล่างขององค์กร ซึ่งได้แก่หัวหน้างานในระดับผู้ควบคุมงาน (Supervisory Level) หรือหัวหน้ากลุ่มปฏิบัติการหรือกลุ่มดำเนินงานซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติงานต่างๆ ให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี และเป็นหน้าที่งานที่ต้องทำเป็นประจำต่อเนื่องโดยมิได้มีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบวิธีการดำเนินงานต่างๆ หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการวางแผนในระดับล่างนี้มักเป็นการวางแผนปฏิบัติงาน (Operating Planning) ซึ่งเป็นการวางแผนสำหรับการปฏิบัติงานต่างๆ ที่เป็นประจำเกี่ยวข้องกับเรื่องการกระทำกิจกรรมต่างๆ และใช้เป็นกรอบหรือแนวทางเพื่อการปฏิบัติงาน

ประเภทของแผน

แผนงานที่ใช้ในองค์กร โดยผู้บริหาร แผนบางชนิดเหมาะกับผู้บริหารระดับสูง แผนบางชนิดเหมาะกับผู้บริหารระดับกลาง หรือผู้บริหารระดับล่าง ในแต่ละระดับของผู้บริหารจึงต้องควรรู้ และมีความเข้าใจในการวางแผนและปฏิบัติตามแผนงานชนิดต่างๆ ให้ถูกต้องและเหมาะสมกับประเภทของแผน และใช้ชนิดของแผนให้เหมาะสมกับระดับของผู้บริหาร เช่นการวางแผนกลยุทธ์ เป็นแผนที่ให้ทิศทางอย่างกว้างๆ ผู้บริหารระดับกลางช่วยจัดทำแผนที่ทำให้ปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ผู้บริหารระดับสูงร่างไว้ให้ประสบความสำเร็จ ส่วนผู้บริหารระดับล่างโดยทั่วไปรับผิดชอบในการวางแผนกิจกรรมและการวางแผนปฏิบัติงานประจำ

แผนงานที่ใช้โดยระดับการบริหารต่างๆ อาจจะแยกประเภทได้หลายแนวทางแตกต่างกันไปตามระดับเป้าหมายขององค์กร ซึ่งเราอาจกล่าวได้ว่าการจำแนกประเภทของการวางแผน ออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ 4 ประเภทดังนี้

- ก. การจำแนกประเภทของการวางแผนตามระยะทาง
- ข. การจำแนกประเภทของการวางแผนตามลักษณะการใช้
- ค. การจำแนกประเภทของการวางแผนตามลำดับชั้นขององค์กร
- ง. การจำแนกประเภทของการวางแผนตามขอบเขตความครอบคลุมของแผน

การจัดองค์กร (Organizing)

Dimock (1953) ได้ให้ความหมายขององค์กรไว้ว่า คือ การจัดระเบียบ โดยการนำเสนอ ส่วนต่าง ที่เกี่ยวข้องมารวมกันในรูปของส่วนรวม เพื่อให้มีการใช้อำนาจบริหารงานและเป็นศูนย์อำนาจการ ให้งานดำเนินลุล่วงเป้าหมายที่กำหนดไว้

Mclarny อ้างถึงในสมพงษ์ เกษมสิน (2523) ได้ให้ความหมายของการจัดองค์กรว่า คือ การวางระเบียบให้กิจกรรมต่างๆขององค์กรสมดุลกัน โดยกำหนดว่าใครมีหน้าที่ทำอะไร มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างไร ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุตามแผนที่กำหนดไว้

Flippo (1970) ได้ให้ความหมายของการจัดองค์กรไว้ว่า คือ กระบวนการจัดความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ เพื่อให้ส่วนต่างๆ สามารถสัมพันธ์และรวมกันเข้าเป็นหน่วยที่มีประสิทธิภาพ สามารถทำงานสู่เป้าหมายร่วมกันจนเป็นผลสำเร็จ

องค์ประกอบของโครงสร้างขององค์กร

โครงสร้างขององค์กรจะทำให้เราสามารถเข้าใจลักษณะขององค์กรในลักษณะของกิจกรรมหรือระบบงานในองค์กรได้เป็นอย่างดี โครงสร้างขององค์กรจึงเป็นเครื่องมือชี้ให้เห็นถึงขนาดขององค์กร อัตราความเจริญเติบโตขององค์กร ความก้าวหน้าในเทคโนโลยี ตลอดจนความ

มีประสิทธิภาพและความสำเร็จในการบริหารงานในองค์กรนั้นๆ ได้ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้

1. การรวมอำนาจ (Centralization) และการกระจายอำนาจ (Decentralization) หมายถึง ความมากน้อยของการมีอำนาจในการตัดสินใจ (Decision – making) ในเรื่องต่างๆว่ามีมากน้อยแค่ไหน โดยพิจารณาถึงระดับที่ทำการตัดสินใจ ถ้าระดับที่อยู่ในตำแหน่งสูงสุดขององค์กรแล้วรวมอำนาจในการตัดสินใจ โดยสั่งการลงมาตามลำดับชั้นของการบังคับบัญชา ไม่ให้มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจแก่ในระดับล่างลงมา ผู้ใต้บังคับบัญชามีหน้าที่ปฏิบัติตามคำสั่งเพียงอย่างเดียว ถือว่าเป็นการรวมอำนาจในการตัดสินใจ ส่วนการกระจายอำนาจนั้นอำนาจในการตัดสินใจได้รับการกระจายไปตามชั้นของการบังคับบัญชา ให้ความเป็นอิสระในการตัดสินใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับล่างลงมา ผู้บังคับบัญชาจะฟังความคิดเห็น และให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจไปตามโครงสร้างขององค์กร

2. ความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) หมายถึง การจัดให้มีการแบ่งงานกันทำตามความถนัด (Division of Work) เพื่อให้บุคคลหรือกลุ่มคนที่ทำงานอยู่ในองค์กรได้ทำงานในหน้าที่ที่ตนมีความถนัดตามลักษณะของงาน (Job Specialization) เพื่อก่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะอย่างของบุคคล และในการแบ่งงานกันทำนั้นต้องมอบหมายงานให้เหมาะสมกับคนโดยยึดหลัก (วางคนให้เหมาะสมกับงาน) “Put the right Man in the right Job”

3. ลำดับสายของการบังคับบัญชา (Hierarchy of scalar chain or Chain of Communication) หมายถึง ลำดับชั้นของสายบังคับบัญชาที่ลดหลั่นกันไปตามลำดับจากตำแหน่งที่สูงสุดถึงตำแหน่งต่ำสุดและเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความซับซ้อนขององค์กร

4. ช่วงกว้างของการบังคับบัญชา (Span of Control) หมายถึง ขนาดของจำนวนผู้ใต้บังคับบัญชาชั้นใดชั้นหนึ่งมีผู้ใต้บังคับบัญชามาก ก็เรียกว่าช่วงกว้างของการบังคับบัญชา แต่ถ้ามีผู้บังคับบัญชาน้อยก็เรียกว่าช่วงบังคับบัญชาแคบ ช่วงกว้างของการบังคับบัญชานั้นเหมาะสมกับลักษณะงานในวิชาชีพ (Professional Qualities) ที่ต้องการความเป็นอิสระในการทำงาน ส่วนช่วงการบังคับบัญชาแคบนั้นเหมาะสมกับลักษณะงานประจำ (Routine) ที่ต้องการให้งานแล้วเสร็จในวันหนึ่งๆ

5. ขนาดขององค์กร (Organization Size) หมายถึง ขนาดของกลุ่มคน ปริมาณงาน และทรัพยากรในการบริหาร (Management resource) ภายในองค์กรหนึ่งๆ หากองค์กรใดมีขนาดของกลุ่มคน ปริมาณงานและทรัพยากรในการบริหารมีมาก องค์กรนั้นจะมีขนาดใหญ่ ในทางตรงกันข้ามถ้าองค์กรใดมีขนาดของกลุ่มคน ปริมาณงานและทรัพยากรในการบริหารมีน้อย องค์กรนั้นก็จะมีขนาดเล็ก

6. ขนาดของหน่วยงาน หรือการแบ่งงานออกตามแผนงาน (Departmentation) หมายถึง การแบ่งงานออกไปตามหน้าที่นั้นออกเป็นกลุ่มกิจกรรมต่างๆ โดยนำกลุ่มกิจกรรมเหล่านั้นเข้าด้วยกันเป็นแผนกที่ใหญ่ เป็นการรวมกิจกรรมที่มีลักษณะอย่างเดียวกันเข้าในกลุ่มเดียวกัน อาศัยหลักการแบ่งงานกันทำ (Division of work) ถือได้ว่าเป็นการแบ่งงานออกตามแผนงาน (Departmentation)

7. ความเป็นทางการ (Formalization) หมายถึง ความมากน้อยของการที่กิจกรรมในการทำงานของพนักงานถูกกำหนดอย่างจำเพาะเจาะจง หรือถูกควบคุมด้วยกฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เป็นทางการ องค์กรที่มีกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือควบคุมพฤติกรรมพนักงานมากเท่าไร องค์กรนั้นก็มีความเป็นทางการมากขึ้นเท่านั้น

โครงสร้างองค์กร (Organization Structure)

โครงสร้างองค์กรเป็นแบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ในองค์กรที่สร้างขึ้นมาจากมีจุดมุ่งหมายในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ซึ่ง Kast และ Rosenzweig ได้นิยามความหมายของโครงสร้างองค์กรไว้ โดยพิจารณาในแง่มุมต่างๆ ดังนี้ (สมชัย สุทธิยากร, 2526)

1. โครงสร้างเป็นแบบแผนหน้าที่ และความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการในองค์กร แบบแผนดังกล่าวแสดงให้เห็นด้วยการมีแผนผังโครงสร้างองค์กร (Organization Chart) และการกำหนดคำบรรยายลักษณะงานในแต่ละตำแหน่ง
2. โครงสร้างจะเป็นวิธีการในการแยกแยะประเภทกิจกรรมและบุคคล แบ่งลงไปในพื้นที่งานต่างๆ ในองค์กรเพื่อให้บุคคลสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตามความสามารถเฉพาะตามฝ่ายต่างๆ
3. โครงสร้างจะเป็นวิธีการในการประสานกิจกรรมต่างๆ ในองค์กรที่มีความหลากหลาย ให้มีความสัมพันธ์ในเชิงสนับสนุนในการทำงานซึ่งกันและกัน
4. โครงสร้างจะเป็นเครื่องมือในการกำหนดความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจภายในองค์กร ซึ่งบอกถึงสถานภาพอำนาจของตำแหน่ง และลำดับชั้นของการบังคับบัญชา
5. โครงสร้างจะเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนและเป็นแนวทางของกิจกรรม และความสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กร ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างจะกำหนดบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนของแต่ละส่วนงานในองค์กร

การชี้นำ (Leading)

ผู้นำเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารงานในองค์กร องค์กรจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินงานนั้น ปัจจัยสำคัญที่สุดก็คือผู้นำ ถ้าองค์กรใดได้ผู้นำที่มีประสิทธิภาพก็จะสามารถสั่งการและใช้อิทธิพลต่อผู้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติงาน ตลอดจนทำ

กิจกรรมต่างๆในองค์กรให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าองค์กรใดได้ผู้นำที่ไม่มีประสิทธิภาพ ก็จะไม่สามารถสั่งการและใช้อิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชาให้เชื่อฟังและปฏิบัติตามคำสั่งได้ ข้ำร้ายยังเป็นการทำลายขวัญของผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้นำ ซึ่งจะเป็นผลทำให้การปฏิบัติงานด้านต่างๆในองค์กรประสบความล้มเหลว (วิเชียร วิทยอุดม, 2552)

ทฤษฎีคุณลักษณะผู้นำ (Trait Theories)

ทฤษฎีนี้ถูกค้นพบในปี ค.ศ.1920 – 1930 โดยจะอธิบายถึงคุณลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างผู้นำและไม่ใช่ผู้นำ ความมุ่งมั่นจะทำให้ผู้นำถูกรอบงำความคิดเป็นแบบเก่าๆ ไม่มีอีกแล้วซึ่งผู้นำแบบเก่าจะใช้วิธีสืบทอดต่อกันมาตามประเพณีดั้งเดิม (Traditional) ก็เปลี่ยนมาเป็นการค้นหาถึงคุณลักษณะของภาวะผู้นำ และได้พยายามแยกแยะถึงคุณลักษณะต่างๆของผู้นำออกมา แล้วพบว่าคุณลักษณะภาวะผู้นำอยู่ 5 ประการที่มีผลต่อการเป็นผู้นำซึ่งได้แก่ (วิเชียร วิทยอุดม, 2552)

1.1 แรงจูงใจ หมายถึง แรงจูงใจภายในที่ผู้นำจะต้องมี เพื่อให้สิ่งที่กระทำไปถึงจุดมุ่งหมาย ผู้นำจะต้องเป็นคนที่มีความต้องการเป็นอย่างมากที่จะทำงานให้สำเร็จ สิ่งนี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้รู้จักค้นหาวิธีการ และหาคำตอบให้ได้ในสิ่งที่คนสนใจหรือสงสัย มีความต้องการที่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา

1.2 แรงจูงใจผู้นำ ตามที่เรียนรู้ในเรื่องของอำนาจเราได้เรียนรู้ว่าผู้นำจะต้องมีอำนาจ เพราะเขาต้องมีอิทธิพลในการชักจูงคนอื่นๆ อย่างไรก็ตามผู้นำต้องมีอำนาจทางสังคมด้านอื่น เพราะแรงกระตุ้นของเขาก็ต้องประกอบไปด้วยความรู้สึกที่เห็นแก่ประโยชน์คนอื่นๆ โดยไม่เห็นแก่ประโยชน์ของตนเองและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

1.3 มีความมั่นคงในอารมณ์ หมายถึง ความจริงใจของผู้นำและนิสัยที่ชอบที่จะเปลี่ยนแปลงถ้อยคำพูดให้เป็นการปฏิบัติได้จริงๆ มีการศึกษาหลายอย่างได้รายงานว่าผู้ตามจะเชื่อในความจริงใจของผู้นำ เป็นลักษณะเด่นที่สำคัญผู้นำก็จะยังคงเป็นหลักยึดของผู้ตาม トラบเท่าที่ตัวผู้นำยังคงได้รับความเชื่อคือ อันเกิดจากความมั่นคงในจิตใจของผู้นำ

1.4 มีความฉลาด ผู้นำจะต้องมีความฉลาดเหนือกว่าระดับปกติ และสามารถที่จะจัดเก็บข้อมูลได้มากกว่าคนอื่น ๆ ผู้นำไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ฉลาดล้ำเลิศ แต่ควรฉลาดกว่าระดับปกติ สามารถที่จะวิเคราะห์ทางเลือกที่ดีกว่าหรือที่ดีที่สุดและสามารถชี้แนะโอกาสที่เป็นไปได้ให้แก่ผู้ตามได้

1.5 มีความรู้ในธุรกิจ ผู้นำจะต้องมีความรู้ถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่พวกเขาจะกระทำอยู่ ซึ่งจะทำให้ผู้นำมีความเข้าใจที่จะวินิจฉัยในสั่งการหรือตัดสินใจที่จะกระทำ และรู้ว่าข้อคิดอันใดที่มีความสมเหตุสมผลที่จะช่วยให้ธุรกิจนั้นไปได้รอดและได้รับความสำเร็จ

ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้นำ

ถ้าหากศึกษาการมีคุณลักษณะของผู้นำเพียงประเด็นเดียวก็ยังคงเป็นการไม่เพียงพอต่อการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ จึงควรมีการอธิบายถึงบทบาทของผู้นำในองค์กร และต่อสมาชิกในกลุ่มด้วย ซึ่งทำให้ความจำเป็นจนต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้แสดงออกมาด้วยจึงจะทำให้ผู้นำมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้นำจะทำให้สามารถเข้าถึงตัวผู้นำได้ ไม่เพียงแต่ทำให้บุคคลนั้นมีความน่าเชื่อถือขึ้น แต่ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้นำยังมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีคุณลักษณะของผู้นำโดยนัยด้วย ซึ่งก็มีข้อถกเถียงกันของแนวความคิดทฤษฎีพฤติกรรมของผู้นำออกมาเป็น 3 แนวคิดซึ่งได้แก่

- การศึกษาภาวะผู้นำที่มหาวิทยาลัยไอโอวา
- การศึกษาภาวะผู้นำที่มหาวิทยาลัยโอไฮโอ สเตท
- การศึกษาภาวะผู้นำที่มหาวิทยาลัยมิชิแกน

2.1 การศึกษาภาวะผู้นำที่มหาวิทยาลัยไอโอวา (The Iowa Leadership Studies)

มหาวิทยาลัยไอโอวาได้ศึกษาภาวะผู้นำออกมาเป็น 3 รูปแบบ คือ

2.1.1 แบบเผด็จการ (Autocratic Style) เป็นผู้นำซึ่งชอบใช้อำนาจบีบบังคับ มีวิธีรูปแบบการทำงานตายตัว ไม่ฟังความคิดเห็นของคนรอบข้าง และจำกัดความมีส่วนร่วมของพนักงานลูกจ้าง

2.1.2 แบบประชาธิปไตย (Democratic Style) เป็นผู้นำที่ให้พนักงานมีบทบาทหน้าที่หรือมีส่วนร่วมเป็นการตัดสินใจในการออกความคิดเห็นและทำงานเพื่อให้ได้ตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ อีกทั้งยังมีการโต้ตอบระหว่างผู้นำและผู้ตาม

2.1.3 แบบเสรีนิยม (Laissez – Faire Style) โดยทั่วไปผู้นำแบบนี้จะให้อิสระในการทำงานและตัดสินใจแต่ยังคงมุ่งเน้นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของการทำงานเป็นสำคัญ และมอบหมายงานให้ท่านออกไปด้วยดีและมีประสิทธิภาพ ผู้นำจะเป็นเพียงผู้คอยชี้แนะและให้คำแนะนำโดยปล่อยให้ผู้ตามมีอิสระที่จะทำหน้าที่หรือมีบทบาทในการกำหนดแนวทางที่จะนำมาใช้ในการปฏิบัติงานด้วยตนเองตามความต้องการของผู้ตามเอง

การศึกษาภาวะผู้นำที่มหาวิทยาลัยโอไฮโอ สเตท (The Ohio State Leadership Studies)

ท่ามกลางที่มีโครงการวิจัยเกี่ยวกับผู้นำอย่างมากมาย ได้ถูกพัฒนาขึ้น หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในช่วงปลาย ค.ศ.1940 ถึง 1950 หนึ่งในนั้นที่มีความสำคัญที่สุดที่มุ่งศึกษาโดย Fleishman และเพื่อนร่วมงานของเขาที่มหาวิทยาลัย โอไฮโอ สเตท (Ohio State University) โครงการวิจัยที่มีผลลัพธ์ต่อการพัฒนาทฤษฎี 2 ปัจจัยของผู้นำ (Fleishman, 1953) เป็นเครื่องช่วยบอกให้เห็น

พฤติกรรมของผู้นำ โดยวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบอันเป็นปัจจัยที่สำคัญของผู้นำ 2 อย่างที่จำเป็นต้องมีก็คือ การมุ่งงานและการมุ่งคน

1. ผู้นำที่มุ่งงาน (Initiating Structure) ผู้นำแบบนี้จะมีลักษณะของความกระตือรือร้น มีความคิดริเริ่มมีมนุษยสัมพันธ์ในกลุ่ม ชักนำให้มีการสร้างแบบแผนที่ดี และสร้างช่องทางของการติดต่อสื่อสารให้มีความสามารถติดต่อกับบุคคลทุกคน และสามารถอธิบายถึงวิธีการทำงาน ทั้งยังสามารถนำศักยภาพที่มีอยู่ของผู้ใต้บังคับบัญชามาใช้ให้งานบรรลุผลสำเร็จและสร้างประโยชน์ให้แก่องค์กรมากที่สุด ผู้นำที่มุ่งงานสูงมักจะพินิจพิเคราะห์การมอบหมายงานและมีความคาดหวังในผลการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาไว้สูง เพื่อให้ได้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และสำเร็จตามกำหนดเวลา

2. ผู้นำที่มุ่งคน (Consideration) ผู้นำแบบนี้จะมีลักษณะของการดูแลเอาใจใส่ มีความเป็นมิตรภาพมีความไว้วางใจต่อกัน ยอมรับฟังความคิดเห็น ให้การยอมรับนับถือ ให้ความอบอุ่น มีความปรองดองกันระหว่างผู้นำและผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้นำมุ่งคนสูงจะสนับสนุนเปิดโอกาสให้มีการติดต่อสื่อสารและการให้มีส่วนร่วมซึ่งจะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมมือร่วมใจกันทำงานด้วยความเห็นใจและอย่างเต็มความสามารถ

การศึกษาภาวะผู้นำที่มหาวิทยาลัยมิชิแกน (The Michigan Leadership Studies)

ในปี ค.ศ.1947 มีการศึกษาที่มหาวิทยาลัยมิชิแกน (Michigan) โดย Rensis Likert ได้เริ่มศึกษาว่าทำอะไรจึงจะจัดการกับความพยายามของบุคคลเพื่อทำให้วัตถุประสงค์ด้านการผลิตและความพึงพอใจสำเร็จได้อย่างดีที่สุด (Likert, 1961) วัตถุประสงค์ของการวิจัยภาวะผู้นำส่วนใหญ่ของทีมงาน เพื่อค้นหาหลักและวิของความเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผล โดยมุ่งให้ความสำคัญของผลผลิต (Production Orientation) หรือทำให้งานประสบผลสำเร็จ และมีการมุ่งให้ความสำคัญกับคน (Employee Orientation) หรือการสนับสนุนในการทำงาน หัวหน้าจะทำให้มีผลผลิตสูงในกลุ่มงานและดูแลให้ความสำคัญกับผลผลิตและคน พวกเขาใช้เวลาทั้งหมดในการวางแผนงานและดูแลพนักงานและใช้เวลาการปฏิบัติให้น้อยเหมือนงานของผู้ใต้บังคับบัญชา พวกเขาให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีอิสระในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ (Kahn และ Katz, 1953)

จากการวิจัยได้รูปแบบพฤติกรรมของผู้นำ 2 รูปแบบคือ มุ่งเน้นคน (Employee Centered) และมุ่งเน้นผลผลิต (Production Centered) หัวหน้างานที่มุ่งเน้นคนจะมีลักษณะที่มุ่งเน้นให้สวัสดิการแก่ลูกน้อง ในทางกลับกันหัวหน้างานที่มุ่งเน้นผลผลิต จะมีลักษณะมุ่งเน้นที่ความสำเร็จในการทำงานมากกว่า โดยทั่วไปหัวหน้าที่มุ่งเน้นคนพบว่ามีกลุ่มงานที่ให้ผลผลิตมากกว่ากลุ่มที่มีหัวหน้าที่มุ่งเน้นผลผลิต (Likert, 1961)

ทฤษฎีความเป็นผู้นำเชิงสถานการณ์ (Contingency Leaders Theory)

ฟิเดลอร์ (1967) ได้เสนอตัวแบบความเป็นผู้นำเชิงสถานการณ์ที่มีประสิทธิผลอันเป็นทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการกำหนดสถานการณ์เฉพาะที่จะทำให้ผู้นำมีคุณลักษณะที่มีประสิทธิผล และเกี่ยวข้องกับการพิจารณาถึงปัจจัยสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น ที่มีอิทธิพลและมีผลต่อประสิทธิผลของผู้นำ หรือมีอำนาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้นำ การเป็นผู้นำขึ้นอยู่กับสถานการณ์และการที่จะประสบความสำเร็จในการเป็นผู้นำนั้นก็ต้องรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมที่สุด ซึ่งในการปรับตัวเป็นผู้นำได้อย่างเหมาะสมได้นั้น จะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบในการเลือกรูปแบบของผู้นำให้ตรงกับสถานการณ์ต่างๆ ก็จะอำนวยความสะดวกในการแสดงความเป็นผู้นำออกมาได้หรือไม่ได้นั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์ 3 รูปแบบ (อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2540)

1. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ใต้บังคับบัญชา (Leader member relations) เป็นการแสดงให้เห็นทัศนคติของผู้ใต้บังคับบัญชาต่อการยอมรับผู้นำในเรื่องระดับความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และความเคารพนับถือที่มีต่อตัวผู้นำ

2. โครงสร้างภาพ (Task structure) เป็นการกำหนดขั้นตอนในการปฏิบัติงานและกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติอย่างชัดเจนตามระดับ โครงสร้างของงาน และจัดให้มีการมอบหมายให้เป็นไปตามขั้นตอนของงาน

3. อำนาจตามตำแหน่งงาน (Position power) คือขอบเขตของอำนาจที่เป็นทางการของผู้บริหารที่มีอยู่เหนือผู้ใต้บังคับบัญชา หรืออำนาจที่ได้รับจากตำแหน่งในองค์กรซึ่งบุคคลนั้นครองอยู่ และใช้อำนาจที่เป็นทางการในการควบคุมผู้ใต้บังคับบัญชาและควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร รวมถึงการใช้อำนาจในการจัดจ้าง การไล่ออก การกำหนดระเบียบวินัย การให้ผลตอบแทน การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง และการลงโทษตามอำนาจของผู้นำ

สไตล์ความเป็นผู้นำ

ฟิเดลอร์ (1967) แบ่งสไตล์ความเป็นผู้นำเป็น 2 แบบ คือผู้นำที่มุ่งงาน (Task) และผู้นำที่มุ่งความสัมพันธ์ (relation) แต่เน้นที่แรงจูงใจของผู้นำ ผู้นำแบบมุ่งงานมีแรงจูงใจพื้นฐานคือต้องการความสำเร็จของงาน ส่วนผู้นำแบบมุ่งความสัมพันธ์มีแรงจูงใจพื้นฐานที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ตาม จึงเป็นคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้นำที่เปลี่ยนแปลงยาก (อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2540)

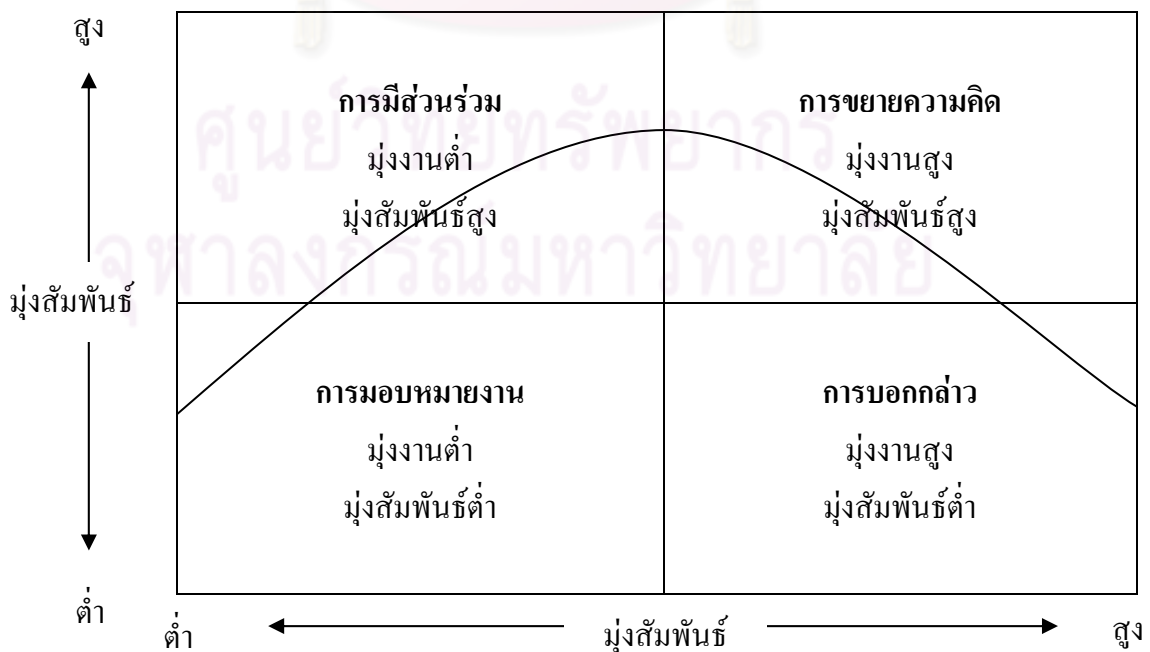
สไตล์ความเป็นผู้นำจะถูกวัดโดยแบบสอบถาม เรียกว่ามาตราส่วน LPC ซึ่งเป็นคำคุณศัพท์ความหมายตรงกันข้ามที่มีมาตราส่วน 8 คะแนน จำนวน 18 ข้อ ผู้รับการทดสอบถูกขอร้องให้อธิบายบุคคลที่เขาคิดว่า "ทำงานร่วมกันได้ดีน้อยที่สุด" ด้วยการประเมินค่าบุคคลตามช่วงคะแนน 1 ถึง 8 ของแต่ละข้อของแบบสอบถาม ตัวอย่าง เช่น

นำคบ 8 7 6 5 4 3 2 1 ไม่นำคบ
 เป็นมิตร 8 7 6 5 4 3 2 1 ไม่เป็นมิตร
 ห้างเหิน 1 2 3 4 5 6 7 8 โกลีซิด
 ไม่จริงใจ 1 2 3 4 5 6 7 8 จริงใจ

คะแนน LPC อยู่ระหว่าง 18 ถึง 144 ผู้นำที่ LPC ต่ำ จะได้คะแนนต่ำกว่า 58 ผู้นำที่ LPC สูง จะได้คะแนน 64 หรือสูงกว่า ผู้นำที่ LPC ต่ำ จะเน้นความสำเร็จของงาน แม้สูญเสียความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แต่ได้ความภูมิใจในตัวเองจากความสำเร็จ เป็นคนที่ไม่สามารถมองข้ามคุณลักษณะทางลบของผู้ตามได้ เพราะเห็นว่ามีผลกระทบต่อความสำเร็จของงานในอนาคต ผู้นำที่ LPC สูง จะได้รับความพอใจและความสำเร็จจากความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีไว้ได้โดยไม่สนใจต่อคุณลักษณะทางลบของผู้ตาม

ทฤษฎีสถานการณ์ความเป็นผู้นำ (Situational Leadership Theory)

พอล เฮอร์เซย์ (Paul Hersey) และ เคนเนท เฮช แบลนชาร์ด (Kenneth H. Blanchard) เรียกทฤษฎีนี้อีกอย่างหนึ่งว่า ทฤษฎีความเป็นผู้นำตามวงจรชีวิต (A life Cycle theory of leadership) ซึ่งได้กล่าวว่า ผู้นำที่มีประสิทธิผลเป็นผลมาจากความเหมาะสมระหว่างรูปแบบของการเป็นผู้นำและความเต็มใจของผู้ตาม ความเต็มใจของผู้ตามจะเพิ่มขึ้นในช่วงของวงจรชีวิตของความสัมพันธ์ของพวกเขากับผู้ตามโดยผู้ตามมีความพร้อมที่จะใช้ความสามารถและยินดีที่จะทำงานให้บรรลุผลสำเร็จตามการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการเป็นผู้นำตลอดเวลา ซึ่ง พอล เฮอร์เซย์ และแบลนชาร์ด เห็นว่าตำแหน่งผู้นำจะต้องเน้นที่พฤติกรรมในการปฏิบัติงานของผู้ตามและพฤติกรรมในการเป็นผู้นำ ดังรูปภาพ (Hersey และ Blanchard, 1996)



1. การสั่งงาน (Telling) มุ่งงานสูง มุ่งสัมพันธ์ต่ำ ผู้นำจะระบุงานของพนักงานอย่างรอบคอบ อธิบายสิ่งที่จะต้องทำและทำอย่างไร ใช้ได้ดีที่สุดเมื่อพนักงานและมีความสามารถในการปฏิบัติงานน้อยและไม่ค่อยเต็มใจในการทำงาน

2. การสอนงาน (Selling) มุ่งงานสูง มุ่งสัมพันธ์สูง ผู้นำจะสั่งงานขณะเดียวกันก็สนับสนุนความต้องการของพนักงานด้วย มีประสิทธิภาพมากที่สุดเมื่อพนักงานเต็มใจทำงานแต่ขาดทักษะ

3. การมีส่วนร่วม (Participating) มุ่งงานต่ำ มุ่งสัมพันธ์สูง ผู้นำเน้นการติดต่อสื่อสารกับพนักงานและให้การสนับสนุน เหมาะสมที่จะใช้เมื่อพนักงานเริ่มมีทักษะแต่ขาดความเชื่อมั่นที่จะทำให้สำเร็จด้วยตัวเอง

4. การมอบหมายงาน (Delegating) มุ่งงานต่ำ มุ่งสัมพันธ์ต่ำ ผู้นำจะให้ทิศทางและการสนับสนุนน้อย เปิดโอกาสให้พนักงานทำงานให้สำเร็จด้วยตนเองใช้สไตร์นี้ได้ดีที่สุด เมื่อพนักงานมีทักษะความสามารถ และมีความเต็มใจที่จะทำงาน

ทฤษฎีวิถีทางสู่เป้าหมาย (Path goal theory)

ทฤษฎีนี้มีข้อสันนิษฐานว่า หน้าที่สำคัญของผู้นำก็คือ การปรับพฤติกรรมของตนเองให้เหมาะสมในสถานการณ์ ซึ่งเฮาส์เชื่อว่า พฤติกรรมของภาวะผู้นำต้องเป็นเชิงกระตุนใจ ผู้ปฏิบัติงานด้วยการสร้างความพึงพอใจและสร้างอิทธิพลเหนือบทบาทการทำงานของผู้ปฏิบัติงานนั้นด้วย ทั้งนี้ก็โดยการใช้วิธีการสนับสนุนผู้ปฏิบัติงานให้มีโอกาสที่จะดำเนินงานให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายต่างๆ ทั้งขององค์กรและของตัวเองไปพร้อมๆกัน รูปแบบของภาวะการณเป็นผู้นำที่ทำงานสามารถสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย 4 รูปแบบด้วยกัน มีดังต่อไปนี้ (อ้างถึงในวิเชียร วิทยอุดม, 2552)

1. ผู้นำบงการ (Directive leadership) เป็นแบบผู้นำที่มุ่งใช้อำนาจในการสั่งการให้ ผู้ใต้บังคับบัญชาโดยไม่ฟังความคิดเห็น ไม่เปิดโอกาสให้ลูกน้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร รูปแบบผู้นำแบบนี้เหมาะสมที่จะใช้กับลูกน้องที่ไม่มีประสบการณ์และทำงานที่ครุ่มเครือ ไม่มีโครงสร้างของการดำเนินงานที่เป็นรูปแบบ

2. ผู้นำแบบให้มีการสนับสนุน (Supportive leadership) เป็นผู้ที่คอยช่วยเหลือสนับสนุน เกื้อกูลให้ความเป็นมิตรและความเป็นกันเองแก่ลูกน้อง ทั้งยังมีมนุษยธรรมและน้ำใจอันดีต่อ ลูกน้องอย่างจริงใจ รูปแบบผู้นำแบบนี้เหมาะสมที่จะใช้กับลูกน้องที่มีประสบการณ์และมีความสามารถมีโครงสร้างของการดำเนินงานที่เป็นรูปแบบ

3. ผู้นำแบบให้มีส่วนร่วม (Participative leadership) เป็นแบบผู้นำที่ให้อิสระในการแสดงความคิดเห็นและผู้นำยอมฟังข้อเสนอแนะต่างๆ โดยนำมาแก้ไขปัญหาร่วมกัน เปิดโอกาสให้ ลูกน้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แต่การตัดสินใจในขั้นสุดท้ายยังสงวนไว้เป็นอำนาจของผู้นำแต่

เพียงอย่างเดียว รูปแบบผู้นำแบบนี้เหมาะสมที่จะใช้กับลูกน้องที่มีประสบการณ์และมีความสามารถ มีโครงสร้างของการดำเนินงานที่เป็นรูปแบบ

4. ผู้นำแบบมุ่งความสำเร็จ (Achievement – Oriented leadership) เป็นแบบผู้นำที่มุ่งมั่นในการทำงานให้สัมฤทธิ์ผลเป็นหลัก เป็นผู้นำที่มักจะทำการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการปฏิบัติงานไว้แล้ว จึงจูงใจให้ลูกน้องเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ รูปแบบผู้นำแบบนี้เหมาะสมที่จะใช้กับลูกน้องที่ได้รับการฝึกฝนจนเป็นผู้เชี่ยวชาญและงานที่ชุก แต่ก็ประสบความสำเร็จ ผู้นำในสถานการณ์แบบนี้ต้องเป็นผู้นำแบบมุ่งความสำเร็จ (Achievement – Oriented leadership)

การควบคุม (Controlling)

การควบคุมเป็นกระบวนการในการเฝ้าตรวจสอบกิจกรรม เพื่อให้แน่ใจว่าพวกเขาได้บรรลุตามแผนการที่กำหนด และมีการกำกับแก้ไขจุดที่มีการเบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายที่ได้ตั้งใจไว้ มีความถูกต้อง ผู้จัดการทุกคนในองค์กรควรที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับหน้าที่ของการควบคุม แม้ว่าองค์กรของพวกเขานั้นมีการดำเนินการตามแผนที่ได้วางไว้แล้วก็ตาม ผู้จัดการก็ยังสามารถที่จะรู้ว่าองค์กรของพวกเขามีการทำงานอย่างเหมาะสมถูกต้อง จนกว่าพวกเขาได้จัดให้มีการประเมินผลในกิจกรรมนั้นๆขึ้นมา และได้มีการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานจริงกับมาตรฐานที่ต้องการ

Ouchi อ้างถึงในวิเชียร วิทญูตม (2552) แห่งมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ลอสแอนเจลิส ได้ให้ทัศนะไว้ว่า ผู้บริหารสามารถที่จะประยุกต์ใช้ศาสตร์กว้างๆไว้ 3 รูปแบบ เพื่อให้สามารถควบคุมองค์กรได้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การควบคุมแบบตลาด (Market Control) เป็นวิธีการใช้สำหรับการควบคุม เพื่อที่จะเน้นให้ความสำคัญกับการใช้กลไกด้านการตลาด เช่น ราคาและส่วนแบ่งการตลาด เพื่อที่จะเน้นให้ดำเนินงานของหน่วยเศรษฐกิจและสามารถใช้สร้างเป็นมาตรฐานในการควบคุมระบบได้ ผู้บริหารที่ดำเนินการกับหน่วยเศรษฐกิจเหล่านี้จะถูกประเมินได้จากพื้นฐานด้านกำไรและขาดทุน

2. การควบคุมแบบระบบราชการ (Bureaucratic Control) ส่วนใหญ่เป็นระบบการควบคุมของหน่วยงานราชการ คือ การใช้กฎ ระเบียบแบบแผน ข้อกำหนดกฎเกณฑ์ และนโยบายที่ค่อนข้างมีความชัดเจน ซึ่งการควบคุมระบบนี้จะขึ้นอยู่กับมาตรฐานขององค์กร ลักษณะของงานที่ชัดเจน และกลไกที่เกี่ยวกับการบริหารหรือการปกครองอื่นๆ เช่น งบประมาณ รายงานทางสถิติ การประเมินการทำงานและอื่นๆ เพื่อให้มีความมั่นใจว่าพนักงานสามารถแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพื้นฐานของการดำเนินงานในองค์กร

3. การควบคุมกลุ่มชน (Clan Control) คือ การที่พนักงานจะถูกควบคุมโดย วัฒนธรรมขององค์กร กฎเกณฑ์ ประเพณี ความเชื่อ ซึ่งจะมีความยืดหยุ่นไปตามกลุ่มงานและข้อกำหนดของกิจกรรมองค์กรนั้นๆ เป็นสำคัญ การควบคุมกลุ่มชนนี้มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างสัมพันธภาพบนความเคารพซึ่งกันและกัน และการมีส่วนร่วมของพนักงานมีการกระตุ้นซึ่งกันและกันให้มีความรับผิดชอบต่อการแก้ไขปัญหาและมีความรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง

รูปแบบของการควบคุม (Types of Control)

วิธีการควบคุมในการปฏิบัติงานที่ใช้ในองค์กรนั้น โดยเฉพาะแนวทางการควบคุมแบบราชการ ที่นิยมใช้กันส่วนใหญ่มีด้วยกัน 3 รูปแบบ คือ

1. การควบคุมก่อนการปฏิบัติงาน (Feed forward control)
2. การควบคุมขณะปฏิบัติงาน (Concurrent control)
3. การควบคุมหลังการปฏิบัติงาน (Feedback control)

1. การควบคุมก่อนการปฏิบัติงาน (Feed forward control)

บางครั้งเรียกว่า การควบคุมเบื้องต้น (Preliminary control) เป็นการควบคุมที่เกิดก่อนการปฏิบัติงานจะได้เริ่มขึ้น โดยเป้าหมายอยู่ตรงที่เพื่อให้มีการป้องกันในปัญหา ก่อนที่มันจะเกิดขึ้นยังหมายรวมไปถึง นโยบายกระบวนการ และกฎระเบียบที่มีไว้เพื่อให้มีความมั่นใจว่ากิจกรรมที่ได้วางแผนไว้แล้วนั้น จะนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องหรือไม่ ผู้บริหารจึงสามารถที่จะควบคุมโดยการจัดทำกิจกรรมดังกล่าวล่วงหน้าได้

2. การควบคุมขณะปฏิบัติงาน (Concurrent control)

การควบคุมขณะปฏิบัติงาน เกิดขึ้นขณะที่แผนการกำลังดำเนินการอยู่ รวมถึงมีการสั่งการ การควบคุมและปรับเปลี่ยนกิจกรรมในขณะที่กำลังทำงานอยู่เพื่อจะมั่นใจว่าได้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและหลีกเลี่ยงความเสียหายใดๆ อีกด้วย ในขั้นนี้ถือได้ว่าเป็นหัวใจของระบบการควบคุม เพราะในขั้นของการผลิตนั้นความพยายามทั้งหมดอยู่ในการที่มุ่งมั่นไปที่การผลิตเพื่อให้ได้ปริมาณที่ถูกต้องและคุณภาพของสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานที่ได้มีการกำหนดไว้

3. การควบคุมหลังการปฏิบัติงาน (Feedback control)

การควบคุมหลังจากปฏิบัติงาน หมายถึงว่า ข้อมูลการปฏิบัติงานได้มีการรวบรวมและวิเคราะห์ไว้แล้วและให้ผลย้อนกลับมายังบางคนหรือบางสิ่งในกระบวนการนั้นเพื่อจะได้แก้ไขให้ถูกต้องต่อไป การควบคุมแบบนี้ช่วยชี้ให้เห็นและปรับปรุงหรือการปฏิบัติที่บกพร่องหรือปรับค่าเบี่ยงเบนให้ถูกต้องตามมาตรฐานที่ยอมรับได้หลังจากเกิดขึ้นแล้ว

องค์ประกอบของการควบคุม การที่จะทำให้การปฏิบัติตามระบบการควบคุมบรรลุผลสำเร็จ ตามเป้าหมายที่ได้มีการกำหนดไว้นั้นการควบคุมจะต้องมีส่วนประกอบที่สำคัญอยู่ 3 ประการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. จะต้องมีการกำหนดมาตรฐาน หรือเป้าหมายไว้เป็นการล่วงหน้า

ในการควบคุมจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ไว้เป็นการล่วงหน้าอยู่เสมอ ในองค์การธุรกิจนั้นวัตถุประสงค์โดยรวม จะถูกแบ่งออกเป็นเป้าหมายย่อยต่างๆ สำหรับแผนกและส่วนบุคคล เป้าหมายต่างๆเหล่านี้จะใช้เป็นมาตรฐานที่กำหนดขึ้นในกระบวนการของการควบคุมและจะเป็นจุดมุ่งหมายสำหรับการปฏิบัติงานของทุกคนและในที่สุดก็จะเป็นมาตรฐานที่ใช้ดูว่า ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามสิ่งที่ได้คาดหวังไว้หรือไม่

2. จะต้องมีการเปรียบเทียบผลงานกับมาตรฐาน

ในการควบคุมนั้น ผู้บริหารจะต้องมีความแน่ใจว่าการปฏิบัติงานต่างๆ เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ทุกประการ ดังนั้นจึงต้องทำการตรวจสอบการปฏิบัติงานด้านต่างๆ อยู่เสมอ โดยการเปรียบเทียบและวัดผลดูว่า ผลการปฏิบัติงานมีความแตกต่างไปจากมาตรฐานที่กำหนดไว้เพียงใด

3. การดำเนินการแก้ไข

การควบคุมจะได้สิ้นสุดลงที่การวัดผลงานเพื่อจะได้ทราบถึงข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องต่างๆ และจะได้สรุปข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องนั้นออกมาในรูปของการเขียนรายงานฝ่ายบริหารเมื่อได้ทราบแล้วก็จำเป็นต้องดำเนินการแก้ไขข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องเหล่านั้นที่จะทำให้การปฏิบัติงานในขั้นต่อไปนี้เป็นไปตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้

กระบวนการควบคุม (Process of Controlling)

หลังจากที่ได้มีการพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการควบคุมแล้วจะทำให้เรามีความเข้าใจถึงว่ากระบวนการของการควบคุมนั้นว่า เราควรที่จะต้องมีการควบคุมในขั้นตอนต่างๆ อย่งไรที่จะทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนการที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งกระบวนการควบคุมหลักๆ ที่สำคัญจะประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ต่อไปนี้ (ทวิพัทธ์ พัวสรรเสริญ, 2532)

1. การจัดตั้งมาตรฐาน
2. การวัดผลงาน
3. การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน
4. กำนเนินการแก้ไข

3. หลักทฤษฎีการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด (Marketing และ Marketing Mix)

การตลาดได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนาน และมีผู้ให้ความหมายหรือนิยามของการตลาดไว้เป็นจำนวนมาก เช่น สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association: AMA) ให้นิยามว่าการตลาดไว้ดังนี้ “การตลาด หมายถึง กระบวนการวางแผนและบริหารในด้านแนวคิด การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความสุขความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร”

Kotler ศาสตราจารย์ด้านการตลาดที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา ได้ให้นิยามของการตลาดว่า “การตลาด คือ กิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์กระทำขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการให้เป็นความพอใจโดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน”

ธงชัย สันติวงษ์ (2531) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การตลาด คือ ตลาดที่ประกอบด้วยลูกค้าที่ซึ่งกิจการจะมุ่งขายสินค้า หรือบริการที่ผลิตได้ให้บรรลุตามเป้าหมาย ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจและการขยายตัวของรายได้และประชากร รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

ธุรกิจจะประสบความสำเร็จนั้น เงื่อนไขที่สำคัญ คือ ต้องสามารถขายสินค้าหรือบริการได้จนบรรลุเป้าหมาย อันจะส่งผลทำให้มีกำไร ซึ่งจะต้องมีการติดตามเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดอย่างใกล้ชิด และต้องมีการคาดคะเนได้ถูกต้อง จึงจะสามารถกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่ดีจะมีทางทำให้บรรลุตามที่ตั้งใจไว้ได้ และเงื่อนไขที่สำคัญยิ่งที่ฝ่ายจัดการจะต้องให้ความสนใจตลอดเวลา คือ ลักษณะความเป็นไปของตลาด การวิเคราะห์ตลาดและกลุ่มลูกค้า

กลยุทธ์การบริหารการตลาดที่ได้รับความนิยมมาหลายทศวรรษ เป็นแนวคิดหลักที่ใช้ในการพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญในการตอบสนองต่อตลาดได้อย่างเหมาะสม โดยเริ่มที่ธุรกิจต้องมีสิ่งที่เสนอต่อลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทำการตั้งราคาที่เหมาะสม หาวิธีการนำส่งถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการบริหารช่องทางส่งเสริมการตลาด ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดสำคัญที่เป็นที่รู้จักกันดี ซึ่งรวมเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 7Ps (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547)

ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดนั้นมีอยู่หลากหลายรูปแบบซึ่งบิตเนอร์และบูมส์ (Bitner และ Booms, 1981) ได้สร้างรูปแบบของส่วนผสมทางการตลาด 7P's ไว้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอทางการตลาดเพื่อสร้างความพอใจและความต้องการของมนุษย์ซึ่งมี 2 ประเภท คือ สิ่งที่ต้องจับต้องได้ (Tangible) และสิ่งที่ไม่ต้องจับต้อง

(Intangible) เมื่อการบริการได้เข้ามามีบทบาททางการตลาดจึงทำให้สิ่งที่แต่ละต้องไม่ได้ (Intangible) กลายเป็นส่วนสำคัญสำหรับการเสนอทางการตลาด ประกอบด้วย สินค้า คุณภาพ ลักษณะการบรรจุ หีบห่อ ตราสินค้า บริการ การสนับสนุน การรับประกัน ฯลฯ

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปแบบเงินตรา ประกอบด้วย ราคาสินค้าในรายการ ส่วนลด ส่วนยอมให้ การบัญชี ฯลฯ

3. สถานที่ (Place) หมายถึง การจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง ช่องทางที่จะหาลูกค้า ช่องทางที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ฯลฯ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่ายและตลาดเป้าหมาย เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งข้อความ การขายตรง การขาย สื่อ ฯลฯ

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน หมายถึง บุคลากรหรือพนักงานที่จำเป็นต้องสร้างค่านิยมและการยอมรับให้การตลาดหรือบริษัท ประกอบด้วย บุคคลที่มีความรู้ ลูกจ้าง ผู้จัดการ ฯลฯ

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการบริการที่มีคุณภาพอันทำให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า ประกอบด้วย ขั้นตอน วิธีการดำเนินการ กลไก กิจกรรม (กระบวนการในการจัดการกลุ่มลูกค้า) ฯลฯ

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence และ Presentation) หมายถึง ความสามารถและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งได้ถูกนำเสนอในรูปแบบของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) หรือ 7P's เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรคือบุคคลด้านความบันเทิงจะมีดนตรีได้แก่แนวเพลงดนตรี

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในแบบของตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal selling)

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน ที่ต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหาและความสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence และ Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management, TQM) ตัวอย่างเช่น ภายในโรงพยาบาลนตรี ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการในการชมภาพยนตร์ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า (Customer Value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวกหรือผลประโยชน์อื่นๆ

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการบริการให้กับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Customer Satisfaction)

4. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

จิตตินันท์ เตะคุปต์ (2539) กล่าวถึง “ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” และมีนักวิชาการและนักจิตวิทยาหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Vroom (1964) อ้างถึงใน จันทรเพ็ญ ตูเทศานันท์ (2542) กล่าวว่า “ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทัศนคติด้านบวกแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงความไม่พึงพอใจ”

Wolman (1973) อ้างถึงใน จันทรเพ็ญ ตูเทศานันท์ (2542) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า “ความพอใจ คือ ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อประสบผลสำเร็จตามความคาดหวังความต้องการจากแรงจูงใจ”

Mullins (1985) กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลายๆ ด้าน เป็นสภาพที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุเป้าหมายบางอย่างนั้นแล้วจะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก”

วัฒนา เพ็ชรวงษ์ (2542) ได้สรุปว่า “ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ”

วัฒนา เพ็ชรวงษ์ (2542) กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะต่างกัน เช่น ความรู้สึก พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น”

กิตตินันท์ อรรถบพ (2542) กล่าวว่า “โดยทั่วไป การศึกษาความพึงพอใจมักมีการศึกษา 2 มิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service satisfaction) และความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีอย่างต่อเนื่องเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในเชิงประเมินค่า ซึ่งสิ่งหนึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจของมนุษย์มักได้แก่ทรัพยากร (Resources) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) ดังนั้น การวิเคราะห์ความพึงพอใจและความสุขของมนุษย์”

ประกาศิต สุวรรณชฎ และคณะ (2541) กล่าวว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังจะได้รับและสัมผัสจากการท่องเที่ยว กับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงที่นักท่องเที่ยวได้รับรู้ และเกิดความพึงพอใจในระดับต่างๆ”

จากความหมายของความพึงพอใจข้างต้น พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ บุคคลนั้นได้แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (Reactionary feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulant) ที่แสดงผลออกมา (Yield) ในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้าย (Final Outcome) ของกระบวนการประเมิน (Evaluative Process) โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมิน (Direction of Evaluative Result) ว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก (Positive Direction) หรือ ทิศทางลบ (Negative Direction) หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉยๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได้

ความพึงพอใจกับการให้บริการ

มณีวรรณ ต้นไทย (2533) กล่าวว่า “ความพึงพอใจกับการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการรับบริการในด้านต่างๆ ดังนี้คือ

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
3. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

Millet (1954) อ้างถึงใน ส้ารวย เกษกุล (2538) ให้ทัศนคติเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ไว้ว่าควรพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ความสามารถในการจัดบริการให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้รับบริการ (Ample service)

2. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้นๆ

3. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในบริการ และความต้องการของประชาชนในบริการนั้นๆ

4. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้องเป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้า (Equitable service) แก่ผู้รับบริการ

5. ความสามารถในการพัฒนาบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้า (Progressive service) ตามลักษณะของการบริการนั้นขึ้นไปเรื่อยๆ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

Oliver (1980) อ้างถึงใน จิตตินันท์ เชชะคุปต์ (2543) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังบุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวัง

5. ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองพญา

ประวัติความเป็นมาของเมืองพญา

คำว่า “พญา” นั้นมีประวัติเล่ากันมาว่า เมื่อ พ.ศ.2310 ก่อนที่จะเสียกรุงแก่พม่า 2 เดือน พระยาตาก (สิน) ซึ่งขณะนั้นเป็นพระยากำแพงเพชรเห็นว่าถ้าในกรุงศรีอยุธยา ต่อสู้กับพม่าอ่อนแออย่างที่เป็นเช่นนี้ ก็จะต้องเสียกรุงเป็นมั่น จึงคิดหนีไปตั้งตัวใหม่ หาสมัครพรรคพวกได้ประมาณ 500 คน ยกออกจากค่ายวัดพิชัย มุ่งไปทางตะวันออกเฉียงใต้ และได้รับกับพม่าที่ยกติดตามไปถึง 4 ครั้ง จนกระทั่งได้เดินทัพล่องหน้าไปแขวงเมืองชลบุรี พระยาตาก ไปพักทัพที่บริเวณหน้าวัดใหญ่อินทาราม (ปัจจุบัน) และจึงเคลื่อนทัพมุ่งไปยังจันทบุรี ระหว่างทางได้พักทัพ

ที่บ้านหนองไผ่ (ซึ่งอยู่ด้านหลังสถานีตำรวจภูธรพิทยา ริมถนนสุขุมวิทปัจจุบัน) ตำบลนาเกลือ แขวงเมืองบางละมุง พระราชพงศาวดารฉบับพระราชหัตถเลขา เล่ม 2 กล่าวไว้ว่า “ขณะนี้นายกลม เป็นนายชุมนุม” คุณไพร่พลอยู่ที่นั่นคอยสักจะต่อรอง และพระยากำแพงเพชรขึ้นชี้ข้างปลาย ถือบ้านกลับรางแดงพร้อมด้วยพลทหารแห่แวดล้อมหน้าหลังตรงเข้าไปในระหว่างพวกพลนายกลม ซึ่งมาสักค้อยู่ด้วยเดชบารมีบันดาลให้นายกลมเกรงกลัวเดชานุภาพวางอาวุธเสียสิ้น พวกพลทัพเข้าอ่อนน้อมเป็นข้า แล้วนำทัพไปหยุดประทับ ณ ที่มีหนองน้ำ ครั้นรุ่งขึ้นวันอังคาร แรม 6 ค่ำ เดือนยี่ นายกลมจึงนำไพร่พลหมื่นหนึ่ง นำทัพไปถึงตำบลแห่งหนึ่ง หยุดพักแรมเสียคืนหนึ่ง รุ่งขึ้นเดินทัพมาถึงจอมเทียนและทุ่งไก่อเดีย สัตหีบ หยุดพักแรมแห่งละคืน ต่อมาตำบลแห่งนั้นชาวบ้านเรียกว่า “ทัพพระยา” และต่อมาเรียกใหม่เป็น “พิททยา” มีทั้งตัว ท.ทหาร และตัว ธ.ธง เนื่องจากเห็นว่าตรงที่บริเวณพระยาดากมาตั้งทัพนั้นทำเลดี มีลมทะเล ชื่อลมพิททยา คือลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝน จึงเรียกสถานที่แห่งนี้ว่า “หมู่บ้านพิททยา” ต่อมาปัจจุบันได้เขียนใหม่เป็น “พิทยา”

เหตุการณ์สำคัญของเมืองพิทยาได้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2502 เมื่อมีรถบรรทุกขนาดใหญ่ของทหารอเมริกันประมาณ 4-5 คันได้บรรทุกทหารเต็มคันรถประมาณคันละ 100 คนจากนครราชสีมา ซึ่งมีฐานทัพของทหารอเมริกันอยู่ที่นั่นมาที่หาดพิทยา และเข้าบ้านตากอากาศของพระยาสุนทร พักอยู่เป็นประจำบ้านดังกล่าวอยู่ทางตอนใต้ของหาดพิทยาโดยผลัดกันพักผ่อนเป็นงวดๆ ละ 1 สัปดาห์ และพักอยู่ที่บ้านพักดังกล่าว ด้วยเหตุการณ์เช่นนี้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการมาท่องเที่ยวพิทยา และต่อมาพิทยาได้เปลี่ยนจากหมู่บ้านชายทะเลที่สงบมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่ทันสมัยดังที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบันก่อนเดือนพฤศจิกายน 2521 พัททยานีฐานะเป็นสุขาภิบาลนาเกลือ ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2499 มีพื้นที่เฉพาะตำบลนาเกลือ ต่อมาได้ขยายเขตไปถึงพิทยาได้เมื่อปี 2507 มีพื้นที่ในการปกครองดูแล ประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร

แต่เนื่องจากพิทยาได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ หน่วยงานปกครองที่เป็นสุขาภิบาลอยู่เดิมไม่อาจจะบริหารงาน และให้บริการได้ทันกับความเจริญอย่างรวดเร็วได้ รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพิทยา พ.ศ.2521 ขึ้นด้วยผลแห่งพระราชบัญญัตินี้ จึงได้ยุบสุขาภิบาลนาเกลือ และได้จัดตั้งเมืองพิทยา เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ.2521 เป็นรูปการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (City Manager) ผู้จัดการเมือง และให้เมืองพิทยานีฐานะเทียบเท่าเทศบาลนคร กระทรวงมหาดไทย พ.ศ.2540 มีผลบังคับใช้ได้กำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นและสภาท้องถิ่น ต้องมาจากการเลือกตั้ง จึงยกเลิกพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพิทยา พ.ศ. 2521 และตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพิทยา พ.ศ.2542 บังคับใช้ มีผลตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542 (องค์การพิพิธภัณฑน์วิทยาาสตร์แห่งชาติ, 2549)

ที่ตั้งเมืองพัทยา

เมืองพัทยา ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกบริเวณเส้นรุ้งที่ 13° เหนือ และเส้นแวงที่ 101° ตะวันออก อยู่ในท้องที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตรเลขที่ 171 หมู่ 6 ถนนพัทยาเหนือ ตำบลนาเกลือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20260

อาณาเขตเมืองพัทยา

ทิศเหนือ เริ่มจากแนวคลองกระทิงลาย

ทิศตะวันออก ขนานไปกับถนนสุขุมวิท (จากถนนสุขุมวิทไปทางทิศตะวันออก 900 เมตร)

ทิศตะวันตก ขนานกับแนวชายฝั่งทะเล

ทิศใต้ จรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่

พื้นที่ของเมืองพัทยา

พื้นที่ทั้งหมด	208.10 ตร.กม. (130,062.50 ไร่)
- พื้นดิน (รวมเกาะล้าน)	53.44 ตร.กม. (33,400 ไร่)
- พื้นน้ำ	154.66 ตร.กม. (96,662.50 ไร่)
- เกาะล้าน	4.07 ตร.กม. (2,543.75 ไร่)

พัทยาประกอบด้วยพื้นที่ 4 ตำบล คือ

1. ตำบลนาเกลือ หมู่ 1, 2, 3, 4, 5, 6 และ 7 (เกาะล้าน)
2. ตำบลหนองปรือ หมู่ 5, 6, 9, 10, 11, 12 และ 13
3. ตำบลห้วยใหญ่ หมู่ 4
4. ตำบลหนองปลาไหล หมู่ 6, 7 และ 8

ชายหาดพัทยายาวประมาณ 15 กิโลเมตร

สภาพภูมิประเทศเมืองพัทยา

เมืองพัทยาดังอยู่ในเขตอำเภอบางละมุง มีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตตำบลหนองปรือและพื้นที่บางส่วนอยู่ในเขตตำบลนาเกลือ ตำบลห้วยใหญ่และตำบลหนองปลาไหล ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่เนินมีที่ราบน้อย ที่ราบสำคัญจะเป็นที่ตั้งของย่านพาณิชย์กรรม หรือแหล่งการค้าและบริเวณย่านที่พักอาศัยจะอยู่ถัดจากหาดพัทยาริมไปทางตอนบน โดยที่ราบจะถูกล้อมรอบเนินเขาเตี้ยๆ สูงไม่เกิน 100 ม.รทก. นับตั้งแต่ทิศเหนือลงมาเป็นเนินเขาเตี้ย ความสูงประมาณ 35 ม.รทก. บริเวณถัดลงมาเป็นเขาน้อย เขาตาโลและเขาเสาธง สูงประมาณ 65 ม.รทก. แนวเขานี้แตกตัวออกไปต่อเนื่องกับเขา พัทยาทางด้านทิศตะวันตก ซึ่งติดกับชายฝั่งทะเล สูงประมาณ 98 ม.รทก. ซึ่งทำให้เกิดที่ราบระหว่างเชิงเขากับชายฝั่งทะเลอีก 2 แห่ง อยู่ทางตอนบนและตอนล่างโดยที่ราบตอนบน

ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่บริเวณนาเกลือ ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางของชุมชนแถบนี้ ส่วนที่ราบตอนล่าง มีลักษณะเป็นแถบยาวขนานไปกับชายฝั่งทะเล ซึ่งห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 1 กิโลเมตร และจากลักษณะของเนินเขาและที่ราบดังกล่าว ทำให้เกิดทางน้ำตามธรรมชาติลักษณะลำน้ำโดยทั่วไป มีขนาดเล็กและตื้นเขินในช่วงฤดูแล้ง เช่น คลองนาเกลือ คลองเสือเผ่น คลองพิทยา เป็นต้น รวมทั้งในเขตการปกครองของเมืองพิทยางบางส่วนยังมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะอยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 8 กิโลเมตร เช่น เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก (องค์การพิพิธภัณฑศึกษาวิทยาศาสตร์แห่งชาติ, 2549)

ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศโดยทั่วไปได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมที่พัดผ่านตามฤดูกาล 2 ประเภท คือลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทำให้เกิดฤดูกาล 3 ฤดูกาล คือ ฤดูฝน ฤดูหนาว และฤดูร้อน นอกจากการได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมดังกล่าวแล้วยังได้รับอิทธิพลจากพายุโซนร้อนจากอ่าว เบงกอล ซึ่งเป็นลมจรทำให้เกิดฝนตกค่อนข้างมากในบริเวณที่พายุนี้พัดผ่าน โดยฤดูฝนเริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมไปจนถึงกลางเดือนตุลาคมเป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านและนำเอาความชุ่มชื้น และฝนตกมาบริเวณพิทยา ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมไปจนถึงกุมภาพันธ์ ในช่วงนี้มีลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดพาเอามวลอากาศเย็นและแห้งแล้งเข้ามาสู่เมืองพิทยา ทำให้อุณหภูมิลดต่ำลงในช่วงเดือนธันวาคม และ มกราคม ส่วนในช่วงเปลี่ยนลมมรสุมตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์จนถึงกลางเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงฤดูร้อนซึ่งมีอากาศร้อนอบอ้าวและมีอุณหภูมิสูงขึ้น โดยเฉพาะในเดือนเมษายน อุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุด 34.4 องศาเซลเซียส (เมษายน) อุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุด 19.5 องศาเซลเซียส (มกราคม) ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยสูงสุด 80 เปอร์เซ็นต์ (พฤษภาคม, กันยายน) ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยต่ำสุด 65.00 เปอร์เซ็นต์ (พฤศจิกายน) (องค์การพิพิธภัณฑศึกษาวิทยาศาสตร์แห่งชาติ, 2549)

ระบบโครงข่ายในเมืองพิทยา

ระบบโครงข่ายถนนในเมืองพิทยา รวมทั้งสิ้น 136 สาย ระยะทางรวม 109.06 กิโลเมตร แยกเป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก 33 สาย (ระยะทาง 25.68 กิโลเมตร) และถนนลาดยางแอสฟัลท์ติก 76 สาย (ระยะทาง 67.70 กิโลเมตร) และถนนลูกรัง 27 สาย (ระยะทาง 15.68 กิโลเมตร) สรุปได้ดังนี้

1. ถนนสายประธาน

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 3 (ถนนสุขุมวิท) เป็นถนนสายประธานซึ่งใช้เป็นเส้นทางคมนาคม เข้า-ออก เมืองพิทยาและการติดต่อกับจังหวัดและอำเภออื่น ๆ ดังนี้

- 1.1 พัทธา - สัตหีบ
- 1.2 พัทธา - อำเภอศรีราชา

- 1.3 พัทยา - จังหวัดชลบุรี
- 1.4 พัทยา - จังหวัดสมุทรปราการ
- 1.5 พัทยา - กรุงเทพมหานคร

2. ถนนสายหลัก

เป็นถนนที่ทำหน้าที่กระจายการจราจรจากถนนสุขุมวิทเข้าไปสู่ตัวเมืองพัทยาโดยผ่านย่านพาณิชย์กรรม และเขตที่อยู่อาศัยเข้าสู่ศูนย์กลางเมืองพัทยา ได้แก่

- ถนนพัทยาเหนือ ถนนพัทยากลาง และถนนพัทยาใต้ เป็นถนนเชื่อมต่อจากถนนสุขุมวิทสู่ชายหาดพัทยามีขนาดความกว้างตั้งแต่ 20 เมตร ขึ้นไป เป็นถนนที่มีการจราจรหนาแน่น

- ถนนพัทยา - นาเกลือ และถนนพัทยาสาย 2 เป็นถนนสายหลักที่มีการจราจรคับคั่ง โดยเฉพาะถนน พัทยา-นาเกลือ ส่วนถนนพัทยาสาย 2 เป็นถนนวงรอบที่สำคัญมีขนาดของเขตทางกว้าง 8 – 12 เมตร ความยาวประมาณ 1,675 เมตร

- ถนนพัทยาสาย 1 (ถนนเลียบชายหาดด้านอ่าวพัทยา) เป็นเส้นทางท่องเที่ยวสายหลักเส้นทางเริ่มที่บริเวณหาดด้านเหนืออ้อมอ่าวพัทยาจนถึงถนนพัทยาใต้ ซึ่งเป็นถนนเลียบชายหาด ถนนพัทยาสาย 2 ตลอดจนถึงถนนในซอยมีการจราจรหนาแน่นมาก

- ถนนเลียบชายหาดจอมเทียน

- ถนนเทพประสิทธิ์ เป็นถนนเชื่อมระหว่างถนนสุขุมวิทกับหาดจอมเทียน ระยะทาง 2,943 เมตร

กีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

พัทยา เมืองท่องเที่ยวชื่อดังของภาคตะวันออก ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ไม่ว่าจะเป็น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร สถานบันเทิงต่างๆ มีน้ำทะเลใส ชายหาดที่สวยงาม มีแหล่งดำน้ำตื้น Snorkeling แหล่งดำน้ำลึก Scuba การเดินทางก็แสนจะสะดวกสบาย เพราะเป็นเมืองที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ

พัทยา เปรียบได้ตั้งโรงเรียนสอภาคสนามของนักดำน้ำ Scuba ในปีหนึ่งๆ มีนักดำน้ำมากมาย เดินทางมาจบการสอภาคสนาม ของการดำน้ำที่ทะเลแห่งนี้ เป็นความประทับใจที่ไม่รู้ลืมของอดีตที่เคยสนุกตื่นเต้นในการลงดำน้ำในทะเลครั้งแรก ทำให้ทุกคนจะต้องคิดถึงพัทยายากที่จะลืม จนต้องหวนเดินทางกลับมา พัทยา เพื่อลงดำน้ำ Scuba ในครั้งต่อไป

แหล่งดำน้ำในพญา

1. เกาะครก

เกาะครกเป็นเกาะที่อยู่ใกล้ชายหาดพญาที่สุด แนวปะการังของเกาะครกจะอยู่ทางซีกก่อนไปทางเหนือทางด้านทิศตะวันตกของเกาะ จะพบปะการังแข็งที่ระดับความลึกตั้งแต่ 5-9 เมตร และหากออกไปที่ระดับความลึกมากกว่านี้ประมาณ 15-22 เมตร จะพบปะการังเขากวาง และปะการังอ่อน และดอกไม้ทะเล (Anemone gardens) อาศัยอยู่อย่างหนาแน่น และเป็นจุดดำน้ำที่มีปลาการ์ตูนอินเดียนแดงอยู่มาก

ความลึก: 8 - 25 เมตร

ความใส: 2 - 12 เมตร

การเดินทาง : เรือ 30 นาที

2. เกาะสาก

บริเวณเกาะสากมีไคไฟไซต์ที่นักดำน้ำระดับเริ่มต้น จนถึงมีประสบการณ์สามารถดำได้ โดยด้านตะวันตกของเกาะมีปะการังแข็ง และพื้นทราย ด้านทิศใต้มักจะมีกระแสน้ำเสมอจึงมีปะการังและสัตว์น้ำน้อย และทิศเหนือเป็นลักษณะของทรายล้วน เหมาะสมสำหรับการฝึกสอนดำน้ำ

และบริเวณทิศเหนือนี้เองที่เป็นที่นิยมของนักดำน้ำเพราะว่าจะพบสัตว์ชนิดอาศัยบนพื้นทรายจำนวนมาก ได้แก่ ปลาผีเสื้อกลางคืน ปลาจิ้มฟันจระเข้ ปลาลิ้นหมา และยังรวมไปถึงม้าน้ำด้วย

ความลึก: 2 - 15 เมตร

ความใส: 2 - 12 เมตร

การเดินทาง: เรือ 45 นาที

3. เกาะรีน

เป็นเกาะที่อยู่ทางด้านทิศใต้ของชายหาดพญาเป็นเกาะเล็กๆที่กว้างราว 30 เมตร และยาว 400 เมตร มีหาดทรายสีขาวนวล ทั้งทางด้านตะวันออกและตะวันตกของตัวเกาะ ส่วนปลายเกาะทั้งด้านเหนือและใต้เป็นเนินเขาขย้อมๆ สภาพใต้น้ำด้านตะวันตกของเกาะรีน เป็นแนวทรายโดยตลอด ส่วนหน้าหาดทรายด้านตะวันออก เป็นแนวทรายลาดชันลงไปจนถึงแนวราบที่ความลึกราว 20 เมตร จะมีกองหินเป็นหย่อมๆ แต่ละหย่อมจะมีเส้ทะเล ปะการังดำ และกัลปังหาพัดขึ้นอยู่อย่างหนาแน่นและสวยงาม

ความลึก: 5 - 20 เมตร

การมองเห็น: 5 - 15 เมตร

การเดินทาง: เรือ 60 นาที

4. หินลอมฟางและหินยักกระโดง

หินลอมฟาง เป็นกองหิน โฟลต์พื้นขึ้นมาเหนือผิวน้ำตั้งอยู่บริเวณด้านเหนือของเกาะรีน สามารถพบปลาไหล กระเบนจุดฟ้า อีกทั้งกัลปังหา และเส้ทะเล ส่วนหินยักกระโดง ตั้งอยู่บริเวณ ด้านใต้ของเกาะรีน พบ ปลาสร้อยนกเขา ปลาสิงโต เส้ทะเล ปะการังดำ และปะการังอ่อนหลากสี

ความลึก: 5 - 20 เมตร

การมองเห็น: 5 - 15 เมตร

การเดินทาง: เรือ 60 นาที

5. เรือหลวงกูด

เรือหลวงกูดเป็นเรือประเภทรือยกพลขึ้นบกขนาดกลาง (LSM : landing Ship, Medium) ความยาวตลอดลำ 61.5 เมตร กว้าง 10.51 เมตร ประวัติความเป็นมา เรือลำนี้เดิมชื่อ USS EXNO (LSM 333) ต่อที่ Pullman Works เมืองชิคาโก ประเทศสหรัฐอเมริกา วางกระดูกงูเมื่อ 16 มิถุนายน 2487 ต่อมารัฐบาลไทยได้ซื้อเข้ามาในราคา 235,000 เหรียญ ตามโครงการช่วยเหลือทางทหาร โดยมีพิธีรับมอบที่อ่าวซูบิค ประเทศฟิลิปปินส์ เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2488 และได้ขึ้นระวางประจำการ ในกองทัพเรือไทยเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2490 และปฏิบัติการกิจเพื่อรับใช้ชาติและราชนาวิमानจนถึง 57 ปี จนตัวเรือมีสภาพผุกร่อนและทรุดโทรมมาก ไม่คุ้มค่าต่อการซ่อมคืนสภาพ

กองทัพเรือจึงได้อนุมัติปลดระวางประจำการ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2547 ที่ตั้งในการนำเรือหลวงกูด ลงสู่ท้องทะเล เพื่อจัดทำเป็นอุทยานใต้ทะเลเฉลิมพระเกียรติฯ อยู่บริเวณทิศ ตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะสาก

ความลึก: 26 - 31 เมตร

การมองเห็น: 3 - 10 เมตร

การเดินทาง: เรือ 35 นาที

6. เกาะกรงบาดาล

เกาะกรงบาดาลอยู่ห่างจากเกาะหูช้างประมาณ 800 เมตร หรืออยู่ห่างจากเกาะล้านไปทางทิศตะวันตกประมาณ 8.8 กิโลเมตร จุดเด่น แนวปะการังของเกาะกรงบาดาลนี้จะอยู่ทางทิศใต้ของตัวเกาะ ที่ระดับความลึกจนถึง 9 เมตรจะพบพวกปะการังแข็งและฟองน้ำ ส่วนที่ลึกลงไปจนถึงระดับความลึก 15 เมตรจะพบพวกกัลปังหาชนิดต่างๆ และตามแนวหินจนถึงระดับพื้นทะเลจะเป็นที่อาศัยของปะการังเขากวาง

ความลึก: 5-15 เมตร

การมองเห็น: 3-9 เมตร

การเดินทาง: เรือ 60 นาที

7. เกษมารวิชัย

อยู่ห่างจากเกาะกรุงบาดาลประมาณ 2.4 กิโลเมตร จุดเด่น จุดชมปะการังของเกาะมารวิชัย อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของตัวเกาะที่ระดับความลึก 5-10 เมตร ทางด้านตะวันออกของแนวปะการังนี้ จะเป็นแนวหินจากชายฝั่ง ไปจนถึงความลึกประมาณ 15 เมตร เป็นที่อาศัยของปะการังแข็ง กัลปังหา แส้ทะเล และฟองน้ำ ขณะที่อีกด้านหนึ่งนั้นจะเป็นที่อาศัยของสัตว์ทะเลขนาดเล็ก นานาชนิดจนถึงระดับความลึก 9 เมตรเช่นกัน

ความลึก 5-18 เมตร

การมองเห็น 3-10 เมตร

การเดินทาง: เรือ 70 นาที

โปรแกรมออกดำน้ำในเขตพญา

เกาะใกล้เคียง - เกาะล้าน เกาะสาเก เกาะครก เรือหลวงกูด ราคา 1,200 บาท/วัน

เกาะใกล้เคียง - เกาะรีน เกาะมารวิชัย เกาะไผ่ เรือหลวงคราม ราคา 1,200 บาท/วัน

อุปกรณ์เต็มชุด ราคา 400 บาท/วัน

ดำน้ำ 2 ไลฟ์ /วัน

บริการ อาหารเที่ยง 1 มื้อบนเรือ น้ำดื่ม น้ำอัดลม กาแฟ ฟรีตลอดทริป ท่านจะดำน้ำสนุก และปลอดภัย เพราะเรามีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้นในเรือครบครัน มีบริการจองโรงแรมที่พัก ในพัทยาราคาพิเศษสำหรับนักดำน้ำ

สถิติการท่องเที่ยวพญา

พญาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางน้ำซึ่งอยู่ทางด้านตะวันออกของอ่าวไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเข้ามาท่องเที่ยวที่พญาเป็นจำนวนมาก สร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ดังสถิติท่องเที่ยว ดังนี้

สถิติการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวพญา

ปี	ผู้เยี่ยมชมพญา/รายได้ (นักท่องเที่ยว)				รวม	
	ชาวไทย (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	ชาวต่างประเทศ (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	ผู้เยี่ยมชมพญา (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
2548	1,804,240	8,441.67	3,533,769	40,080.46	5,338,009	48,522.13
2549	2,026,179	9,289.02	4,088,768	43,955.09	6,114,947	53,244.11
2550	2,199,028	10,649.45	4,481,630	48,698.16	6,680,658	59,347.61

แหล่งที่มา: องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ, 2549

6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มงคล ศัพท์นาวิน(2546) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “ปัญหาและแนวทางแก้ไขการเรียนการสอนด้านน้ำขั้นพื้นฐานของเมืองพัทยา” เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น มีความเที่ยงตรงเฉพาะหน้าจากผู้เชี่ยวชาญ 6 ท่าน เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร จำนวน 110 คน ได้รับคืน 110 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและแนวทางแก้ไขการเรียนการสอนด้านน้ำขั้นพื้นฐานด้านต่างๆ 4 ด้านที่พบมากที่สุด คือ 1) ด้านครูผู้สอน ปัญหาที่พบ คือ 1.1 ครูสอนไม่ตรงตามหลักสูตรและครบหลักสูตรที่กำหนดไว้ แนวทางแก้ไข คือ ครูต้องศึกษาหลักสูตรให้ตรงตามจุดประสงค์ 1.2 ครูไม่ใส่ใจดูแลทั่วถึง แนวทางแก้ไข คือ ครูต้องกระตือรือร้นในการสอน 1.3 ครูผู้สอนขาดประสบการณ์ ไม่มีความชำนาญในการถ่ายทอดที่ดี แนวทางแก้ไข คือ เป็นผู้ช่วยกับครูผู้มีประสบการณ์ 2) ปัญหาด้านตัวผู้เรียน ปัญหาที่พบ คือ 2.1 นักเรียนไม่มีความพร้อมที่จะเรียน แนวทางแก้ไข คือ ครูผู้สอนควรสร้างบรรยากาศในการเรียนการสอนให้พร้อมที่จะเรียน 2.2 นักเรียนไม่ปฏิบัติตามครูผู้สอน แนวทางแก้ไข คือ ครูผู้สอนต้องปรับบุคลิกภาพครูให้น่าเชื่อถือ 3) ปัญหาด้านอุปกรณ์ ปัญหาที่พบ คือ 3.1 ในการสอนครูบางคนไม่ใช้หุ่นบอกตำแหน่ง แนวทางแก้ไข คือ ให้ครูมีหุ่นประจำตัว และต้องใช้หุ่นทุกครั้ง 3.2 อุปกรณ์ขาดการบำรุงรักษา แนวทางแก้ไข คือ ให้นำให้เข้าอุปกรณ์ควรจะดูแลอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้ 3.3 สภาพเรือมีควันไอเสียออกมารบกวนการเรียนภายในเรือ แนวทางแก้ไข ควรไปนั่งบริเวณหัวเรือ 4) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาที่พบคือ 4.1 สระว่ายน้ำไม่มีความเหมาะสมทั้งความลึก และขนาด แนวทางแก้ไข ลดปริมาณนักเรียน 4.2 จุดดำน้ำมีเรือจอดในจุดเดียวกัน จอดรวมกันมากเกินไป แนวทางแก้ไข ควรมีการประสานงานกับเรือลำอื่นๆ ให้จอดห่างๆ กัน 4.3 ปัญหาจากเรือสกูตเตอร์ แนวทางแก้ไข ต้องมีหุ่นบอกตำแหน่งของนักดำน้ำ 4.4 อุณหภูมิใต้น้ำเย็นขูดเกินไป แนวทางแก้ไข ถ้าน้ำเย็นเกินไปก็ไม่ควรเรียน 4.5 สภาพใต้ทะเลเลมึ่นอุปสรรคในการสอน แนวทางแก้ไข ครูควรจะดูแลพื้นที่ให้ปลอดภัย

คมชนัญ โวหาร (2551) ทำการศึกษา การบริหารการกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์การศึกษาการบริหารการกีฬาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านทรัพยากรในการจัดการ กระบวนการบริหาร ผลการดำเนินงานด้านกีฬา และศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรและนิสิตในการบริหารการกีฬาของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้ปฏิบัติงาน 32 คน และกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการด้านกีฬาจำนวน 400 คน ใช้การสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารที่บริหารงานด้านกีฬา จำนวน 5 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารการกีฬาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในส่วนทรัพยากรในการบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ โดยด้านการเงินและงบประมาณ ด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการ

จัดการอยู่ในระดับพอใช้ ยกเว้นด้านบุคลากรอยู่ในระดับดี 2) การบริหารการกีฬาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในส่วนกระบวนการบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ โดยด้านการวางแผน ด้านบริหารบุคลากร ด้านการรายงานผล และด้านการจัดงบประมาณ อยู่ในระดับพอใช้ด้วย ยกเว้นด้านการจัดองค์กร ด้านอำนาจการ และด้านการประสานงานอยู่ในระดับดี 3) การบริหารการกีฬาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในส่วนผลดำเนินงานด้านกีฬา มีจำนวนรายการที่สำรวจพบ ร้อยละ 90.62 ของจำนวนแบบสำรวจทั้งสิ้น 4) การบริหารการกีฬาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในส่วนของความพึงพอใจในการรับบริการด้านกีฬา ของนิสิตและบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับดี

เอกสารและงานวิจัยต่างประเทศ

ยามากูชิ และ โอคาตะ (Yamaguchi และ Okada, 1988) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “การเข้าร่วมเป็นสมาชิกศูนย์สุขภาพ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการ” พบว่า แม้ว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา และการออกกำลังกายจะเพิ่มมากขึ้น แต่ความตั้งใจที่จะเข้าร่วมโปรแกรมกีฬายังมีน้อย วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อตรวจสอบปัจจัยในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของศูนย์สุขภาพ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ปัจจัยต่างๆ มีดังนี้ 1. ความพึงพอใจในอุปกรณ์ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก 2. ความพึงพอใจที่มีต่อเจ้าหน้าที่ และความพึงพอใจในกิจกรรมการออกกำลังกาย ข้อมูลที่ได้มาจากสมาชิก 186 คนของศูนย์สุขภาพเอกชนในโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ได้ความพึงพอใจในกิจกรรมการออกกำลังกาย ประมาณ 23 เปอร์เซ็นต์ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกศูนย์สุขภาพ ได้พิจารณาจากการจัดการที่ดี

หยู, ชาง และเหลียง (Chang และ Liang, 2006) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจและความภักดีในอุตสาหกรรมนันทนาการของชาวไต้หวัน”

วัตถุประสงค์การวิจัยนี้คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจและความภักดีของอุตสาหกรรมนันทนาการ โดยใช้แบบสอบถามที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง 200 ชุด โดยมีค่าความเชื่อมั่นจากแบบสอบถามคิดเป็นภาพบริการ 0.92 ด้านความพึงพอใจ 0.88 ด้านความภักดี 0.70 โดยวิเคราะห์ผลสรุปได้ดังนี้

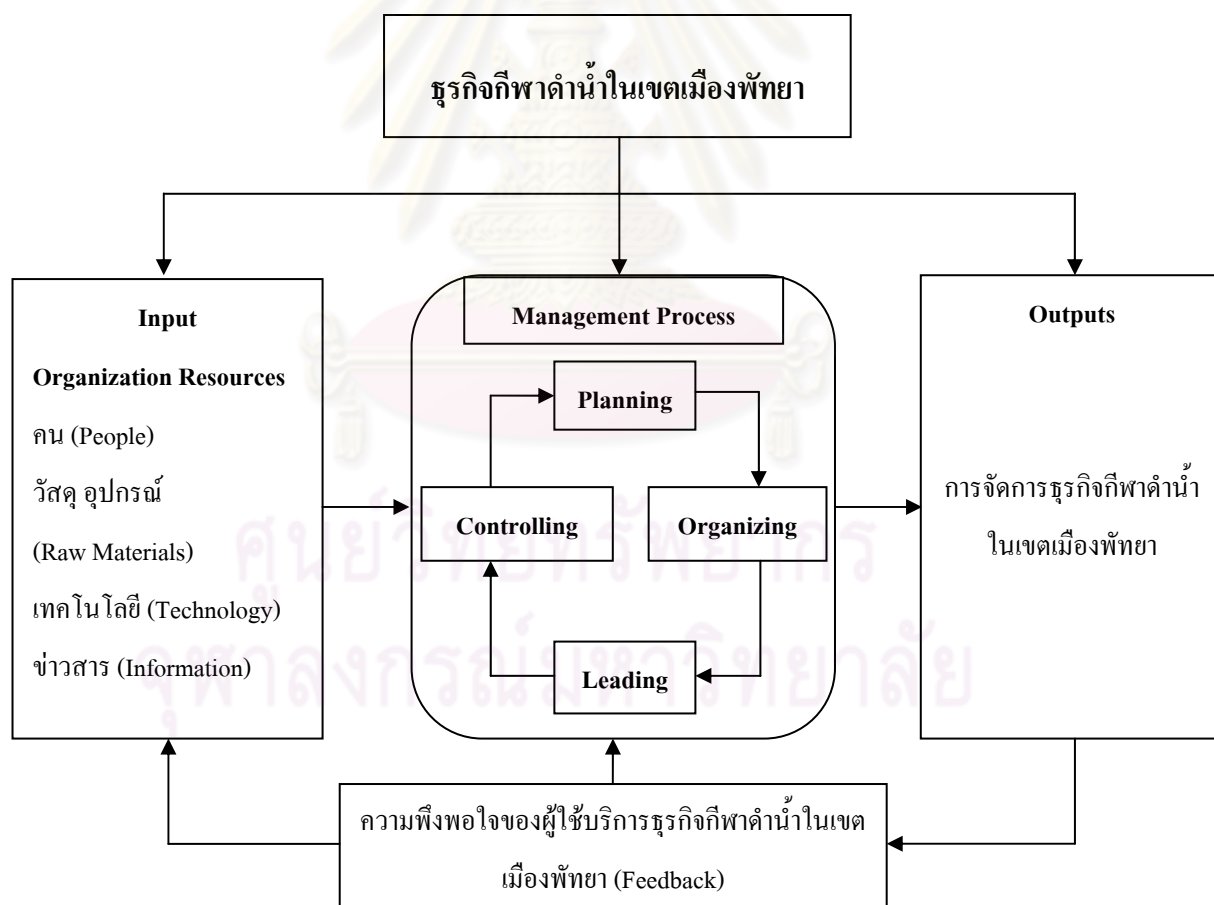
1. ด้านประชากรศาสตร์พบว่า ความแตกต่างระหว่างประชากรศาสตร์กับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจและความภักดี
2. ด้านความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งต้องการการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ
3. มีความสัมพันธ์กันทุกมิติ ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การบริหารองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่ต้องการนั้น จะต้องมีการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วย สิ่งนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) สิ่งส่งออก (Output) และข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) (Wiener อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2526) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีปัจจัยนำเข้า คือ ทรัพยากรในการจัดการ ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์, วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก, เทคโนโลยี และด้านข่าวสาร ในส่วนของกระบวนการในการจัดการนั้น ประกอบด้วย การวางแผน, การจัดองค์กร, การชี้นำ และการควบคุม ปัจจัยส่งออก ได้แก่ ผลการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ซึ่งจากทฤษฎีและแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยนำมาเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research design) เกี่ยวกับ “การจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา” ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีดำเนินการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การสรุปผลการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 15 แห่ง ดังต่อไปนี้

1. Adventure Scuba
2. Aquanauts Dive Center
3. Dave's Divers Den
4. Dive South East Asia
5. Holiday Diving Club
6. Ihtiander
7. Larry's Dive
8. Mermaid's Scuba Diving Center
9. Neptune Dive Center
10. Paradise Scuba Divers
11. P J Scuba
12. Dive Site
13. Scuba moose Dive Center
14. Scuba Tek Dive Center
15. Safari Diving Center

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวนทั้งหมด 200,420 คนต่อปี (องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ, 2549)

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1. กลุ่มผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 15 คน

2. กลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าเฉลี่ยของประชากรโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ซึ่งคำนวณออกมาได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร} \quad n &= \frac{200,420}{1 + 200,420 (0.05)^2} \\ n &= 399.99 \end{aligned}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทหายครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย จำนวน 2 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทหายในด้านทรัพยากรในการจัดการและด้านกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำ การตอบแบบสัมภาษณ์นี้เป็นการตอบตามข้อเท็จจริง และความคิดเห็นของผู้บริหาร หรือพนักงานเป็นผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีทั้งหมด 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการ และกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬา ดำน้ำในเขตเมืองพัทหาย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทหาย

ชุดที่ 2 แบบสอบถาม เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทหาย ในด้านความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาด แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นการสำรวจเลือกตอบตามช่องที่กำหนดไว้ (Check list)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการมีลักษณะเป็นแบบสำรวจเลือกตอบตามช่องที่กำหนดไว้ (Check list)

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจในผลสมทางการตลาดและการให้บริการในกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา ต่อส่วนผลสมทางการตลาด 7P's มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 นำแบบสอบถามสัมภาษณ์และแบบสอบถามการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำสำหรับผู้บริหารธุรกิจดำน้ำ และแบบสัมภาษณ์ความพึงพอใจสำหรับผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและนำไปเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งมีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญดังต่อไปนี้ อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภัทย์, ผศ.ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, อาจารย์ฉัตรชัย มะสุนสืบ, นายพลธรรม พลการ และนายมงคล ศัพทะนาวิน

3.1.2 ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญจากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อการปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการนำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำ ฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน เพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ของครอนบัก (Cronbach, 1990) โดยได้ค่า $\alpha=0.95$

และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำ ฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ของครอนบัก (Cronbach, 1990) โดยได้ค่า $\alpha=0.93$

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 วางแผนในการเก็บข้อมูลและเตรียมทีมงานในการเก็บข้อมูล

4.2 มีการให้คำแนะนำในการเก็บแบบสอบถามแก่ทีมงานก่อนการแจกแบบสอบถาม

4.3 ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม พ.ศ. 2554

4.4 ออกเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 15 แห่ง และเก็บข้อมูลกับผู้บริการดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเวลา 9.00 –16.00 น. ช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2554

4.5 นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อลงรหัสข้อมูล แล้วนำไปวิเคราะห์ อภิปราย และสรุปผล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามด้านทรัพยากรในการจัดการ และกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำ

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ และความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการกีฬา วิเคราะห์ข้อมูลโดยประมวลสาระสำคัญในประเด็นการสัมภาษณ์ และสรุปตามประเด็นโดยการเขียนพรรณนาเชิงอธิบาย

5.1.2 ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการ และกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดค่าระดับออกเป็นดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน	4
มาก	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

นำคะแนนที่หาค่าเฉลี่ยแล้ว มาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรายข้อ และโดยส่วนรวม โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50 – 4.00	หมายถึงระดับมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50 – 3.49	หมายถึงระดับมาก
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50 – 2.49	หมายถึงระดับน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	หมายถึงระดับน้อยที่สุด

5.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage)

5.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage)

5.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนความพึงพอใจในผสมทางการตลาดและการให้บริการในกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา ต่อส่วนผสมทางการตลาด 7P's นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศโดยใช้ค่าที (t-test), และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของผู้ใช้บริการโดยใช้ค่าเอฟ (F-test),

โดยการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ .05 โดยใช้วิธีการกำหนดค่าความพึงพอใจโดยกำหนดค่าระดับออกเป็นดังนี้

มากที่สุด	ให้คะแนน	4
มาก	ให้คะแนน	3
น้อย	ให้คะแนน	2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1

นำคะแนนที่หาค่าเฉลี่ยแล้ว มาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรายข้อ และโดยส่วนรวม โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50 – 4.00	หมายถึงระดับมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50 – 3.49	หมายถึงระดับมาก
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50 – 2.49	หมายถึงระดับน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.49	หมายถึงระดับน้อยที่สุด

6. การสรุปผลการวิจัย

6.1 การสรุปผลจากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยการนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดยประมวลสาระสำคัญในประเด็นการสัมภาษณ์ และสรุปตามประเด็น โดยการเขียนพรรณนาเชิงอธิบาย และข้อมูลจากแบบสอบถามนำข้อมูลที่ได้มาสรุปโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

6.2 การสรุปผลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศโดยใช้ค่าที (t-test), และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของผู้ใช้บริการโดยใช้ค่าเอฟ (F-test), โดยการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง “การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา” ผู้วิจัยได้แยกผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 2 กระบวนการจัดการและทรัพยากรในการจัดการ

ตอนที่ 3 กระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ส่วนที่ 2 การศึกษาความพึงพอใจธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้บริการกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาเสนอรูปตารางประกอบความเรียง ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 2 กระบวนการจัดการและทรัพยากรในการจัดการ

ตอนที่ 3 กระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ด้านทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยสัมภาษณ์เกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการ ทรัพยากรในการจัดการ 4 ด้านดังต่อไปนี้ ดังต่อไปนี้ ทรัพยากรมนุษย์

ทรัพยากรด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ทรัพยากรด้านเทคโนโลยี และทรัพยากรด้านข่าวสาร ด้านกระบวนการจัดการ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้ ด้านการวางแผน ด้านการจัดการองค์กร ด้านการชี้นำ และด้านการควบคุม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลส่วนตัวและการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและการศึกษาด้านทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำ พบว่า ผู้บริหารในองค์กรดำน้ำ 15 องค์กร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยผู้จัดการร้านดำน้ำและพนักงานร้านดำน้ำมีอายุระหว่าง 40-55 ปี และเวลาในการทำงานตั้งแต่ 8.00 – 18.00 น.

การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ด้านทรัพยากรในการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ด้านทรัพยากรมนุษย์ (People)

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความต้องการครูสอนดำน้ำและพนักงานที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการดำน้ำ และการรับพนักงานเข้าทำงานต้องมีความต้องการตามวุฒิการศึกษาเป็นหลัก มีจำนวน 14 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการพัฒนาผู้ฝึกสอนดำน้ำ และพนักงานภายในองค์กร มีจำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความผู้ฝึกสอนดำน้ำที่มีใบอนุญาตจากสถาบันดำน้ำ มีจำนวน 4 แห่ง ต้องการพนักงานที่มีความขยัน ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจำนวน 3 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยาผู้ฝึกสอนต้องมีความสามารถในการควบคุมดูแลความปลอดภัยของนักดำน้ำได้ มีจำนวน 3 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความต้องการพนักงานที่มีความรู้ในด้านอุปกรณ์ดำน้ำ และสามารถแนะนำในเรื่องของการดำน้ำให้กับผู้ที่สนใจได้ มีจำนวน 2 แห่ง และองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีแผนพัฒนาบุคลากรให้พนักงานภายในองค์กรมีความสามัคคี มีจำนวน 1 แห่ง ดังข้อมูลต่อไปนี้

เรามีครูสอนดำน้ำที่มีประสบการณ์ มีความชำนาญด้านการดำน้ำเป็นอย่างดี เพื่อให้กระบวนการสอนและการสอบเป็นไปตามมาตรฐานของหลักสูตร

ผู้จัดการร้าน Mermaid's Scuba Diving/26 มี.ค. 54

การรับพนักงานและครูสอนดำน้ำนั้นต้องดูจากประสบการณ์และหลักสูตรการสอนดำน้ำที่เรียนมา

ผู้จัดการร้าน Dive site/26 มี.ค. 54

ทางบริษัทมีแผนพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรให้มีความสามัคคีกันอยู่เสมอ

ผู้จัดการร้าน Scuba Tek Dive Center/26 มี.ค. 54

ต้องมีครูสอนดำน้ำที่มีประสบการณ์สูง และสามารถดูแลความปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการ กิพาดำน้ำได้เป็นอย่างดี เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุต่อผู้ใช้บริการ และให้บริการอย่างเป็นกันเองซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการใช้บริการครั้งต่อไป

ผู้จัดการร้าน Paradise Scuba Divers/26 มี.ค. 54

เราต้องการครูสอนดำน้ำที่มีความชำนาญ มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อนักเรียนดำน้ำและต้องมีฝ่ายขายที่มีความรู้เกี่ยวกับกิพาดำน้ำได้เป็นอย่างดี รู้จักอุปกรณ์ดำน้ำ สามารถแนะนำวิธีการดำน้ำและวิธีการสอนดำน้ำต่อผู้สนใจได้ยิ่งดี

ผู้จัดการร้าน Neptune Dive Center/26 มี.ค. 54

เราต้องการครูสอนดำน้ำที่มีประสบการณ์ และมีการพัฒนาโดยให้ครูสอนดำน้ำไปสอนในสาขาอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในสถานที่ดำน้ำที่แตกต่างกันไป

ผู้จัดการร้าน Scubamoose Dive Center/26 มี.ค. 54

เราเน้นการขายซึ่งเราต้องการพนักงานขายที่เก่ง มีประสบการณ์ในเรื่องการดำน้ำและรู้จักกับการดำน้ำเป็นอย่างดี

ผู้จัดการร้าน Safari Diving Center/26 มี.ค. 54

มีการรับพนักงานให้ตรงกับวุฒิการศึกษาและประสบการณ์เป็นหลัก เช่น ด้านบัญชี ด้านการตลาด และครูผู้สอนดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Aquanauts Dive Center/26 มี.ค. 54

การรับพนักงานดูตามวุฒิการศึกษา และครูสอนดำน้ำต้องผ่านการสอบดำน้ำและได้รับการรับรองจากสถาบันดำน้ำแล้ว

ผู้จัดการร้าน Dive Sout East Asia/26 มี.ค. 54

พนักงานสอนทุกคนต้องมีใบรับรองจากสถาบันดำน้ำ ต้องผ่านการสอบดำน้ำ ต้องมีประสบการณ์ในการดำน้ำ สามารถควบคุมนักดำน้ำได้ และมีความใส่ใจแก่นักดำน้ำได้เป็นอย่างดี

ผู้จัดการร้าน Adventure Scuba/27 มี.ค. 54

เรามีการรับพนักงานจากวุฒิการศึกษา และความรู้เกี่ยวกับการดำน้ำ และอุปกรณ์ดำน้ำ และเรามีการอบรมพนักงานก่อนจะทำงานทุกคน

ผู้จัดการร้าน Dave's Divers Den/27 มี.ค. 54

เราต้องการพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการดำน้ำ ก่อนจะมีการสอนจริงในทะเล เราก็ต้องมีการฝึกสอนในสระว่ายน้ำก่อน

ผู้จัดการร้าน Holiday Diving Club/27 มี.ค. 54

ถ้ารับพนักงานเราจะรับคนที่มีความรู้ความสามารถในการดำน้ำ ด้านการสอนดำน้ำ และพนักงานด้านการขายต้องมีความรู้เรื่องอุปกรณ์ดำน้ำ และเรื่องของการดำน้ำได้เป็นอย่างดี พนักงานที่มาทำงานเรามีการสอนงานและมีการฝึกงานก่อนทำงาน

ผู้จัดการร้าน Larry's Dive/27 มี.ค. 54

เราต้องการรับพนักงานที่เป็นงาน ฐานงานด้านการดำน้ำ และหลักสูตรการสอนดำน้ำเป็นอย่างดี มีใบอนุญาตการสอนดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน P J Scuba/27 มี.ค. 54

เราต้องการคนตามตำแหน่งงานที่ต้องการ ต้องมีความขยันและมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

ผู้จัดการร้าน Ihtiander /27 มี.ค. 54

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านวัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material)

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการ ด้านวัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีอุปกรณ์ในการเรียนการสอนดำน้ำครบชุด ประกอบด้วย BCD Compressor Dive computer Fin Regulator Tank Snorkel Mask ไฟฉายดำน้ำ และอุปกรณ์เสริมถ่ายภาพ มีจำนวน 11 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีอุปกรณ์จำหน่ายที่มีมาตรฐาน และมีให้เลือกอย่างหลากหลาย จำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีอุปกรณ์การเรียนการสอนดำน้ำและอุปกรณ์ที่จำหน่ายมีมาตรฐานและความปลอดภัย จำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการทำความสะดวกอุปกรณ์ดำน้ำทุกครั้งและเก็บรักษาอุปกรณ์เป็นอย่างดี เพื่อให้อุปกรณ์มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน มีจำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีเรือสำหรับเดินทางไปดำน้ำที่มีความสะดวกสบายและมีความปลอดภัย จำนวน 3 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีบริการอาหาร เครื่องดื่มบนเรือ มีจำนวน 1 แห่ง และมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกและครูผู้สอนดำน้ำ มีจำนวน 1 แห่ง ดังข้อมูลต่อไปนี้

เรามีอุปกรณ์ดำน้ำให้เช่าครบชุด ประกอบด้วย BCD Fin Regulator Tank Snorkel Mask และอุปกรณ์เสริมอื่นๆตามความต้องการ

ผู้จัดการร้าน Mermaid's Scuba Diving/26 มี.ค. 54

ทางร้านมีอุปกรณ์ให้เช่า ขายครบชุด และมีเรือให้บริการที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ เพื่อความสะดวกสบายของนักดำน้ำ ให้เดินทางอย่างสะดวกสบาย

ผู้จัดการร้าน Dive Site/26 มี.ค. 54

เรามีอุปกรณ์ดำน้ำครบชุด และมีการทำความสะอาดอุปกรณ์ทุกชนิดที่ใช้แล้ว และเก็บรักษาอย่างดี เพื่อให้อุปกรณ์ดำน้ำมีอายุการใช้งานที่ยาวนานที่สุด

ผู้จัดการร้าน Scuba Tek Dive Center/26 มี.ค. 54

มีการทำความสะอาดอุปกรณ์ดำน้ำหลังจากที่นำไปใช้ทุกครั้ง เพื่อลดการเสื่อมสภาพของอุปกรณ์ และเรามีอุปกรณ์ดำน้ำจำหน่ายและให้เช่าครบชุด

ผู้จัดการร้าน Paradise Scuba Divers/26 มี.ค. 54

เรามีอุปกรณ์ดำน้ำจำหน่ายอย่างหลากหลาย และอุปกรณ์ในการดำน้ำครบชุด และมีการ
 ทำความสะอาดอุปกรณ์ดำน้ำหลังจากการนำไปใช้ทุกครั้งเพื่อลดความเสี่ยงต่อสุขภาพของ
 อุปกรณ์

ผู้จัดการร้าน Neptune Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีอุปกรณ์ดำน้ำรูปแบบใหม่ๆมาแนะนำ และจำหน่ายอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้ที่ต้องการ ได้
 เลือกซื้ออุปกรณ์อย่างหลากหลาย และมีอุปกรณ์ในการสอนครบชุด

ผู้จัดการร้าน Scubamoose Dive Center/26 มี.ค. 54

ทางร้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ห้องน้ำ ห้องอบน้ำ อาหารและเครื่องดื่มบนเรือมี
 ความพอเพียงกับผู้ใช้บริการ และมีอุปกรณ์ดำน้ำจำหน่าย อุปกรณ์การสอนก็มีครบ
 เช่นกัน

ผู้จัดการร้าน Safari Diving Center/26 มี.ค. 54

เรามีอุปกรณ์การสอนดำน้ำครบชุด และอุปกรณ์ดำน้ำจำหน่ายในราคาตัวเอง และมี
 ส่วนลดพิเศษสำหรับครูสอนดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Aquanauts Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีอุปกรณ์ดำน้ำที่ทันสมัย เพื่อความปลอดภัยของนักดำน้ำ และเรามีการรักษาอุปกรณ์
 ทุกชิ้นเป็นอย่างดี

ผู้จัดการร้าน Dive Sout East Asia/26 มี.ค. 54

อุปกรณ์ทุกชิ้นมีมาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อนักดำน้ำ อุปกรณ์ของเรามีครบชุด เช่น
 BCD Compressor Divecomputer Fin Regulator Tank Snorker Mask ไฟฉายดำน้ำ และ
 อุปกรณ์เสริมถ่ายภาพ

ผู้จัดการร้าน Adventure Scuba/27 มี.ค. 54

เราได้คัดสรรอุปกรณ์ดำน้ำมาเป็นอย่างดี ว่าเป็นรุ่นที่มีความคุ้มค่า ทั้งในด้านคุณภาพ
 ราคา รวมถึงคุณสมบัติต่างๆ ที่เหมาะสมกับนักดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Dave's Divers Den/27 มี.ค. 54

เราได้อุปกรณ์ในการดำน้ำครบชุด และพิเศษด้วยระบบอากาศ Nitrox นักดำน้ำสามารถ
 เข้าได้ในราคา 400 บาท/วัน ถ้าเพิ่มระบบอากาศ Nitrox ก็ต้องเพิ่มอีก 400 บาท/แท็งก์

ผู้จัดการร้าน Holiday Diving Club/27 มี.ค. 54

อุปกรณ์มาตรฐานสำหรับดำน้ำที่เราจัดเตรียมไว้ให้ในเรือ เช่น แทงค์อากาศ เข็มขัดพร้อม
 ก้อนตะกั่ว หรืออื่นๆ ไว้บริการ ผู้ที่จัดเตรียมอุปกรณ์ดำน้ำมาเอง แต่อาจจะหลงลืมหรือ
 ต้องการใช้ในกรณีฉุกเฉิน เราก็มีอุปกรณ์ทุกชิ้นให้เสมอ

ผู้จัดการร้าน Larry's Dive

เราเตรียมอุปกรณ์ดำน้ำให้มีความสะอาดและปลอดภัยสำหรับนักดำน้ำ เพื่อนักดำน้ำจะได้
 ดำน้ำอย่างสนุก

ผู้จัดการร้าน P J Scuba/27 มี.ค. 54

มีอุปกรณ์ดำน้ำที่ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัย มีเรือลำใหญ่เดินทางสะดวกสบาย และมี
 การเก็บรักษาอุปกรณ์เป็นอย่างดี

ผู้จัดการร้าน Ihtiander /27 มี.ค. 54



ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านเทคโนโลยี (Technology)

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการ ด้านเทคโนโลยี พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการใช้ระบบ จีพีเอส, Dive Computer เข้ามาใช้ในการฝึกสอนดำน้ำในทะเล มีจำนวน 1 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการนำเอา ระบบอากาศแบบ ไนโตรกซ์ มาใช้ในการเรียนการฝึกดำน้ำในทะเล มีจำนวน 7 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการนำสินค้าใหม่ๆ มาจำหน่ายอยู่เสมอ มีจำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการอัปเดตโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ มีจำนวน 4 แห่ง และองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการใช้ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 1 แห่ง ดังข้อมูลต่อไปนี้

ด้านเทคโนโลยีเรามีการอัปเดตโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทุกปี และมีระบบอากาศแบบใหม่ ที่เรียกว่า Nitrox ให้บริการ

ผู้จัดการร้าน Mermaid's Scuba Diving/26 มี.ค. 54

เรามีการใช้ระบบดาวเทียม Dive site และระบบ GPS ติดตามตัวนักดำน้ำและมีการนำ สินค้ารุ่นใหม่ ๆ มาจำหน่ายอยู่เสมอ

ผู้จัดการร้าน Dive Site/26 มี.ค. 54

เรามีระบบ GPS ติดตามตัวนักดำน้ำ และใช้ป้ายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์และมี สินค้ารุ่นใหม่ ๆ มาจำหน่ายเสมอ

ผู้จัดการร้าน Scuba Tek Dive Center/26 มี.ค. 54

เริ่มมีการใช้ระบบอากาศแบบ Nitrox มาใช้ในการดำน้ำ Dive computer และมีระบบ GPS

ผู้จัดการร้าน Paradise Scuba Divers/26 มี.ค. 54

เรามีระบบอากาศแบบใหม่ที่เรียกว่า Nitrox ซึ่งเป็นลูกเล่นใหม่ในการดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Neptune Dive Center/26 มี.ค. 54

ทางร้านได้มีการใช้ระบบ GPS และระบบอินเทอร์เน็ต และยังมีระบบอากาศแบบ Nitrox ให้บริการ

ผู้จัดการร้าน Scubamoose Dive Center/26 มี.ค. 54

ทางร้านได้มีการอัปเดตโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทุกตัว และระบบอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ทุกปี และมีสินค้าใหม่ ๆ มาจำหน่ายอยู่ตลอด

ผู้จัดการร้าน Safari Diving Center/26 มี.ค. 54

เทคโนโลยีใหม่ก็ต้องเป็นระบบอากาศแบบ Nitrox

ผู้จัดการร้าน Aquanauts Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีการจำหน่ายอุปกรณ์ใหม่ๆอยู่เสมอ อุปกรณ์รุ่นใหม่ๆ จะได้ชวนให้นักดำน้ำสนใจ และอยากได้สินค้าไว้เป็นเจ้าของ

ผู้จัดการร้าน Dive Sout East Asia/26 มี.ค. 54

เรามีระบบอากาศ Nitrox และ Dive computer เป็นอุปกรณ์ใหม่ที่หน้าสนใจสำหรับนักดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Adventure Scuba/27มี.ค. 54

เรามีการใช้อุปกรณ์ที่มีคุณภาพรุ่นใหม่ๆ มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการสอน ดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Dave's Divers Den/27 มี.ค. 54

เราได้มีการนำเข้าอุปกรณ์รุ่นใหม่ เพื่อให้นักดำน้ำสามารถเลือกซื้อ และจะนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการสอนดำน้ำแน่นอน

ผู้จัดการร้าน Holiday Diving Club/27 มี.ค. 54

เรามีการใช้ระบบ GPS, Drive computer ในการเรียน และการสอบภาคสนาม

ผู้จัดการร้าน Larry's Dive/27 มี.ค. 54

เรามีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการติดต่อสื่อสาร เช่น GPS ระบบการเก็บข้อมูลการดำน้ำ และระบบอากาศแบบ Nitrox

ผู้จัดการร้าน P J Scuba/27 มี.ค. 54

ทางร้านมีสินค้าใหม่ๆ มาจำหน่ายเสมอ และการสอน โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์มามีส่วนร่วมในการสอน

ผู้จัดการร้าน Ihtiander /27 มี.ค. 54

ศูนย์วิทยุวิทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านข่าวสาร (Information)

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการ ด้านข่าวสาร พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสารโดยการใช้แผ่นพับหรือโบชัวร์ มีจำนวน 11 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสารโดยการใช้เว็บไซต์ดำน้ำ และ ระบบอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 10 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสารโดยการใช้วารสาร นิตยสารการท่องเที่ยวและกีฬา มีจำนวน 8 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสารโดยการใช้การชักชวนให้ผู้ที่สนใจทดลองมาดำน้ำ มีจำนวน 4 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสารโดยการติดป้ายโฆษณา มีจำนวน 2 แห่ง และองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสารโดยการใช้ลูกค้าพูดกันปากต่อปาก มีจำนวน 1 แห่ง ดังข้อมูลต่อไปนี้

ทางร้านมีการโฆษณาทางโบชัวร์ และหนังสือบางประเภทของเมืองพัทยา

ผู้จัดการร้าน Mermaid's Scuba Diving/26 มี.ค. 54

เรามีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต นิตยสารการท่องเที่ยว นิตยสารของเมืองพัทยา และโบชัวร์ของทางร้าน

ผู้จัดการร้าน Dive Site/26 มี.ค. 54

ร้านของเรามีการใช้ป้ายประกาศของเมืองพัทยา นิตยสารต่างๆ ใช้การเชิญชวนโดยการให้ทดลองมาเรียนดำน้ำ และมีโบชัวร์ของร้าน

ผู้จัดการร้าน Scuba Tek Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีวิธีการโฆษณาโดยการลงนิตยสารต่างๆ สื่อทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ของทางร้าน และโบชัวร์

ผู้จัดการร้าน Paradise Scuba Divers/26 มี.ค. 54

โฆษณาโดยการเชิญชวนให้คนที่สนใจมาทดลองดำน้ำและลงโฆษณากับวารสารของเมืองพัทยา และการตกแต่งป้ายร้านให้สวยงามให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยว

ผู้จัดการร้าน Neptune Dive Center/26 มี.ค. 54

เราใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการโฆษณาโดยใช้เว็บไซต์ของร้าน และโบชัวร์อัตราค่าใช้บริการในการดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Scubamoose Dive Center/26 มี.ค. 54

ทางร้านมีการโฆษณาโดยการใส่โบชัวร์ หนังสือของเมืองพัทยา และโฆษณาทางสื่อ
อินเทอร์เน็ต

ผู้จัดการร้าน Safari Diving Center/26 มี.ค. 54

เราใช้การโฆษณาทางเว็บไซต์ วารสารของเมืองพัทยา ติดต่อกับทัวร์ต่างชาติ และโบชัวร์
ของทางร้าน

ผู้จัดการร้าน Aquanauts Dive Center/26 มี.ค. 54

เราโฆษณาโดยให้ลูกค้าพูดกันปากต่อปาก และมีเว็บไซต์ของทางร้าน มีโบชัวร์แจก
ให้กับผู้ที่สนใจด้วย

ผู้จัดการร้าน Dive Sout East Asia/26 มี.ค. 54

เราใช้การโฆษณาโดยการลงโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต การเสนอกลอสพร้อมกั
นักท่องเที่ยงที่มาท่องเที่ยวในพัทยา และโบชัวร์ในร้านดำน้ำของเรา

ผู้จัดการร้าน Adventure Scuba/27มี.ค. 54

เรามีการให้นักท่องเที่ยวมาทดลองดำน้ำกับเราเพื่อให้เกิดความอยากรู้อยากลองในการดำ
น้ำ และการลงวารสารการท่องเที่ยวและกีฬาต่างๆ

ผู้จัดการร้าน Dave's Divers Den/27มี.ค. 54

เราใช้เว็บไซต์ในการโฆษณา โบชัวร์ การโฆษณาในหนังสือท่องเที่ยวต่างๆ

ผู้จัดการร้าน Holiday Diving Club/27มี.ค. 54

เรามีการโฆษณาผ่านทางวารสารเมืองพัทยา โบชัวร์ในโรงแรมต่างๆ และทาง
อินเทอร์เน็ต

ผู้จัดการร้าน Larry's Dive /27มี.ค. 54

มีการเสนอกลอสดำน้ำให้กับนักดำน้ำที่มาเรียน และการชักจูงนักท่องเที่ยวมาลองดำน้ำ
ใช้เว็บไซต์ต่างๆในการโฆษณาการดำน้ำ และโบชัวร์การดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน P J Scuba/27มี.ค. 54

ใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต เพราะง่ายต่อการเผยแพร่ และสามารถใช้งานได้ง่าย มีโบชัวร์การ
ดำน้ำไปวางตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

ผู้จัดการร้าน Ihtiander /27มี.ค. 54

การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ด้านกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ด้านการวางแผน (Planning)

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการด้านการวางแผน พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายของการทำงาน มีการกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติงานของฝ่ายต่างๆ มีจำนวน 13 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการวางแผนการตลาดและตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเพื่อเพิ่มยอดขาย มีจำนวน 5 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการวางแผน และตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเพื่อเพิ่มมีจำนวนผู้ใช้บริการให้มากขึ้น มีจำนวน 3 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการวางแผน และตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเพื่อดูแลความปลอดภัยของนักดำน้ำและป้องกันความเสี่ยงจากอุบัติเหตุต่างๆ มีจำนวน 2 แห่ง และองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการวางแผน และตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการดำน้ำให้มากที่สุด มีจำนวน 1 แห่ง ดังข้อมูลต่อไปนี้

ขายอุปกรณ์ดำน้ำทุกชนิด ขายคลอสสอนดำน้ำ และการพาไปดำน้ำ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด และขยายฐานของลูกค้าให้เพิ่มขึ้นทุกปี

ผู้จัดการร้าน Mermaid's Scuba Diving/26 มี.ค. 54

เรามีแผนปฏิบัติงาน ปีนี้จะต้องทำอะไรบ้าง เมื่อถึงสิ้นปีจะมีการประเมินการปฏิบัติงาน และคำนึงถึงความปลอดภัยของนักดำน้ำเป็นสำคัญ

ผู้จัดการร้าน Dive Site/26 มี.ค. 54

ร้านของเรามีการทำแผนปฏิบัติงานแก่พนักงาน และมีการประเมินผลเป็น ไตรมาส แผนโดยรวมก็เพื่อเพิ่มยอดขายและผลประกอบการของร้าน

ผู้จัดการร้าน Scuba Tek Dive Center/26 มี.ค. 54

เราได้จัดทำแผนการตลาด แผนปฏิบัติงาน เพื่อสร้างยอดขายและฐานของนักดำน้ำให้เพิ่มมากขึ้น โดยเน้นลูกค้าชาวต่างชาติเป็นหลัก

ผู้จัดการร้าน Paradise Scuba Divers/26 มี.ค. 54

มีการวางแผนการขาย แผนการตลาด แผนการสอนและแผนการประชาสัมพันธ์

ผู้จัดการร้าน Neptune Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีแผนการสอน ตามแต่ละระดับของนักดำน้ำที่สมัครเข้ามาเรียนและสอบ

ผู้จัดการร้าน Scubamoose Dive Center/26 มี.ค. 54

เราได้มีกาวางแผนการตลาด และมีแผนการสอนของ PADI

ผู้จัดการร้าน Safari Diving Center/26 มี.ค. 54

แผนที่สำคัญคือแผนการตลาด มีแผนประชาสัมพันธ์และมีแผนการปฏิบัติงาน

ผู้จัดการร้าน Aquanauts Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีแผนการสอนของ PADI และมีแผนการตลาด แผนการประชาสัมพันธ์

ผู้จัดการร้าน Dive Sout East Asia/26 มี.ค. 54

ทางร้านมีการวางแผนการขาย แผนการปฏิบัติงานของพนักงาน และแผนการสอนดำน้ำ
ในระดับต่างๆ

ผู้จัดการร้าน Adventure Scuba/27มี.ค. 54

เรามีการวางแผนการดำเนินงานของแต่ละปี และมีการวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย
เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าเรียนดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Dave's Divers Den/27มี.ค. 54

วัตถุประสงค์ของเราคือการดูแลความปลอดภัยของนักดำน้ำทุกคนให้มีความปลอดภัยใน
ชีวิตและทรัพย์สินเน้นให้ไคท์ลีดเดอร์มีความดูแลเอาใจใส่นักดำน้ำให้มากที่สุด

ผู้จัดการร้าน Holiday Diving Club/27มี.ค. 54

เรามีการวางแผนการปฏิบัติงานให้กับพนักงานและครูสอน และมีวัตถุประสงค์ในการ
เพิ่มยอดขายให้ได้มากที่สุด และคำนึงถึงการรักษาความปลอดภัยในการสอน และการ
สอบในภาคสนาม

ผู้จัดการร้าน Larry's Dive/27มี.ค. 54

เรามีการวางแผนระยะยาว แผนระยะสั้น แผนการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ของบ้านเมือง

ผู้จัดการร้าน P J Scuba/27มี.ค. 54

การวางแผนเป็นกระบวนการสำคัญในการทำงาน เรามีการวางแผนการทำงาน
ตั้งเป้าประสงค์ในการทำงาน เพื่อให้พนักงานทำงานเป็นแนวทางเดียวกัน

ผู้จัดการร้าน Ihtiander/27มี.ค. 54

ด้านการจัดองค์กร (Organizing)

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการด้านการจัดองค์กร พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการจัดองค์กรแบบเป็นทางการที่มีรูปแบบและโครงสร้างโดยมีการแบ่งงานตามความรับผิดชอบ ความถนัด ประสบการณ์และวุฒิการศึกษา มีจำนวน 10 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการจัดองค์กรโดยการแบ่งร้านดำน้ำออกเป็นสาขาตามจุดสำคัญในเมืองพัทยา มีจำนวน 7 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการจัดองค์กรโดยกำหนดขอบเขตของงานที่ให้พนักงานปฏิบัติ มีจำนวน 1 แห่ง ดังข้อมูลต่อไปนี้

เรามีการแบ่งหน้าที่กันออกตามความถนัด เพื่อให้พนักงานทุกคนทำงานอย่างมีความสุข

ผู้จัดการร้าน Mermaid's Scuba Diving/26 มี.ค. 54

เราจัดบุคลากรในองค์กรของเราให้อยู่ในกรอบของงานที่เรากำหนดในแต่ละหน้าที่ ซึ่งบุคคลที่เรารับเข้า ไปต้องดูตามความรู้ความสามารถในหน้าที่ตรงนั้น

ผู้จัดการร้าน Dive Site/26 มี.ค. 54

ทางร้านได้แบ่งหน้าที่ของงานตามวุฒิการศึกษา และความถนัดของแต่ละบุคคล และเน้นให้พนักงานทำหน้าที่ให้ดีที่สุด

ผู้จัดการร้าน Scuba Tek Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้พนักงาน ตามความชำนาญและให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข

ผู้จัดการร้าน Paradise Scuba Divers/26 มี.ค. 54

เรามีการแบ่งสาขาต่างๆ ในแต่ละจุดของเมืองพัทยา

ผู้จัดการร้าน Neptune Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีการแบ่งออกเป็นฝ่ายต่างๆ เพื่อให้การทำงานเป็นเอกภาพ

ผู้จัดการร้าน Scubamoose Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีการแบ่งหน้าที่ในการปฏิบัติงานออกเป็น 3 แผนก บริหาร การตลาด แผนกการสอน

ผู้จัดการร้าน Safari Diving Center/26 มี.ค. 54

เรามีการกำหนดหน้าที่ตามความถนัดของพนักงาน เช่นพนักงานขาย พนักงานสอนดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Aquanauts Dive Center/26 มี.ค. 54

มีการแบ่งหน้าที่ตามความรับชอบ เช่นพนักงานขายในซ้อปต่างๆ ครูผู้สอนดำน้ำ คนขับเรือ

ผู้จัดการร้าน Dive Sout East Asia/26 มี.ค. 54

เรามีการกระจายอำนาจให้กับแต่ละฝ่าย เพื่อให้เป็นเอกภาพในการทำงาน

ผู้จัดการร้าน Adventure Scuba/27มี.ค. 54

มีการมอบหมายงานให้กับพนักงานตามแผนปฏิบัติงานตามความสามารถของพนักงาน

ฝ่ายการสอน ฝ่ายการให้บริการและฝ่ายการตลาด

ผู้จัดการร้าน Dave's Divers Den/27มี.ค. 54

เรามีการแบ่งหน้าที่ตามความรับผิดชอบในการทำงานและให้พนักงานในร้านสามารถมีการแลกเปลี่ยนความรู้กัน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

ผู้จัดการร้าน Holiday Diving Club/27มี.ค. 54

เราทำงานตามหน้าที่ของแต่ละคน และสามารถประสานงานกันในองค์กรได้เป็นอย่างดี

ผู้จัดการร้าน Larry's Dive/27มี.ค. 54

เรามีการทำงานตามแผนการปฏิบัติงาน และรับผิดชอบในส่วนงานของตัวเองให้ดีที่สุด และสามารถช่วยงานคนอื่น ได้ในยามที่ต้องการความช่วยเหลือ

ผู้จัดการร้าน P J Scuba/27มี.ค. 54

เรามีการแบ่งหน้าที่ในการทำงาน ให้แต่ละคนทำงานอย่างเป็นอิสระภายใต้การควบคุมของผู้จัดการ และสามารถทำงานร่วมกันกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

ผู้จัดการร้าน Ihtiander/27มี.ค. 54

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านการชี้นำ (Leading)

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการด้านการชี้นำ พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการแนะนำแนวทางการปฏิบัติงานแก่พนักงาน เพื่อให้การทำงานสามารถทำงานได้อย่างสอดคล้องซึ่งกันและกัน สามารถที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นแนวทางเดียวกัน มีจำนวน 9 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการประชุมเพื่อรายงานผลปฏิบัติงาน และเพื่อรับนโยบายจากผู้บริหารเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน มีจำนวน 5 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการใช้แรงจูงใจกับพนักงาน โดยการให้โบนัส และการเพิ่มวันหยุดพักผ่อนกับพนักงาน มีจำนวน 2 แห่ง และองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการดูแลเอาใจใส่พนักงานในเวลาไม่สบาย มีจำนวน 1 แห่ง ดังข้อมูลต่อไปนี้

มีการใช้แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน คือ การให้โบนัสหรือเพิ่มวันหยุดแก่พนักงาน

ผู้จัดการร้าน Mermaid's Scuba Diving/26 มี.ค. 54

มีการแนะนำแนวทางในการปฏิบัติงานแก่พนักงาน

ผู้จัดการร้าน Dive Site/26 มี.ค. 54

มอบหมายภาระกิจให้กับคนที่รับผิดชอบไปตัดสินใจในการปฏิบัติงานและมีการชี้แนะแนวทางในการดำเนินงาน

ผู้จัดการร้าน Scuba Tek Dive Center/26 มี.ค. 54

มีการประชุมเพื่อแนะนำวิธีการทำงานแก่พนักงาน และรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน ครูผู้สอนดำน้ำเพื่อนำปัญหามาปรับแก้ไข

ผู้จัดการร้าน Paradise Scuba Divers/26 มี.ค. 54

มีการให้โบนัสกับพนักงานเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน

ผู้จัดการร้าน Neptune Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีการประชุมเพื่อรับนโยบายในการปฏิบัติงาน ก่อนที่จะนำมาใช้ปฏิบัติงาน

ผู้จัดการร้าน Scubamoose Dive Center/26 มี.ค. 54

เราเน้นให้พนักงานคำนึงถึงความปลอดภัยของนักดำน้ำเป็นหลัก

ผู้จัดการร้าน Safari Diving Center/26 มี.ค. 54

เรามีการประชุมอยู่ตลอด เพื่อพูดคุยปัญหาในการทำงานและจะได้นำไปปรับปรุงในการทำงาน

ผู้จัดการร้าน Aquanauts Dive Center/26 มี.ค. 54

ทางร้านได้มีการประชุม เพื่อมาพูดคุยแนวทางในการปฏิบัติงานตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจที่เป็นอยู่

ผู้จัดการร้าน Dive Sout East Asia/26 มี.ค. 54

ผู้บริหารมีการวางนโยบายในการทำงาน เพื่อให้ผู้จัดการนำไปปฏิบัติ และสามารถแนะนำแนวทางการทำงานให้กับพนักงาน

ผู้จัดการร้าน Adventure Scuba/27มี.ค. 54

เรามีการพูดคุยกันกับพนักงานถึงการทำงาน และปัญหาในการทำงานอยู่เสมอ เพื่อหาแนวทางในการทำงานอย่างมีความสุข

ผู้จัดการร้าน Dave's Divers Den/27มี.ค. 54

ผู้บริหารคำนึงถึงการพนักงานและการทำงานเสมอ และมีการแนะนำวิธีการทำงานเพื่อนำไปปฏิบัติอยู่เสมอ

ผู้จัดการร้าน Holiday Diving Club/27มี.ค. 54

ทางร้านมีการประชุมเพื่อหารือเรื่องการทำงานเป็นประจำ

ผู้จัดการร้าน Larry's Dive/27มี.ค. 54

ผู้จัดการร้านมีการแนะนำแนวทางในการทำงานได้เป็นอย่างดี และทำงานเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่พนักงาน

ผู้จัดการร้าน P J Scuba/27มี.ค. 54

มีการดูแลเอาใจใส่พนักงาน เพื่อให้การทำงานมีความสุข สนุกสนาน ไม่เครียด

ผู้จัดการร้าน Ihtiander /27มี.ค. 54

ด้านการควบคุม (Controlling)

จากการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการด้านการควบคุม พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการประเมินผลรายรับ รายจ่าย ผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นรายเดือน รายไตรมาส และรายปี เพื่อนำผลประกอบการมาเปรียบเทียบกับผลประกอบการในช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา มีจำนวน 10 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการประเมินผลหลังการสอน การสอบดำน้ำและมีการประเมินผลทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติโดยปฏิบัติตามมาตรฐานตามหลักสูตรการสอนดำน้ำของสถาบันดำน้ำที่เป็นเจ้าของหลักสูตร มีจำนวน 8 แห่ง และองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการควบคุมความเสี่ยงต่างๆภายในองค์กร มีจำนวน 1 แห่ง ดังข้อมูลต่อไปนี้

ผู้จัดการมีหน้าที่ดูแลและควบคุมผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนว่ามียอดขายในแต่ละเดือนเป็นอย่างไร ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ผู้จัดการร้าน Mermaid's Scuba Diving/26 มี.ค. 54

ผู้จัดการทั่วไปเป็นผู้ควบคุมดูแลและการประเมินผล การขายของเดือน และประเมินการสอน เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ผู้จัดการร้าน Dive Site/26 มี.ค. 54

เรามีการประเมินหลังการสอนและการสอบดำน้ำทุกครั้งอยู่แล้ว

ผู้จัดการร้าน Scuba Tek Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีการประเมินพนักงานทุกปี และมีการประเมินยอดขายทุกเดือน

ผู้จัดการร้าน Paradise Scuba Divers/26 มี.ค. 54

เรามีการควบคุมความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะก่อเกิดความสูญเสียกับนักดำน้ำ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของนักดำน้ำเป็นหลักเพื่อความพึงพอใจของนักดำน้ำทุกคน

ผู้จัดการร้าน Neptune Dive Center/26 มี.ค. 54

เรามีการสอบหลังการสอนทุกครั้ง

ผู้จัดการร้าน Scubamoose Dive Center/26 มี.ค. 54

มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน และประเมินผลการขายสินค้าและบริการทุกเดือน

ผู้จัดการร้าน Safari Diving Center/26 มี.ค. 54

เรามีประเมินจากยอดขาย มาตรฐานการสอนว่าเป็นไปตามหลักสูตรที่กำหนดไว้หรือไม่

ผู้จัดการร้าน Aquanauts Dive Center/26 มี.ค. 54

มีการประเมินผลทุกทุกปี และมีการประเมินจากยอดขาย และประเมินการสอนด้วย

ผู้จัดการร้าน Dive Sout East Asia/26 มี.ค. 54

เรามีการสอบหลังการสอนปฏิบัติ และการสอบภาคสนามทุกครั้ง เพื่อประเมินผลการสอนของนักดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Adventure Scuba/ 27 มี.ค. 54

เรามีการประเมินผลการปฏิบัติงานในทุกปี และมีการประเมินการสอนหลังการสอนทุกครั้งตามหลักสูตรการสอนดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Dave's Divers Den/27มี.ค. 54

การประเมินผลการปฏิบัติงานนั้นเราได้ทำการประเมินอยู่ตลอด เพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินงาน และยอดขายสินค้าต่างๆ

ผู้จัดการร้าน Holiday Diving Club/27มี.ค. 54

หลังการสอนจะมีการประเมินผลการสอนทุกครั้ง และประเมินผลครั้งสุดท้ายโดยการสอบภาคสนาม เป็นครั้งสุดท้ายก่อนการออกใบอนุญาตดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน Larry's Dive/27มี.ค. 54

ผู้จัดการจะเป็นผู้ที่คอยดูแลยอดขายของร้าน และการควบคุมการสอนดำน้ำ

ผู้จัดการร้าน P J Scuba/27มี.ค. 54

เราจะมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรในทุกปี เพื่อควบคุมการทำงาน
ของพนักงานให้มีความขยัน ตั้งใจในการทำงาน

ผู้จัดการร้าน Ihtiander /27มี.ค. 54

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาต้านน้ำในเขตเมืองพัทยา

การวิเคราะห์ข้อมูลเสนอเป็นจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาด้านทรัพยากรในการจัดการ

ทรัพยากรในการจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านทรัพยากรมนุษย์	3.66	0.44	มากที่สุด
ด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.42	0.58	มาก
ด้านเทคโนโลยี	3.42	0.49	มาก
ด้านข่าวสาร	3.66	0.43	มากที่สุด
รวม	3.54	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารธุรกิจกีฬาต้านน้ำมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านข่าวสาร อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาทรัพยากรในการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์

1. ด้านทรัพยากรมนุษย์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.1 พนักงานหรือเจ้าหน้าที่จะต้องมีเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ	3.33	0.70	มาก
1.2 พนักงานและครูสอนค่าน้ำจะต้องมีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำในการค่าน้ำ	3.89	0.33	มากที่สุด
1.3 พนักงานทุกคนจะต้องมีความเอาใจใส่นักค่าน้ำเป็นอย่างดี	3.67	0.50	มากที่สุด
1.4 พนักงานจะต้องคอยดูแลความปลอดภัยของทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ	3.89	0.33	มากที่สุด
1.5 พนักงานให้บริการจะต้องมีกิริยา มารยาทสุภาพ เรียบร้อย พุดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีอัธยาศัยที่ดีกับผู้ใช้บริการ	3.89	0.33	มากที่สุด
1.6 พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.11	0.60	มาก
1.7 พนักงานทุกคนจะต้องมีความสามารถในการประสานงานภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี	3.89	0.33	มากที่สุด
รวม	3.66	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวทรัพยากรในการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ในทุกๆด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ด้านพนักงานหรือเจ้าหน้าที่จะต้องมีเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ และด้านพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาทรัพยากรในการจัดการด้าน วัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

2. ด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.1 ควรมีวัสดุอุปกรณ์ค้ำน้ำที่ทันสมัยและพร้อมใช้ อยู่เสมอ	3.22	0.97	มาก
2.2 วัสดุอุปกรณ์ค้ำน้ำควรมีจำนวนเพียงพอต่อความ ต้องการของผู้ใช้บริการ	3.56	0.72	มากที่สุด
2.3 วัสดุอุปกรณ์ค้ำน้ำควรมีความปลอดภัยสามารถ ใช้ได้สะดวก	3.89	0.33	มากที่สุด
2.4 วัสดุอุปกรณ์ค้ำน้ำมีความสะอาดและสวยงาม	3.22	0.44	มาก
2.5 อุปกรณ์ค้ำน้ำควรมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.22	0.44	มาก
รวม	3.42	0.58	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวทรัพยากรในการจัดการด้าน วัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และเมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ในทุกๆด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านวัสดุอุปกรณ์ค้ำน้ำควรมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และด้านวัสดุอุปกรณ์ ค้ำน้ำควรมีความปลอดภัยสามารถใช้ได้สะดวก ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาทรัพยากรในการจัดการด้านเทคโนโลยี

3. ด้านเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.1 ควรมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการจัดการองค์กร	3.44	0.52	มาก
3.2 ควรมีการใช้เว็บไซต์ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน	3.44	0.52	มาก
3.3 ควรมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร	3.44	0.52	มาก
3.4 ควรมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยในการสอนและการฝึกดำเนินงาน	3.56	0.52	มากที่สุด
3.5 ควรมีการนำเทคโนโลยีมาประเมินผลการปฏิบัติงาน	3.22	0.41	มาก
รวม	3.42	0.49	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวทรัพยากรในการจัดการด้านเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในทุกๆด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ด้านควรมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยในการสอนและการฝึกดำเนินงาน ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาทรัพยากรในการจัดการด้าน
ข่าวสาร

4. ด้านข่าวสาร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4.1 ควรมีการใช้ระบบสารสนเทศมาช่วยในการกระจาย ข่าวสารขององค์กรและความรู้ในการดำเนิน	3.56	0.52	มากที่สุด
4.2 องค์กรควรมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินข่าวสาร และสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สนใจ	3.89	0.33	มากที่สุด
4.3 องค์กรควรมีการแข่งขันข้อมูลและโปรโมชันใหม่ๆ แก่ สมาชิกอยู่เสมอ	3.33	0.50	มาก
4.4 องค์กรควรมีช่องทางในการเลือกติดต่อสื่อสารกับ องค์กรหลายช่องทาง เช่น อีเมล โทรศัพท์ โทรสาร การ ฝากข้อความ เป็นต้น	3.89	0.33	มากที่สุด
4.5 ควรมีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินข่าวสาร แก่ผู้สนใจได้อย่างถูกต้อง	3.67	0.50	มากที่สุด
รวม	3.66	0.43	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวทรัพยากรในการจัดการด้าน
ข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า
ในทุกๆด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ด้านควรมีการแข่งขันข้อมูล
และโปรโมชันใหม่ๆ แก่สมาชิกอยู่เสมอ ซึ่งอยู่ในระดับมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษากระบวนการจัดการ

กระบวนการจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการวางแผน	3.30	0.66	มาก
ด้านการจัดองค์กร	3.49	0.50	มาก
ด้านการชี้แนะ	3.57	0.53	มากที่สุด
ด้านการควบคุม	3.70	0.46	มากที่สุด
รวม	3.51	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความคิดเห็นด้านกระบวนการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ด้านการควบคุม อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และรองลงมาด้านการชี้แนะ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการธุรกิจกีฬา
ค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาด้านการวางแผน

1. ด้านการวางแผน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.1 องค์กรควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษร	3.22	0.44	มาก
1.2 องค์กรควรมีการตั้งเป้าประสงค์และเป้าหมายที่ สามารถวัดผลสำเร็จได้	3.44	0.52	มาก
1.3 ฝ่ายบริหารควรมีการจัดทำแผนการดำเนินงานตาม วัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด	3.22	0.83	มาก
1.4 องค์กรควรมีแผนการดำเนินงานที่กำหนด วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน การจัดสรร ทรัพยากรทั้งงบประมาณ อัตรากำลังและระยะเวลา ดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน	3.33	0.86	มาก
รวม	3.30	0.66	มาก

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการจัดการด้านการ
วางแผนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าใน
ทุกๆด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการธุรกิจกีฬา
ค่าน้ำในเขตเมืองพัทยาด้านการจัดองค์กร

2. ด้านการจัดองค์กร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.1 องค์กรควรมีการกำหนดภาระหน้าที่และความรับผิดชอบสำหรับสมาชิกขององค์กรในแต่ละตำแหน่ง	3.67	0.50	มากที่สุด
2.2 องค์กรควรมีการกำหนดเนื้องานตามความชำนาญเฉพาะด้าน	3.44	0.52	มาก
2.3 องค์กรควรมีการเพิ่มหน้าที่และความรับผิดชอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ทักษะอื่นๆเพิ่มเติม	3.56	0.52	มากที่สุด
2.4 องค์กรมีการอนุญาตให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนดรายละเอียดในการทำงานได้เอง	3.67	0.50	มากที่สุด
2.5 องค์กรควรมีการจัดกลุ่มตำแหน่งงานต่างๆ แยกกันเป็นหมวดหมู่เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	3.44	0.52	มาก
2.6 ควรมีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการอนุมัติจัดซื้อ การรับพัสดุ แยกออกจากการเงินและการบัญชี	3.22	0.44	มาก
2.7 ควรมีผู้ประสานงานของหน่วยงานทำหน้าที่เป็นจุดติดต่อระหว่างหน่วยงานหรือตัวแทนทำหน้าที่ประสานงานขององค์กร	3.44	0.52	มาก
รวม	3.49	0.50	มาก

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการจัดการด้านการจัดองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ในทุกๆ ด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านองค์กรมีการอนุญาตให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนดรายละเอียดในการทำงานได้เอง และด้านองค์กรควรมีการกำหนดภาระหน้าที่และความรับผิดชอบสำหรับสมาชิกขององค์กรในแต่ละตำแหน่ง ด้านองค์กรควรมีการเพิ่มหน้าที่และความรับผิดชอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ทักษะอื่นๆเพิ่มเติม ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการธุรกิจไฟฟ้า
 ดำเนินงานในเขตเมืองพัทยาด้านการขึ้นน้ำ

3. ด้านการขึ้นน้ำ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.1 ผู้นำควรมีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สัมฤทธิ์ ผลเป็นหลัก มักจะทำการวางแผนและกำหนดใน การปฏิบัติงานไว้แล้ว	3.44	0.52	มาก
3.2 ผู้นำควรรีให้อิสระในการแสดงความคิดเห็นและ ยอมรับข้อเสนอต่างๆ	3.22	0.83	มาก
3.3 ผู้นำควรมีการประชุมกลุ่มเพื่อกระตุ้นการมีส่วน ร่วมของพนักงานในการตัดสินใจ การติดต่อสื่อสาร ความร่วมมือกัน และการแก้ปัญหาความขัดแย้ง	3.67	0.50	มากที่สุด
3.4 ผู้นำควรมีความกระตือรือร้น มีความคิด ความสัมพันธ์ในกลุ่มที่ดี	3.67	0.50	มากที่สุด
3.5 ผู้นำควรมีความเชื่อถือ ความไว้วางใจซึ่งกันและ กันระหว่างผู้นำกับผู้ใต้บังคับบัญชา	3.89	0.33	มากที่สุด
รวม	3.57	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการจัดการด้านการ
 ขึ้นน้ำโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และเมื่อพิจารณาด้านย่อยต่างๆแล้ว
 พบว่าในทุกๆ ด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการศึกษาระบบการจัดการธุรกิจ กิจาดำเนินในเขตเมืองพัทยาด้านการควบคุม

4. ด้านการควบคุม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4.1 องค์กรควรมีการกำหนดมาตรฐาน (คุณภาพ จำนวน คน เวลาในการปฏิบัติงาน) ของงานอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพ	3.67	0.50	มากที่สุด
4.2 องค์กรควรมีการควบคุมความเสี่ยงต่างๆ เพื่อให้ การปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด	3.78	0.44	มากที่สุด
4.3 องค์กรควรมีการควบคุมหรือปรับเปลี่ยนกิจกรรม ในขณะที่กำลังทำงานอยู่เพื่อจะได้มั่นใจได้ทำงานอย่าง มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ	3.44	0.52	มาก
4.4 องค์กรควรมีการตรวจสอบอุปกรณ์ดำเนินงานทุกคร้บ ก่อนการปฏิบัติหน้าที่จริง	3.67	0.50	มากที่สุด
4.5 องค์กรควรมีการเปรียบเทียบและวัดผลการปฏิบัติงาน ว่ามีความแตกต่างไปจากมาตรฐานที่กำหนดไว้	3.78	0.44	มากที่สุด
4.6 องค์กรควรมีการวัดผลการฝึกสอน ก่อนและหลัง สำเร็จการสอนดำเนิน	3.67	0.50	มากที่สุด
4.7 องค์กรควรมีระบบควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อ ความปลอดภัยของนักดำน้ำ	3.89	0.33	มากที่สุด
รวม	3.70	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการจัดการด้านการ ควบคุมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าใน ทุกๆด้านผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านองค์กรควรมีการควบคุม หรือปรับเปลี่ยนกิจกรรมในขณะที่กำลังทำงานอยู่เพื่อจะได้มั่นใจได้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ ซึ่งอยู่ในระดับมาก

2. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการจัดการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

การวิเคราะห์ข้อมูลเสนอเป็นจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 11 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน

ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	229	57.3
หญิง	171	42.7
2. อายุ		
อายุต่ำกว่า 20 ปี	36	9.0
อายุ 21 – 40 ปี	273	68.2
อายุ 41 – 60 ปี	87	21.8
อายุมากกว่า 60 ปี	4	1.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	52	13.0
ปริญญาตรี	210	52.5
ปริญญาโท	130	32.5
ปริญญาเอก	8	2.0
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	102	25.5
ข้าราชการ	52	13.0

ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานของรัฐวิสาหกิจ	69	17.2
ธุรกิจส่วนตัว	102	25.5
พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง	75	18.8
อื่นๆ	0	0.0
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	64	16.0
10,000 – 30,000 บาท	156	39.0
30,001 – 60,000 บาท	110	27.5
มากกว่า 60,000 บาท	70	17.5

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำ ในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน เป็นเพศชาย 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และเพศหญิง 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ร้อยละ 68.2 และอายุระหว่าง 41-60 ปี ร้อยละ 21.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 52.5 และปริญญาโท ร้อยละ 32.5 มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.5 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 25.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 39.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 60,000 บาท ร้อยละ 27.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตารางที่ 12 จำนวนและค่าร้อยละพฤติกรรมในการใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน

ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านเลือกที่จะใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาโดยพิจารณาในด้านใดมาเป็นอันดับแรก		
ผลิตภัณฑ์	10	2.5
ราคา	54	13.5
สถานที่ให้บริการ	142	35.5
การส่งเสริมการตลาด	96	24.0
บุคลากร	20	5.0
กระบวนการให้บริการ	78	19.5
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0
2. ความถี่ในการใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาเฉลี่ยกี่ครั้งต่อปี		
น้อยกว่า 2 ครั้ง	122	30.5
3 – 5 ครั้ง	149	37.2
6 – 8 ครั้ง	51	12.8
9-10 ครั้ง	30	7.5
มากกว่า 10 ครั้ง	48	12.0
3. โดยปกติท่านจะใช้บริการกีฬาว่ายน้ำวันใด		
วันจันทร์ – ศุกร์	22	5.5
วันเสาร์ – อาทิตย์	290	72.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	42	10.5
วันลาพักร้อน	46	11.5
4. ท่านเคยดำน้ำมาแล้วกี่ปี		
น้อยกว่า 1 ปี	120	30.0
1 – 5 ปี	196	49.0

ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
6-10 ปี	36	9.0
มากกว่า 10 ปี	48	12.0
5. ผู้ที่มีอิทธิพลที่สุดที่ทำให้ท่านเลือกมาใช้บริการกีฬาดำน้ำ		
ในเขตเมืองพัทยา		
ตัวท่านเอง	109	27.2
ครอบครัว	94	23.5
ญาติพี่น้อง	22	5.5
เพื่อน/คู่รัก	168	42.0
อื่น	7	1.8
6. ท่านทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาดำน้ำในเขตเมือง		
พัทยาจากที่ใด		
ญาติพี่น้อง/ เพื่อน	104	26.0
นิตยสารท่องเที่ยว	102	25.5
หนังสือพิมพ์	39	9.8
แผ่นพับ/โบรชัวร์/โปสเตอร์	22	5.5
อินเทอร์เน็ต	83	20.7
บริษัททัวร์	30	7.5
อื่นๆ	20	5.0
7. สาเหตุใดที่ท่านจึงเลือกมาเล่นกีฬาดำน้ำมากที่สุด		
ออกกำลังกาย	23	5.7
ต้องการเข้าสังคม	78	19.5
เล่นตามคนในครอบครัว/เพื่อน	74	18.5
ต้องการทำให้เป็นอาชีพ	68	17.0
เพื่อเป็นกิจกรรมนันทนาการ	88	22.0
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	47	11.8
อื่นๆ	22	5.5

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬา ดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน เลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจาก ด้านสถานที่ให้บริการ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ด้านความถี่ในการใช้บริการ 3-5 ครั้ง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 เคยใช้บริการ 9-10 ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีผู้ใช้บริการวันเสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 และวันจันทร์ – ศุกร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีประสบการณ์ในการดำนํ้ามาแล้ว 1-5 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 และมีประสบการณ์ดำนํ้า 6-10 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 บุคคลที่มีผลต่อการดำนํ้าคือ เพื่อนหรือคนรัก จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 และจากสิ่งอื่นๆ นอกเหนือจากแบบสอบถาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 มีการรับทราบข่าวสารจาก ญาติพี่น้อง หรือเพื่อน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และอื่นๆ นอกเหนือจากแบบสอบถาม จำนวน 20 คน ร้อยละ 5.0 เหตุผลที่เลือกจะดำนํ้ามากที่สุด คือ เป็นกิจกรรมนันทนาการ จำนวน 88 คน หรือคิดเป็น 22.0 และเหตุผลที่เลือกดำนํ้าอื่นๆ ที่นอกเหนือจากแบบสอบถาม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

การวิเคราะห์ข้อมูลเสนอเป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

เกณฑ์การตัดสินค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

ด้านส่วนผสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.18	0.61	มาก
ด้านราคา	3.08	0.62	มาก
ด้านสถานที่	2.95	0.70	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.07	0.62	มาก
ด้านบุคลากร	3.17	0.56	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.25	0.58	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.03	0.62	มาก
รวม	3.10	0.61	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าผู้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และเมื่อพิจารณาในรายด้านต่างๆแล้วพบว่าผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปรผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำ
ในเขตเมืองพัทยาด้านผลิตภัณฑ์

1. ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.1 การสอนว่ายน้ำมีมาตรฐานตามหลักสูตรสากล	3.33	0.50	มาก
1.2 อุปกรณ์ว่ายน้ำมีคุณภาพและได้มาตรฐาน	3.36	0.57	มาก
1.3 เรือหรือพาหนะมีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน	3.06	0.69	มาก
1.4 ร้านอุปกรณ์ว่ายน้ำมีสินค้าให้เลือกซื้อและบริการให้ เช่าอย่างหลากหลาย	3.05	0.73	มาก
1.5 การให้บริการในแต่ละครั้งมีความรวดเร็วและทันใจ	3.13	0.57	มาก
1.6 อุปกรณ์ว่ายน้ำให้เช่า มีปริมาณที่เพียงพอ	3.18	0.60	มาก
รวม	3.18	0.61	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าผู้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาด้านราคา

2. ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
2.1 ราคาของอุปกรณ์ค้ำน้ำที่ให้บริการเช่าราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.18	0.60	มาก
2.2 อัตราค่าสอนค้ำน้ำเหมาะสมต่อการเรียนแต่ละครั้ง	3.21	0.60	มาก
2.3 ราคาอุปกรณ์ค้ำน้ำที่จำหน่ายมีราคาที่เหมาะสม	2.98	0.61	มาก
2.4 มีโปรโมชั่นลดราคาพิเศษสำหรับวันสำคัญต่างๆ	3.03	0.74	มาก
2.5 ราคาอาหารว่างและเครื่องดื่มที่ให้บริการบนเรือมีราคาที่เหมาะสม	3.04	0.56	มาก
รวม	3.08	0.62	มาก

ตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าผู้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.08 และเมื่อพิจารณาในรายข้อแล้ว พบว่า ในทุกด้านผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬา
น้ำในเขตเมืองพัทยาด้านสถานที่ให้บริการ

3. ด้านสถานที่ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
3.1 สถานที่ดำน้ำมีสัตว์น้ำและพืชทะเลอุดมสมบูรณ์	2.84	0.74	มาก
3.2 สถานที่ดำน้ำมีความสะอาด	2.83	0.79	มาก
3.3 สถานที่ดำน้ำมีธรรมชาติที่สวยงาม	3.01	0.68	มาก
3.4 มีกระแสน้ำที่เหมาะสมแก่การดำน้ำ	2.90	0.67	มาก
3.5 ที่พักและที่รับประทานอาหารบนเรือมีพื้นที่เพียงพอ	3.20	0.62	มาก
รวม	2.95	0.70	มาก

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าผู้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่าในทุกๆด้านผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาด้านการส่งเสริมการตลาด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
4.1 มีโปรแกรมพิเศษ (Package) ส่วนลดต่างๆ	3.03	0.53	มาก
4.2 ได้รับสิทธิพิเศษในโอกาสวันหยุดพิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่	3.19	0.77	มาก
4.3 ส่วนลดสำหรับผู้ที่มาใช้บริการเป็นประจำ/สมาชิก	2.99	0.65	มาก
4.4 ทางสถานที่ให้บริการมีการแจ้งข่าวให้ท่านทราบเสมอ	3.02	0.65	มาก
4.5 มีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3.15	0.61	มาก
4.6 รายการส่งเสริมการขายทำให้ท่านใช้บริการได้อย่างคุ้มค่า	3.10	0.567	มาก
4.7 จัดกิจกรรมค้ำน้ำสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก	3.05	0.63	มาก
รวม	3.07	0.62	มาก

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าผู้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าในทุกๆด้านผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาดำน้ำ
ในเขตเมืองพัทยาตำบลนวลกลาง

5. ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
5.1 ไทว้ลีดเดอร์มีจำนวนเพียงพอ	3.20	0.49	มาก
5.2 ไทว้ลีดเดอร์มีความรู้ความชำนาญและสามารถให้ คำแนะนำการดำน้ำ	3.24	0.73	มาก
5.3 ไทว้ลีดเดอร์มีความเอาใจใส่นักดำน้ำ	3.24	0.61	มาก
5.4 พนักงานคอยดูแลความปลอดภัยของตัวท่านและ ทรัพย์สิน	3.16	0.61	มาก
5.5 พนักงานให้บริการมีกิริยา มารยาทสุภาพเรียบร้อย พูดจาไพเราะ	3.10	0.51	มาก
5.6 พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	3.11	0.44	มาก
5.7 พนักงานในสถานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแจ่มใส และอัธยาศัยที่ดี	3.20	0.53	มาก
รวม	3.17	0.56	มาก

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าผู้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าในทุกๆด้านผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยุโทรพยากรณ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาดำน้ำ
ในเขตเมืองพัทยาด้านกระบวนการให้บริการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
6.1 กระบวนการสอนดำน้ำได้มาตรฐานตาม หลักสูตรสากล	3.33	0.58	มาก
6.2 ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการเช่า อุปกรณ์ดำน้ำ	3.18	0.58	มาก
6.3 ความสะอาดด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.33	0.64	มาก
6.4 ระบบการจัดการมีประสิทธิภาพที่จะให้บริการ เมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก	3.09	0.63	มาก
6.5 การให้บริการได้ทั่วถึงเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก	3.22	0.62	มาก
6.6 มีกระบวนการอำนวยความสะดวกสบายในการ เดินทางไปดำน้ำ	3.31	0.57	มาก
6.7 การประสานงานของไคว้ลิตเตอร์เป็นไปด้วย ความรวดเร็ว	3.32	0.50	มาก
รวม	3.25	0.58	มาก

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าผู้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าในทุกๆด้านผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาดำน้ำ
ในเขตเมืองพัทยาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
7.1 สภาพแวดล้อมโดยรอบสถานที่ดำน้ำและ ให้บริการมีความสะอาดสวยงาม	2.88	0.50	มาก
7.2 การออกแบบและตกแต่งร้านขายอุปกรณ์ดำน้ำมี ความสวยงามอยู่เสมอ	3.29	0.57	มาก
7.3 สภาพเรือมีความสะอาดสวยงาม	2.93	0.62	มาก
7.4 การติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆบนเรือ	3.05	0.67	มาก
7.5 ความสบายของเก้าอี้ที่ใช้สำหรับนั่งพัก/นั่งรอ	3.04	0.77	มาก
รวม	3.03	0.62	มาก

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าผู้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่าในทุกๆด้านผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดโดยจำแนกตามเพศ

ส่วนผสมทางการตลาด	เพศชาย			เพศหญิง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.19	0.50	มาก	3.16	0.35	มาก
ด้านราคา	3.07	0.50	มาก	3.10	0.39	มาก
ด้านสถานที่	2.99	0.59	มาก	2.89	0.57	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.00	0.54	มาก	3.17	0.40	มาก
ด้านบุคลากร	3.21	0.37	มาก	3.12	0.41	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.27	0.45	มาก	3.22	0.42	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอ	3.07	0.53	มาก	2.99	0.42	มาก
ลักษณะทางกายภาพ						
รวม	3.11	0.49	มาก	3.09	0.42	มาก

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดโดยจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และรายด้านทุกด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยจำแนกตามเพศ

1. ด้านผลิตภัณฑ์	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.1 การสอนค้ำน้ำมีมาตรฐานตามหลักสูตรสากล	3.30	0.52	3.37	0.48	-1.43	.151
1.2 อุปกรณ์ค้ำน้ำมีคุณภาพและได้มาตรฐาน	3.51	0.55	3.15	0.52	6.36	.000*
1.3 เรือหรือพาหนะมีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน	3.02	0.81	3.12	0.47	-1.61	.106
1.4 ร้านอุปกรณ์ค้ำน้ำมีสินค้าให้เลือกซื้อและบริการให้เช่าอย่างหลากหลาย	3.08	0.82	3.01	0.60	0.93	.351
1.5 การให้บริการในแต่ละครั้งมีความรวดเร็วและทันใจ	3.15	0.63	3.10	0.48	0.87	.381
1.6 อุปกรณ์ค้ำน้ำให้เช่ามีปริมาณที่เพียงพอ	3.12	0.65	3.26	0.64	-1.99	.047*
รวม	3.19	0.66	3.16	0.53	0.63	.529

*P < .05 ($t_{\alpha} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 22 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณาเป็นรายข้อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านอุปกรณ์ค้ำน้ำมีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.51 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.15

และด้านอุปกรณ์ดำน้าให้เขามีปริมาณที่เพียงพอ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทาง
การตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่า
เพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.26 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.12



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาโดยจำแนกตามเพศ

2. ด้านราคา	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
2.1 ราคาของอุปกรณ์ดำน้ำที่ให้บริการ เช่าราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.16	0.56	3.20	0.65	-0.69	.489
2.2 อัตราค่าสอนดำน้ำเหมาะสมต่อการ เรียนแต่ละครั้ง	3.17	0.61	3.26	0.58	-1.46	.143
2.3 ราคาอุปกรณ์ดำน้ำที่จำหน่ายมีราคา ที่เหมาะสม	2.99	0.64	2.96	0.58	0.28	.776
2.4 มีโปรแกรมชั้นลดราคาพิเศษสำหรับวัน สำคัญต่างๆ	2.98	0.80	3.09	0.66	-1.63	.104
2.5 ราคาอาหารว่างและเครื่องดื่มที่ ให้บริการบนเรือมีราคาที่เหมาะสม	3.08	0.56	2.98	0.56	1.87	.062
รวม	3.07	0.63	3.09	0.60	-0.54	.585

* $P < .05$ ($t_{\alpha} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 23 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทีและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการโดยจำแนกตามเพศ

3. ด้านสถานที่ให้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
3.1 สถานที่ค้ำน้ำมีสัตว์น้ำและพืชทะเลอุดมสมบูรณ์	2.93	0.72	2.70	0.75	2.91	.004*
3.2 สถานที่ค้ำน้ำมีความสะอาด	2.86	0.87	2.78	0.67	0.81	.415
3.3 สถานที่ค้ำน้ำมีธรรมชาติที่สวยงาม	2.97	0.62	3.07	0.74	-1.54	.123
3.4 มีกระแสน้ำที่เหมาะสมแก่การค้ำน้ำ	2.97	0.65	2.81	0.69	2.23	.026*
3.5 ที่พักและที่รับประทานอาหารบนเรือมีพื้นที่เพียงพอ	3.26	0.65	3.11	0.57	2.43	.015*
รวม	2.99	0.70	2.89	0.68	1.73	.083

* $P < .05$ ($t_{\alpha} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 24 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณารายข้อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านสถานที่ค้ำน้ำมีสัตว์น้ำและพืชทะเลอุดมสมบูรณ์ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.93 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.70

ด้านมีกระแสน้ำที่เหมาะสมแก่การค้ำน้ำ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.97 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.81

ด้านที่ปักและที่รับประทานอาหารบนเรือมีพื้นที่เพียงพอ มีความพึงพอใจในส่วนผสม
ทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจ
มากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.26 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
เท่ากับ 3.11



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่และเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามเพศ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
4.1 มี Package ส่วนลดต่างๆ	2.90	0.49	3.21	0.53	-5.82	.000*
4.2 ได้รับสิทธิพิเศษในโอกาสวันหยุดพิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่	3.11	0.84	3.30	0.65	-2.56	.011*
4.3 ส่วนลดสำหรับผู้ที่มาใช้บริการเป็นประจำ/สมาชิก	2.87	0.67	3.16	0.59	-4.44	.000*
4.4 ทางสถานที่ให้บริการมีการแจ้งข่าวให้ท่านทราบเสมอ	2.93	0.67	3.13	0.61	-3.15	.002*
4.5 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก	3.13	0.66	3.18	0.53	-0.76	.446
4.6 รายการส่งเสริมการขายทำให้ท่านใช้บริการได้อย่างคุ้มค่า	3.03	0.59	3.18	0.51	-2.70	.007*
4.7 จัดกิจกรรมค้ำน้ำสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก	3.04	0.68	3.05	0.55	-0.21	.830
รวม	3.00	0.65	3.17	0.56	-3.65	.000*

* $P < .05$ ($t_{\alpha} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 25 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณาเป็นรายข้อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

มี Package ส่วนลดต่างๆ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.21 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.90

ได้รับสิทธิพิเศษในโอกาสวันหยุดพิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.30 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.11

มีส่วนลดสำหรับผู้ที่มาใช้บริการเป็นประจำ/สมาชิก มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.16 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.87

ทางสถานที่ให้บริการมีการแจ้งข่าวให้ท่านทราบเสมอ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.13 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.93

รายการส่งเสริมการขายทำให้ท่านใช้บริการได้อย่างคุ้มค่า มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.18 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.03



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทีและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยจำแนกตามเพศ

5. ด้านบุคลากร	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
5.1 ไคว้ลิตเตอร์มีจำนวนเพียงพอ	3.21	0.47	3.18	0.51	0.56	.576
5.2 ไคว้ลิตเตอร์มีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำการค้ำน้ำ	3.32	0.68	3.14	0.77	2.20	.028*
5.3 ไคว้ลิตเตอร์มีความเอาใจใส่นักค้ำน้ำ	3.19	0.63	3.30	0.57	-1.88	.061
5.4 พนักงานคอยดูแลความปลอดภัยของตัวท่านและทรัพย์สิน	3.28	0.59	3.01	0.60	4.40	.000*
5.5 พนักงานให้บริการมีกิริยา มารยาทสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ	3.13	0.45	3.05	0.58	1.45	.146
5.6 พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง	3.14	0.45	3.06	0.42	1.70	0.89
5.7 พนักงานในสถานที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์อันแจ่มใส และอัธยาศัยที่ดี	3.25	0.52	3.12	0.54	2.36	.018*
รวม	3.21	0.54	3.12	0.57	2.31	.021*

* $P < .05$ ($t_{\alpha} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 26 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง ข้อที่มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังข้อต่อไปนี้

ไคว้ลิตเตอร์มีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำการค้ำน้ำ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึง

พอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.32 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.14

พนักงานคอยดูแลความปลอดภัยของตัวท่านและทรัพย์สิน มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.28 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.01

พนักงานในสถานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และอัธยาศัยที่ดี มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.25 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.12

สำหรับข้อได้วัดเคอร์มีจำนวนเพียงพอ ได้วัดเคอร์มีความเอาใจใส่พนักงาน และพนักงานให้บริการมีกิริยามารยาทสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ และด้านพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทีและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการโดยจำแนกตามเพศ

6. กระบวนการให้บริการ	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
6.1 กระบวนการสอนค้ำน้ำได้มาตรฐานตามหลักสูตรสากล	3.39	0.54	3.25	0.43	3.09	.002*
6.2 ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการเช่าอุปกรณ์ค้ำน้ำ	3.15	0.62	3.22	0.53	-1.25	.212
6.3 ความสะดวกด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.39	0.61	3.25	0.67	2.30	.022*
6.4 ระบบการจัดการมีประสิทธิภาพที่จะให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก	3.15	0.62	3.01	0.64	2.27	.024*
6.5 การให้บริการได้ทั่วถึงเมื่อมีผู้ให้บริการจำนวนมาก	3.25	0.65	3.18	0.57	1.26	.208
6.6 มีกระบวนการอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางไปค้ำน้ำ	3.28	0.61	3.35	0.52	-1.01	.310
6.7 การประสานงานของไคว้ลิตเตอร์เป็นไปด้วยความรวดเร็ว	3.32	0.62	3.32	0.56	0.05	.960
รวม	3.27	0.61	3.22	0.56	1.22	.220

* $P < .05$ ($t_{\alpha} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 27 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาโดยภาพรวม จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณาเป็นรายข้อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีดังต่อไปนี้

กระบวนการสอนดำเนินไปได้มาตรฐานตามหลักสูตรสากล มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.39 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.25

ความสะดวกด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.39 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.25

และระบบการจัดการมีประสิทธิภาพที่จะให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.15 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.01



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทีและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพโดยจำแนกตามเพศ

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
7.1 สภาพแวดล้อมโดยรอบสถานที่ค้ำน้ำและให้บริการมีความสะอาดสวยงาม	2.92	0.58	2.83	0.37	1.80	.072
7.2 การออกแบบและตกแต่งร้านขายอุปกรณ์ค้ำน้ำมีความสวยงามอยู่เสมอ	3.37	0.54	3.17	0.60	3.29	.001*
7.3 สภาพเรือมีความสะอาดสวยงาม	3.02	0.69	2.80	0.49	3.77	.000*
7.4 การติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆบนเรือ	3.01	0.65	3.11	0.68	-1.41	.159
7.5 ความสบายของเก้าอี้ที่ใช้สำหรับนั่งพัก/นั่งรอ	3.03	0.85	3.06	0.66	-.310	.757
รวม	3.07	0.66	2.99	0.56	1.63	.104

* $P < .05$ ($t_{\alpha} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 28 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณารายข้อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีดังต่อไปนี้

การออกแบบและตกแต่งร้านขายอุปกรณ์ค้ำน้ำมีความสวยงามอยู่เสมอ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.37 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.17

สภาพเรือมีความสะอาดสวยงาม มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมี
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.02 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.80



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดโดยจำแนกตามอายุ

ส่วนผสมทางการตลาด	อายุต่ำกว่า 20 ปี			อายุ 21-40ปี			อายุ 41-60ปี			อายุมากกว่า 60 ปี		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.39	0.44	มาก	3.10	0.60	มาก	3.31	0.65	มาก	3.08	0.26	มาก
ด้านราคา	3.42	0.98	มาก	2.98	0.61	มาก	3.24	0.62	มาก	3.15	0.30	มาก
ด้านสถานที่	3.37	0.34	มาก	2.88	0.64	มาก	2.98	0.88	มาก	2.65	0.61	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	0.51	มากที่สุด	3.01	0.59	มาก	3.07	0.66	มาก	3.21	0.28	มาก
ด้านบุคลากร	3.46	0.42	มาก	3.11	0.52	มาก	3.24	0.62	มาก	3.10	0.47	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.54	0.42	มากที่สุด	3.19	0.58	มาก	3.32	0.60	มาก	3.28	0.44	มาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.32	0.27	มาก	2.99	0.53	มาก	3.06	0.80	มาก	2.90	0.63	มาก
รวม	3.43	0.48	มาก	3.03	0.58	มาก	3.17	0.69	มาก	3.05	0.42	มาก

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาในส่วนผสมทางการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และรายด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และรายด้านทุกด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และรายด้านทุกด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และรายด้านทุกด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยจำแนกตามอายุ

1. ด้านผลิตภัณฑ์	1 อายุต่ำกว่า 20 ปี		2 อายุ 21-40ปี		3 อายุ 41-60ปี		4 อายุมากกว่า 60 ปี		F	P	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
	1.1 การสอนค้ำน้ำมีมาตรฐานตามหลักสูตรสากล	3.56	0.50	3.30	0.51	3.34	0.47	3.00			
1.2 อุปกรณ์ค้ำน้ำมีคุณภาพและได้มาตรฐาน	3.72	0.45	3.23	0.56	3.56	0.49	3.50	0.57	14.68	.000*	1-2*, 2-3*
1.3 เรือหรือพาหนะมีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน	3.39	0.49	3.01	0.60	3.08	0.96	3.00	0.00	3.18	.024*	1-2*
1.4 ร้านอุปกรณ์ค้ำน้ำมีสินค้าให้เลือกซื้อและบริการให้เช่าอย่างหลากหลาย	3.39	0.49	2.89	0.73	3.41	0.69	2.75	0.50	15.24	.000*	1-2*, 2-3*
1.5 การให้บริการในแต่ละครั้งมีความรวดเร็วและทันใจ	3.22	0.42	3.08	0.57	3.23	0.64	3.00	0.00	1.82	.141	
1.6 อุปกรณ์ค้ำน้ำให้เช่ามีปริมาณที่เพียงพอ	3.11	0.31	3.13	0.66	3.37	0.68	3.25	0.50	3.09	.027*	2-3*
รวม	3.39	0.44	3.10	0.60	3.31	0.65	3.08	0.26	9.11	.000*	1-2*, 2-3*

* $P < .05$ ($F_{3, 397} = 10.07$)

จากตารางที่ 30 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านการสอนค้ำน้ำมีมาตรฐานตามหลักสูตรสากล จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านอุปกรณ์ค้ำน้ำมีคุณภาพและได้มาตรฐาน จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านเรือหรือพาหนะมีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านร้านมีอุปกรณ์ค้ำน้ำมีสินค้าให้เลือกซื้อและบริการให้เช่าอย่างหลากหลาย จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านอุปสรรคค้ำน้ำให้เซามีปริมาณที่เพียงพอ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสม
ทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ
ระหว่าง 41-60 ปี



ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาโดยจำแนกตามอายุ

2. ด้านราคา	1		2		3		4		F	P	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	อายุต่ำกว่า 20 ปี		อายุ 21-40ปี		อายุ 41-60ปี		อายุมากกว่า 60 ปี				
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
2.1 ราคาของ อุปกรณ์ดำน้ำที่ ให้บริการเช่า ราคา ที่เหมาะสมกับ คุณภาพ	3.39	0.49	3.07	0.62	3.39	0.49	4.00	0.00	11.08	.000*	1-2*, 2-3*, 2-4*
2.2 อัตราค่า สอนดำน้ำ เหมาะสมต่อ การเรียนแต่ละ ครั้ง	3.89	0.31	3.13	0.52	3.20	0.74	3.25	0.50	19.24	.000*	1-2*, 1-3*
2.3 ราคา อุปกรณ์ดำน้ำที่ จำหน่ายมีราคา ที่เหมาะสม	3.11	3.19	2.89	0.63	3.18	0.62	2.75	0.50	5.79	.001*	2-3*
2.4 มีโปรแกรมชั้น ลดราคาพิเศษ สำหรับวัน สำคัญต่างๆ	3.50	0.50	2.89	0.76	3.25	0.65	2.75	0.50	11.30	.000*	1-2*, 2-3*
2.5 ราคาอาหาร ว่างและ เครื่องดื่มที่ ให้บริการบนเรือ มีราคา ที่เหมาะสม	3.22	0.42	2.96	0.54	3.21	0.63	3.00	0.00	1.59	.191	
รวม	3.42	0.98	2.98	0.61	3.24	0.62	3.15	0.30	15.36	.000*	1-2*, 2-3*

*P < .05 ($F_{3,397} = 10.07$)

จากตารางที่ 31 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายกลุ่มพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านราคาของอุปกรณ์ดำน้ำที่ให้บริการเช่าราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ด้านอัตราค่าสอนดำน้ำเหมาะสมต่อการเรียนแต่ละครั้ง จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านราคาอุปกรณ์ดำน้ำที่จำหน่ายมีราคาที่เหมาะสม จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี กับ ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

มีโปรโมชั่นลดราคาพิเศษสำหรับวันสำคัญต่างๆ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการโดยจำแนกตามอายุ

3. ด้านสถานที่ให้บริการ	1 อายุต่ำกว่า 20 ปี		2 อายุ 21-40ปี		3 อายุ 41-60ปี		4 อายุมากกว่า 60 ปี		F	P	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
	3.1 สถานที่ค้ำน้ำมีสัตว์น้ำและพืชทะเลอุดมสมบูรณ์	3.00	0.00	2.80	0.69	2.86	1.01	2.25			
3.2 สถานที่ค้ำน้ำมีความสะอาด	3.22	0.42	2.74	0.72	2.93	1.05	2.50	0.57	4.95	.002*	1-2*
3.3 สถานที่ค้ำน้ำมีธรรมชาติที่สวยงาม	3.67	0.47	2.95	0.61	2.95	0.82	2.50	0.57	14.04	.000*	1-2*, 1-3*, 1-4*
3.4 มีกระแสน้ำที่เหมาะสมแก่การค้ำน้ำ	3.78	0.42	2.78	0.58	2.91	0.78	2.75	0.50	27.84	.000*	1-2*, 1-3*, 1-4*
3.5 ที่พักและที่รับประทานอาหารบนเรือมีพื้นที่เพียงพอ	3.22	0.42	3.17	0.60	3.26	0.76	3.25	0.50	0.50	.681	
รวม	3.37	0.34	2.88	0.64	2.98	0.88	2.65	0.61	8.03	.000*	1-2*, 1-3*

$P < .05$ ($F_{3, 397} = 10.07$)

จากตารางที่ 32 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านสถานที่ค้ำน้ำมีความสะอาด จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านสถานที่ค้ำน้ำมีธรรมชาติที่สวยงาม จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

มีกระแสน้ำที่เหมาะสมแก่การค้ำน้ำ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
โดยจำแนกตามอายุ

4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	1 อายุต่ำกว่า 20 ปี		2 อายุ 21-40ปี		3 อายุ 41-60ปี		4 อายุมากกว่า 60 ปี		F	P	การเปรียบเทียบ ราย คู่
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
	4.1 มีโปรแกรม เฉพาะ (Package) ส่วนลดต่างๆ	3.44	0.69	3.05	0.49	2.82	0.49	3.25			
4.2 ได้รับสิทธิพิเศษ ในโอกาสวันหยุด พิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่	3.72	0.45	3.05	0.75	3.37	0.83	3.75	0.50	11.59	.000*	1-2*,2-3*
4.3 ส่วนลดสำหรับ ผู้ที่มาใช้บริการเป็น ประจำ/สมาชิก	3.56	0.50	2.93	0.59	2.94	0.79	3.25	0.50	10.50	.000*	1-2*,1-3*
4.4 ทางสถานที่ ให้บริการมีการแจ้ง ข่าวให้ท่านทราบ เสมอ	3.39	0.49	2.96	0.64	3.05	0.71	3.00	0.00	4.70	.003*	1-2*
4.5 มีสิทธิพิเศษ สำหรับสมาชิก	3.67	0.47	3.06	0.58	3.24	0.64	3.25	0.50	12.11	.000*	1-2*,1-3*
4.6 รายการส่งเสริม การขายทำให้ท่าน ใช้บริการได้อย่าง คุ้มค่า	3.61	0.49	3.07	0.57	2.98	0.45	3.00	0.00	12.45	.000*	1-2*,1-3*
4.7 จัดกิจกรรมค้ำ น้ำสำหรับลูกค้าที่ เป็นสมาชิก	3.50	0.50	2.96	0.57	3.14	0.76	3.00	0.00	9.20	.000*	1-2*,1-3*
รวม	3.55	0.51	3.01	0.59	3.07	0.66	3.21	0.28	14.20	.000*	1-2*,1-3*

*P< .05 ($F_{3,397} = 10.07$)

จากตารางที่ 33 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจ

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านมีโปรแกรมเฉพาะ (Package) ส่วนลดต่างๆ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านได้รับสิทธิพิเศษในโอกาสวันหยุดพิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านส่วนลดสำหรับผู้ที่มาใช้บริการเป็นประจำ/สมาชิก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านทางสถานที่ให้บริการมีการแจ้งข่าวให้ท่านทราบเสมอ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านมีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านรายการส่งเสริมการขายทำให้ท่านใช้บริการได้อย่างคุ้มค่า จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านจัดกิจกรรมค่าน้ำสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร โดยจำแนกตามอายุ

5. ด้านบุคลากร	1		2		3		4		F	P	การเปรียบเทียบรายคู่
	อายุต่ำกว่า 20 ปี		อายุ 21-40ปี		อายุ 41-60ปี		อายุมากกว่า 60 ปี				
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
5.1 ไคว้ลิตเตอร์มีจำนวนเพียงพอ	3.28	0.45	3.21	0.53	3.14	0.34	3.25	0.50	0.77	.509	
5.2 ไคว้ลิตเตอร์มีความรู้ความชำนาญ และสามารถให้คำแนะนำการดำน้ำ	3.89	0.31	3.08	0.71	3.46	0.69	3.25	0.95	18.75	.000*	1-2*,1-3* 2-3*
5.3 ไคว้ลิตเตอร์มีความเอาใจใส่รักดำน้ำ	3.78	0.42	3.14	0.57	3.32	0.67	2.75	0.50	14.20	.000*	1-2*,1-3* 1-4*
5.4 พนักงานคอยดูแลความปลอดภัยของตัวท่านและทรัพย์สิน	3.39	0.49	3.11	0.61	3.23	0.64	3.00	0.81	2.75	.042*	
5.5 พนักงานให้บริการมีกิริยามารยาทสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ	3.33	0.47	3.06	0.46	3.11	0.65	3.00	0.00	3.08	.027*	1-2*
5.6 พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง	3.11	0.31	3.05	0.34	3.30	0.66	3.00	0.00	7.49	.000*	2-3*
5.7 พนักงานในสถานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี แยมแจ่มใส และ อธิยาศัยที่ดี	3.50	0.50	3.15	0.46	3.18	0.69	3.50	0.57	5.27	.001*	1-2*,1-3*
รวม	3.46	0.42	3.11	0.52	3.24	0.62	3.10	0.47	10.77	.000*	1-2*,1-3* 2-3*

*P< .05 ($F_{3,397} = 10.07$)

จากตารางที่ 34 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านไคว้ลิตีเตอร์มีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำการค้ำน้ำ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านไคว้ลิตีเตอร์มีความเอาใจใส่พนักงาน จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ด้านพนักงานให้บริการมีกิริยา มารยาทสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านพนักงานในสถานที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และอัธยาศัยที่ดี จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ
โดยจำแนกตามอายุ

6. ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	1 อายุต่ำกว่า 20 ปี		2 อายุ 21-40ปี		3 อายุ 41-60ปี		4 อายุมากกว่า 60 ปี		F	P	การเปรียบเทียบรายคู่
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
	6.1 กระบวนการ สอนดำน้ำได้ มาตรฐานตาม หลักสูตรสากล	3.67	0.47	3.26	0.49	3.44	0.49	3.25			
6.2 ความรวดเร็ว และถูกต้องใน การให้บริการเช่า อุปกรณ์ดำน้ำ	3.11	0.31	3.13	0.57	3.32	0.67	3.50	0.57	2.93	.033	
6.3 ความสะดวก ด้านการบริการ อาหารและ เครื่องดื่ม	3.78	0.42	3.26	0.67	3.39	0.57	3.25	0.50	7.56	.000*	1-2*,1-3*
6.4 ระบบการ จัดการมี ประสิทธิภาพที่จะ ให้บริการเมื่อมีผู้ มาใช้บริการ จำนวนมาก	3.39	0.49	3.00	0.62	3.25	0.65	3.25	0.50	6.61	.000*	1-2*,2-3*
6.5 การให้บริการ ได้ทั่วถึงเมื่อมี ผู้ใช้บริการ จำนวนมาก	3.50	0.50	3.19	0.60	3.21	0.70	3.25	0.50	2.73	.043*	1-2*
6.6 มีกระบวนการ อำนวยความสะดวก การเดินทางไป ดำน้ำ	3.50	0.50	3.34	0.54	3.16	0.68	3.50	0.57	3.637	.013*	1-3*

6.7 การ ประสานงานของ ไควล์เคเตอร์ เป็นไปด้วยความ รวดเร็ว	3.89	0.31	3.19	0.60	3.48	0.50	3.00	0.00	19.89	.000*	1-2*,1-3* 1-4*,2-3
รวม	3.54	0.42	3.19	0.58	3.32	0.60	3.28	0.44	7.95	.000*	1-2*

*P< .05 ($F_{3,397} = 10.07$)

จากตารางที่ 35 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านกระบวนการสอนค้ำน้ำได้มาตรฐานตามหลักสูตรสากล จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านความสะดวกด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านระบบการจัดการมีประสิทธิภาพที่จะให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านการให้บริการได้ทั่วถึงเมื่อมีผู้ให้บริการจำนวนมาก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านมีกระบวนการอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางไปค่าน้ำ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านการประสานงานของไควล์เคเตอร์เป็นไปด้วยความรวดเร็ว จำแนกตามอายุมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเอฟและเปรียบเทียบรายคู่ของระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพโดยจำแนกตามอายุ

7. ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	1 อายุต่ำกว่า 20 ปี		2 อายุ 21-40ปี		3 อายุ 41-60ปี		4 อายุมากกว่า 60 ปี		F	P	การเปรียบเทียบราย คู่
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			
	7.1 สภาพแวดล้อม โดยรอบสถานที่ค้ำ น้ำและให้บริการมี ความสะดวก สวยงาม	3.00	0.00	2.89	0.41	2.80	0.79	2.75			
7.2 การออกแบบ และตกแต่งร้านขาย อุปกรณ์ค้ำน้ำมี ความสวยงามอยู่ เสมอ	3.72	0.45	3.11	0.38	3.62	0.48	3.50	0.57	31.00	.000*	1-2*,2-3*
7.3 สภาพเรือมี ความสะดวก สวยงาม	3.00	0.00	2.91	0.57	2.94	0.89	3.00	0.81	0.27	.847	
7.4 การติดตั้ง อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ต่างๆ บนเรือ	3.28	0.45	3.05	0.60	2.94	0.89	3.00	0.81	2.14	.095	
7.5 ความสบายของ เก้าอี้ที่ใช้สำหรับนั่ง พักผ่อน	3.61	0.49	2.99	0.69	3.03	0.99	2.25	0.50	8.78	.000*	1-2*,1-3* 1-4*
รวม	3.32	0.27	2.99	0.53	3.06	0.80	2.90	0.63	5.07	.002*	1-2*

* $P < .05$ ($F_{3,397} = 10.07$)

จากตารางที่ 36 พบว่า ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มี

ความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านการออกแบบและตกแต่งร้านขายอุปกรณ์ค้ำน้ำให้มีความสวยงามอยู่เสมอ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านความสบายของเก้าอี้ที่ใช้สำหรับนั่งพัก/นั่งรอ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา ซึ่งกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาจำนวน 15 แห่ง และผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาจำนวน 400 คน

เครื่องมือในการวิจัย ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามด้านทรัพยากรในการจัดการและกระบวนการจัดการ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการ ประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรด้านวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ทรัพยากรด้านเทคโนโลยี ทรัพยากรด้านข่าวสาร และกระบวนการจัดการองค์กร ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการองค์กร การชี้้นำ การควบคุม วิเคราะห์ข้อมูลโดยประมวลสาระสำคัญในประเด็นการสัมภาษณ์ และสรุปตามประเด็นโดยการเขียนพรรณนาเชิงอธิบาย การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

เครื่องมือในการวิจัย ชุดที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการ ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจด้านบุคลากร ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ และความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศโดยใช้ค่าที (t-test), และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของผู้ใช้บริการโดยใช้ค่าเอฟ (F-test), โดยการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การสรุปผลแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามด้านทรัพยากรในการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ (People) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความต้องการครูสอนดำน้ำและพนักงานที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการดำน้ำ และการรับพนักงานเข้าทำงานต้องมีความต้องการตามวุฒิการศึกษาเป็นหลัก มีจำนวน 14 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการพัฒนาผู้ฝึกสอนดำน้ำ และพนักงานภายในองค์กร มีจำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความผู้ฝึกสอนดำน้ำที่มีใบอนุญาตจากสถาบันดำน้ำ มีจำนวน 4 แห่ง ต้องการพนักงานที่มีความขยัน ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจำนวน 3 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยาผู้ฝึกสอนต้องมีความสามารถในการควบคุมดูแลความปลอดภัยของนักดำน้ำได้ มีจำนวน 3 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีความต้องการพนักงานที่มีความรู้ในด้านอุปกรณ์ ดำน้ำ และสามารถแนะนำในเรื่องของการดำน้ำให้กับผู้ที่สนใจได้ มีจำนวน 2 แห่ง และองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีแผนพัฒนาบุคลากรให้พนักงานภายในองค์กรมีความสามัคคี มีจำนวน 1 แห่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำมีความคิดเห็นในด้านทรัพยากรมนุษย์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยต่างๆ พบว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ พนักงานและครูสอนดำน้ำจะต้องมีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำในการดำน้ำได้ พนักงานจะต้องคอยดูแลความปลอดภัยของทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ พนักงานให้บริการจะต้องมีกิริยา มารยาท สุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีทัศนคติที่ดีกับผู้ใช้บริการ พนักงานทุกคนจะต้องมีความสามารถในการประสานงานภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี ซึ่งทุกข้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือ พนักงานทุกคนต้องมีความเอาใจใส่นักดำน้ำเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่จะต้องมีจำนวนเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11

2. ด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีอุปกรณ์ในการเรียนการสอนดำน้ำครบชุด ประกอบด้วย BCD, Compressor, Dive computer, Fin, Regulator, Tank, Snorkel, Mask, ไฟฉายดำน้ำ และ

อุปกรณ์เสริมถ่ายภาพ มีจำนวน 11 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีอุปกรณ์จำหน่ายที่มีมาตรฐาน และมีให้เลือกอย่างหลากหลาย มีจำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีอุปกรณ์การเรียนการสอนดำน้ำและอุปกรณ์ที่จำหน่ายมีมาตรฐาน และความปลอดภัย มีจำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการทำความสะอาดอุปกรณ์ดำน้ำทุกครั้งและเก็บรักษาอุปกรณ์เป็นอย่างดี เพื่อให้อุปกรณ์มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน มีจำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีเรือสำหรับเดินทางไปดำน้ำที่มีความสะดวกสบายและมีความปลอดภัย มีจำนวน 3 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ และมีบริการอาหาร เครื่องดื่ม บนเรือ มีจำนวน 1 แห่ง และมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกและครูผู้สอนดำน้ำ มีจำนวน 1 แห่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำมีความคิดเห็นในด้านวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ดำน้ำควรมีความปลอดภัยสามารถใช้ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมา วัสดุอุปกรณ์ดำน้ำควรมีจำนวนเพียงพอต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมาคือ ควรมีวัสดุอุปกรณ์ดำน้ำที่ทันสมัยและพร้อมให้อยู่เสมอ วัสดุอุปกรณ์ดำน้ำมีความสะอาดและสวยงาม และอุปกรณ์ดำน้ำควรมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

3. ทรัพยากรด้านเทคโนโลยี (Technology) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการใช้ระบบ จีพีเอส, Dive Computer เข้ามาใช้ในการฝึกสอนดำน้ำในทะเล มีจำนวน 1 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการนำเอาระบบอากาศแบบ ไนตริออกซ์ มาใช้ในการเรียนการฝึกดำน้ำในทะเล มีจำนวน 7 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการนำสินค้าใหม่ๆ มาจำหน่ายอยู่เสมอ มีจำนวน 6 แห่ง องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการอัพเดทโปรแกรมคอมพิวเตอร์ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ มีจำนวน 4 แห่ง และองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการใช้ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 1 แห่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำมีความคิดเห็นในด้านเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ควรมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยในการสอนและการฝึกดำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ซึ่งมีระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ควรมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการจัดการองค์กร ควรมีการใช้เว็บไซต์ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำน้ำ ควรมีการนำ

เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ ปัจจัยย่อยเรื่องควรมีการนำเทคโนโลยีมาประเมินผลการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

4. ทรัพยากรด้านข่าวสาร (Information) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรดำเนินา ในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการใช้แผ่นพับหรือโบชัวร์ มีจำนวน 11 แห่ง องค์กรดำเนินา ในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการใช้เว็บไซต์ดำเนินา และระบบอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 10 แห่ง องค์กรดำเนินา ในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการใช้วารสาร นิตยสาร การท่องเที่ยวและกีฬา มีจำนวน 8 แห่ง องค์กรดำเนินา ในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการใช้การชักชวนให้ผู้ที่สนใจทดลองมาดำเนินา มีจำนวน 4 แห่ง องค์กรดำเนินา ในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการติดป้ายโฆษณา มีจำนวน 2 แห่ง และ องค์กรดำเนินา ในเขตเมืองพัทยามีการเผยแพร่ข่าวสาร โดยการให้ลูกค้าพูดคุยกันปากต่อปาก มีจำนวน 1 แห่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำเนินามีความคิดเห็น ในด้านข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยต่างๆ พบว่า ในทุกๆ ปัจจัยผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ปัจจัยย่อยเรื่ององค์กรควรมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินาเพียงพอและสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ ผู้สนใจ และองค์กรควรมีช่องทางในการเลือกติดต่อสื่อสารกับองค์กรหลายช่องทาง เช่น อีเมล โทรทัศน์ โทรสาร การฝากข้อความ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 3.89 รองลงมาคือ ควรมีการเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินาแก่ผู้ที่สนใจได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ ควรมีการ ใช้ระบบสารสนเทศมาช่วยในการกระจายข่าวสารขององค์กรและความรู้ในการดำเนินา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.56 และค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่ององค์กรควรมีการแจ้งข้อมูลและ โปรโมชันใหม่ๆ แก่สมาชิกอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

การสรุปผลแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำเนินาในเขต เมืองพัทยา

1. ด้านการวางแผน (Planning) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรดำเนินา ในเขต เมืองพัทยามีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายของการทำงาน มีการกำหนดนโยบายและ แผนปฏิบัติงานของฝ่ายต่างๆ มีจำนวน 13 แห่ง องค์กรดำเนินา ในเขตเมืองพัทยามีการวางแผน การตลาดและตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเพื่อเพิ่มยอดขาย มีจำนวน 5 แห่ง องค์กรดำเนินา ในเขต เมืองพัทยามีการวางแผน และตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเพื่อเพิ่มมีจำนวนผู้ใช้บริการ ให้มากขึ้น

มีจำนวน 3 แห่ง องค์กรดำเนินงานในเขตเมืองพัทยามีการวางแผน และตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงาน เพื่อดูแลความปลอดภัยของนักดำน้ำและป้องกันความเสี่ยงจากอุบัติเหตุต่างๆ มีจำนวน 2 แห่ง และองค์กรดำเนินงานในเขตเมืองพัทยามีการวางแผน และตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการดำน้ำให้มากที่สุด มีจำนวน 1 แห่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำมีความคิดเห็น ในกระบวนการวางแผนองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 พบว่าทุกด้านอยู่ใน ระดับมาก ซึ่งในด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ องค์กรควรมีการตั้งเป้าประสงค์และเป้าหมายที่สามารถ วัดผลสำเร็จได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 รองลงมาคือ องค์กรควรมีแผนการดำเนินงานที่กำหนด วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน การจัดสรรทรัพยากร งบประมาณ อัตราค่าจ้างและ ระยะเวลาดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 รองลงมาคือ องค์กรควรมีการกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษร และข้อฝ่ายบริการควรมีการจัดทำแผนการ ดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

2. ด้านการจัดองค์กร (Organizing) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรดำเนินงานใน เขตเมืองพัทยามีการจัดองค์กรแบบเป็นทางการที่มีรูปแบบและโครงสร้างโดยมีการแบ่งงานตาม ความรับผิดชอบ ความถนัด ประสบการณ์และวุฒิการศึกษา มีจำนวน 10 แห่ง องค์กรดำเนินงานใน เขตเมืองพัทยามีการจัดองค์กร โดยการแบ่งร้านดำน้ำออกเป็นสาขาตามจุดสำคัญในเมืองพัทยา มีจำนวน 7 แห่ง องค์กรดำเนินงานในเขตเมืองพัทยามีการจัดองค์กร โดยกำหนดขอบเขตของงานที่ให้ พนักงานปฏิบัติ มีจำนวน 1 แห่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำมีความคิดเห็น ในกระบวนการจัดองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ซึ่งในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือองค์กรควรมีการกำหนดภาระหน้าที่และความรับผิดชอบสำหรับ สมาชิกขององค์กรในแต่ละตำแหน่ง และองค์กรมีการอนุญาตให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนด รายละเอียดในการทำงานได้เอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ องค์กรควรมีการเพิ่มหน้าที่และ ความรับผิดชอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ทักษะอื่นๆเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 รองลงมา มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือองค์กรควรมีการกำหนดเนื้องานตามความชำนาญเฉพาะด้าน องค์กร มีควรมีการจัดกลุ่มตำแหน่งงานต่างๆ แยกกันเป็นหมวดหมู่เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกใน องค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และข้อควรมีผู้ประสานงานของหน่วยงานทำหน้าที่เป็นจุด

ติดต่อระหว่างหน่วยงานหรือตัวแทนทำหน้าที่ประสานงานขององค์กร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และข้อสุดท้ายควรมีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการอนุมัติจัดซื้อ การรับพัสดุแยกออกจากการเงินและการบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

3. ด้านการชี้นำ (Leading) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรดำเนินในเขตเมืองพัทยามีการแนะนำแนวทางการปฏิบัติงานแก่พนักงานเพื่อให้การทำงานสามารถทำงานได้อย่างสอดคล้องซึ่งกันและกัน สามารถที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นแนวทางเดียวกัน มีจำนวน 9 แห่ง องค์กรดำเนินในเขตเมืองพัทยามีการประชุมเพื่อรายงานผลปฏิบัติงานและเพื่อรับนโยบายจากผู้บริหารเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน มีจำนวน 5 แห่ง องค์กรดำเนินในเขตเมืองพัทยามีการใช้แรงจูงใจกับพนักงานโดยการให้โบนัส และการเพิ่มวันหยุดพักผ่อนกับพนักงาน มีจำนวน 2 แห่ง และองค์กรดำเนินในเขตเมืองพัทยามีการดูแลเอาใจใส่พนักงานในเวลาไม่สบาย มีจำนวน 1 แห่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำเนินมีความคิดเห็นด้านการชี้นำ ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ซึ่งในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้นำควรมีความเชื่อถือ ความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้นำกับผู้ใต้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมาคือ ผู้นำควรมีการประชุมกลุ่มเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงานในการตัดสินใจ การติดต่อสื่อสาร ความร่วมมือกันและแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง และผู้นำควรมีการกระตุ้นหรือริเริ่มมีความคิดความสามัคคีในกลุ่มที่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาผู้นำควรมีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สัมฤทธิ์ผลเป็นหลัก มักจะทำการวางแผนและกำหนดให้การทำงานไว้ล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และผู้นำควรให้อิสระในการแสดงความคิดเห็นและยอมรับข้อเสนอต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

4. ด้านการควบคุม (Controlling) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า องค์กรดำเนินในเขตเมืองพัทยามีการประเมินผลรายรับ รายจ่าย ผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นรายเดือน รายไตรมาส และรายปี เพื่อนำผลประกอบการมาเปรียบเทียบกับผลประกอบการในช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา มีจำนวน 10 แห่ง องค์กรดำเนินในเขตเมืองพัทยามีการประเมินผลหลังการสอน การสอบดำเนิน และมีการประเมินผลทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติโดยปฏิบัติตามมาตรฐานตามหลักสูตรการสอน ดำเนินของสถาบันดำเนินที่เป็นเจ้าของหลักสูตร มีจำนวน 8 แห่ง และองค์กรดำเนินในเขตเมืองพัทยามีการควบคุมความเสี่ยงต่างๆภายในองค์กร มีจำนวน 1 แห่ง

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำมีความคิดเห็นในด้านการควบคุม ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อพิจารณาในรายชื่อ พบว่า องค์กรควรมีระบบควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อความปลอดภัยของนักดำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองมาองค์กรควรมีการควบคุมความเสี่ยงต่างๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และองค์กรควรมีการเปรียบเทียบและวัดผลการปฏิบัติงานว่ามีความแตกต่างไปจากมาตรฐานที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาองค์กรควรมีการกำหนดมาตรฐาน (คุณภาพ จำนวนคน เวลาในการปฏิบัติงาน) ของงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล องค์กรควรมีการตรวจสอบอุปกรณ์ดำน้ำก่อนการปฏิบัติหน้าที่จริง และองค์กรควรมีการวัดผลการฝึกสอนก่อนและหลังสำเร็จการสอนดำน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ข้อสุดท้ายคือ องค์กรควรมีการควบคุมหรือปรับเปลี่ยนกิจกรรมในขณะที่กำลังทำงานอยู่เพื่อจะได้มั่นใจได้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ตอนที่ 2 การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลคือผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา จำนวน 400 คน เป็นเพศชาย 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และเพศหญิง 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 9.0 มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ร้อยละ 68.3 มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ร้อยละ 21.8 และมีอายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 1.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 52.5 และปริญญาโท ร้อยละ 32.5 มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 25.5 และมีธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 39.0 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 60,000 บาท ร้อยละ 27.5

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

กลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาเลือกใช้บริการโดยพิจารณาจาก ด้านสถานที่ให้บริการ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ด้านกระบวนการให้บริการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ด้านราคา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ด้านบุคลากร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ด้านความถี่ในการใช้บริการ 3-5

ครั้ง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 เคยใช้บริการ 9-10 ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีผู้ใช้บริการวันเสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 และวันจันทร์ – ศุกร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีประสบการณ์ในการดำนํ้ามาแล้ว 1-5 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 และมีประสบการณ์ดำนํ้า 6-10 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 บุคคลที่มีผลต่อการดำนํ้าคือ เพื่อนหรือคนรัก จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 และจากสิ่งอื่นๆ นอกเหนือจากแบบสอบถาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 มีการรับทราบข่าวสารจาก ญาติพี่น้องหรือเพื่อน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และอื่นๆ นอกเหนือจากแบบสอบถาม จำนวน 20 คน ร้อยละ 5.0 เหตุผลที่เลือกจะดำนํ้ามากที่สุด คือ เป็นกิจกรรมนันทนาการ จำนวน 88 คน หรือคิดเป็น 22.0 และเหตุผลที่เลือกดำนํ้าอื่นๆ ที่นอกเหนือจากแบบสอบถาม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำนํ้าในเขตเมืองพัทยา

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำนํ้าในเขตเมืองพัทยา มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 เมื่อจำแนกตามปัจจัยย่อยตามแบ่งตามความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ในด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.18 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.17 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.08 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.07 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 น้อยที่สุดด้านสถานที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำ ในเขตเมืองพัทยา

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำ ในเขตเมืองพัทยาจําแนกตามเพศ

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 และเมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าผู้ให้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 มีดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจําแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณารายชื่อจําแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านอุปกรณ์ดำน้ำมีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.51 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.15

และด้านอุปกรณ์ดำน้ำให้เช่ามีปริมาณที่เพียงพอ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.26 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.12

2. ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจําแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ด้านสถานที่ให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจําแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ให้บริการ

ธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณารายชื่อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านสถานที่ดำน้ำมีสัตว์น้ำและพืชทะเลอุดมสมบูรณ์ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.93 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.70

ด้านมีกระแสน้ำที่เหมาะสมแก่การดำน้ำ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.97 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.81

ด้านที่พักและที่รับประทานอาหารบนเรือมีพื้นที่เพียงพอ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.26 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.11

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณารายชื่อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

มีโปรแกรมเฉพาะ (Package) ส่วนลดต่างๆ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.21 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.90

ได้รับสิทธิพิเศษในโอกาสวันหยุดพิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.30 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.11

มีส่วนลดสำหรับผู้มาใช้บริการเป็นประจำ/สมาชิก มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.16 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.87

ทางสถานที่ให้บริการมีการแจ้งข่าวให้ท่านทราบเสมอ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.13 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.93

รายการส่งเสริมการขายทำให้ท่านใช้บริการได้อย่างคุ้มค่า มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.18 เพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.03

5. ด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง ข้อที่มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังข้อต่อไปนี้

ไคว์ลิตเตอร์มีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำการค้ำน้ำ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.32 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.14

พนักงานคอยดูแลความปลอดภัยของท่านและทรัพย์สิน มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.28 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.01

พนักงานในสถานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และอัธยาศัยดี มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมี

ความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.25 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.12

สำหรับข้อใดวีลัดเดอร์มีจำนวนเพียงพอ ใดวีลัดเดอร์มีความเอาใจใส่นักดำน้ำ และพนักงานให้บริการมีกิริยา มารยาทสุภาพเรียบร้อย พูจจาไพเราะ และด้านพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณาเป็นรายข้อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีดังต่อไปนี้

กระบวนการสอนดำน้ำได้มาตรฐานตามหลักสูตรสากล มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.39 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.25

ความสะดวกด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.39 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.25

และระบบการจัดการมีประสิทธิภาพที่จะให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.15 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.01

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสม

ทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พิจารณาเป็นรายชื่อจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีดังต่อไปนี้

การออกแบบและตกแต่งร้านขายอุปกรณ์ดำน้ำมีความสวยงามอยู่เสมอ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.37 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.17

สภาพเรือมีความสะอาดสวยงาม มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.02 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 2.80

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามอายุ

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 มีดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่ามีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านการสอนดำน้ำมีมาตรฐานตามหลักสูตรสากล จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านอุปกรณ์ด้านน้ำมีคุณภาพและได้มาตรฐาน จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านเรือหรือพาหนะมีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านร้านมีอุปกรณ์ด้านน้ำมีสินค้าให้เลือกซื้อและบริการให้เช่าอย่างหลากหลาย จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านอุปกรณ์ด้านน้ำให้เช่ามีปริมาณที่เพียงพอ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

2. ด้านราคา ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาชั้นนำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านราคาของอุปกรณ์ดำน้ำที่ให้บริการเช่าราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ด้านอัตราค่าสอนดำน้ำเหมาะสมต่อการเรียนแต่ละครั้ง จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านราคาอุปกรณ์ดำน้ำที่จำหน่ายมีราคาที่เหมาะสม จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี กับ ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

มีโปรโมชั่นลดราคาพิเศษสำหรับวันสำคัญต่างๆ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

3. ด้านสถานที่ให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านสถานที่ค้ำน้ำมีความสะอาด จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านสถานที่ค้ำน้ำมีธรรมชาติที่สวยงาม จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

มีกระแสน้ำที่เหมาะสมแก่การค้ำน้ำ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายกลุ่มพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านมีโปรแกรมเฉพาะ (Package) ส่วนลดต่างๆ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านได้รับสิทธิพิเศษในโอกาสวันหยุดพิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านส่วนลดสำหรับผู้ที่มาใช้บริการเป็นประจำ/สมาชิก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านทางสถานที่ให้บริการมีการแจ้งข่าวให้ท่านทราบเสมอ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านมีสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านรายการส่งเสริมการขายทำให้ท่านใช้บริการได้อย่างคุ้มค่า จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านจัดกิจกรรมค่าน้ำสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

5. ด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค่าน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการ ธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านไควล์ดีเตอร์มีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำการดำน้ำ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านไควล์ดีเตอร์มีความเอาใจใส่ลูกค้าดำน้ำ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ด้านพนักงานให้บริการมีกิริยา มารยาทสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านพนักงานในสถานที่ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และอัธยาศัยที่ดี จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายคู่พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านกระบวนการสอนค้ำน้ำได้มาตรฐานตามหลักสูตรสากล จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านความสะดวกด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านระบบการจัดการมีประสิทธิภาพที่จะให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านการให้บริการได้ทั่วถึงเมื่อมีผู้ให้บริการจำนวนมาก จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

ด้านมีกระบวนการอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางไปค้ำน้ำ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านการประสานงานของโดว์ลิคเตอร์เป็นไปด้วยความรวดเร็ว จำแนกตามอายุมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี และผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ พบว่า มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทดสอบเป็นรายกลุ่มพบว่ากลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพของผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ด้านการออกแบบและตกแต่งร้านขายอุปกรณ์ดำน้ำให้มีความสวยงามอยู่เสมอ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี

ด้านความสบายของเก้าอี้ที่ใช้สำหรับนั่งพัก/นั่งรอ จำแนกตามอายุ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลด้านทรัพยากรในการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา

จากผลการวิจัยพบว่า การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับทรัพยากรในการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านทรัพยากรบุคคล (People) จากผลการวิจัย พบว่า การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรค้ำน้ำมีบุคลากรที่ดีมาก และ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยต่างๆ พบว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ พนักงานและครูสอนค้ำน้ำจะต้องมีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำในการค้ำน้ำได้ พนักงานจะต้องคอยดูแลความปลอดภัยของทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ พนักงานให้บริการจะต้องมีกิริยา มารยาทสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีอัธยาศัยที่ดีกับผู้ใช้บริการ พนักงานทุกคนจะต้องมีความสามารถในการประสานงานภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาพบว่า องค์กรค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการจัดสรรทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถเฉพาะทางแตกต่างกัน เช่น ผู้จัดการร้าน พนักงานฝ่ายขาย ครูสอนค้ำน้ำและผู้ช่วยสอนค้ำน้ำ ซึ่งแต่ละตำแหน่งงานก็ต้องมีความสามารถที่แตกต่างกันออกไป การรับพนักงานเข้าทำงานนั้นดูจากวุฒิการศึกษาตามสายงานที่คิดเห็นและครูสอนค้ำน้ำต้องผ่านการสอบและได้รับการรับรองจากสถาบันค้ำน้ำที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาความรู้ให้แก่ครูผู้ฝึกสอนค้ำน้ำเพื่อที่จะนำความรู้เหล่านั้นไปถ่ายทอดแก่ลูกศิษย์ให้มีคุณภาพได้ ดังที่ ชงชัย สันติวงษ์ (2545) กล่าวว่า คนเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุด แม้ว่าจะองค์กรจะมีเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีราคาแพงเพียงใดก็ตามถ้าหากขาดบุคคลที่มีความรู้ความสามารถแล้ว เครื่องจักรอุปกรณ์เหล่านั้นก็จะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อันใด

2. ด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก (Material) จากผลการวิจัยพบว่า การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรค้ำน้ำมีวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับที่ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อยต่างๆ แล้วพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ วัสดุอุปกรณ์ค้ำน้ำควรมีความปลอดภัยสามารถใช้ได้สะดวก รองลงมา วัสดุอุปกรณ์ค้ำน้ำควรมีจำนวนเพียงพอต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ควรมีวัสดุอุปกรณ์ค้ำน้ำที่ทันสมัยและพร้อมใช้อยู่

เสมอ วัสดุอุปกรณ์ดำน้ำมีความสะอาดและสวยงาม และอุปกรณ์ดำน้ำควรมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พบว่า พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีสินค้าและอุปกรณ์ดำน้ำที่เกี่ยวกับการดำน้ำอย่างหลากหลาย ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ และอุปกรณ์ในการเรียนดำน้ำนั้นประกอบด้วยอุปกรณ์ดำน้ำครบชุด ได้แก่ BCD, Fin, Regulator, Tank, Snorkel, Mask และอุปกรณ์เสริมอื่นๆ และองค์กรบางแห่งก็ยังมีเรือเป็นของตัวเอง และบางองค์กรจะเช่าเรือในการนำนักดำน้ำออกทะเลเพื่อไปทำการฝึกดำน้ำและสอบดำน้ำ ซึ่งก่อนการฝึกสอนจริงพนักงานจะมีการตรวจเช็คความพร้อมของอุปกรณ์ทุกชิ้นให้ใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อความปลอดภัยของนักดำน้ำทุกคน สอดคล้องกับ ชงชัย สันติวงษ์ (2531) กล่าวว่า วัสดุ อุปกรณ์ เป็นปัจจัยที่มีปริมาณและมูลค่าสูงไม่ต่างไปจากปัจจัยอื่นๆ เพราะวัตถุดิบและสิ่งเหล่านั้น จะต้องมีการจัดหามาใช้ในการดำเนินการผลิตหรือพัฒนาตลอดเวลา เพื่อใช้ปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า ส่วนการจัดการด้านสถานที่เน้นถึงกระบวนการและวิธีในการปฏิบัติงานในด้านความสะดวกสบายเพื่อเอื้ออำนวยในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีการจัดสถานที่ให้สะอาดเรียบร้อยตลอดจนการถ่ายเทของอากาศที่เหมาะสมแก่การทำงาน

3. ด้านเทคโนโลยี (Technology) จากผลการวิจัย พบว่า การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับความคิดเห็นด้านเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทรัพยากรด้านเทคโนโลยีอยู่ในระดับที่ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายย่อยต่างๆ แล้วค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่องควรมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยในการสอนและการฝึกดำน้ำ ซึ่งมีระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ควรมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการจัดการองค์กร ควรมีการใช้เว็บไซต์ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำน้ำ ควรมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร และค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่องควรมีการนำเทคโนโลยีมาประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พบว่า องค์กรดำน้ำมีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบ GPS เพื่อค้นหาสถานที่ดำน้ำ (Dive Site) และติดตามเรือดำน้ำ และนักดำน้ำที่ออกไปทำการฝึกดำน้ำในทะเล และนอกจากนั้นยังมีการใช้ระบบอากาศแบบไนตริกซ์ ซึ่งระบบอากาศนี้มีส่วนผสมได้แก่ ออกซิเจน กับ ไนโตรเจน ซึ่งเป็นระบบอากาศแบบใหม่ที่ร้านดำน้ำได้นำมาใช้ และยังมีการนำอุปกรณ์ดำน้ำรุ่นใหม่ๆ มานำเสนอแก่นักดำน้ำอยู่เสมอ สอดคล้องกับ วิเชียร วิทยอุดม (2552) กล่าวว่า เทคโนโลยีมีส่วนสำคัญกับการดำเนินงานของ

องค์กรให้กับผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหารเพื่อสนับสนุนภารกิจที่รับผิดชอบ โดยใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์สมัยใหม่เพื่อสร้างประโยชน์ต่อผู้ใช้ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ด้านข่าวสาร (Information) จากผลการวิจัยพบว่า การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับความคิดเห็นด้านข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทรัพยากรด้านข่าวสารอยู่ในระดับที่ดีมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยต่างๆแล้วพบว่าในทุกๆปัจจัยผู้บริหารมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่ององค์กรควรมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการค้ำน้ำเพียงพอและสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ผู้สนใจ และองค์กรควรมีช่องทางในการเลือกติดต่อสื่อสารกับองค์กรหลายช่องทาง เช่น อีเมลล์ โทรศัพท์ โทรสาร การฝากข้อความ เป็นต้น รองลงมาคือ ควรมีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการค้ำน้ำแก่ผู้ที่สนใจได้อย่างถูกต้อง รองลงมาคือ ควรมีการใช้ระบบสารสนเทศมาช่วยในการกระจายข่าวสารขององค์กรและความรู้ในการค้ำน้ำ และค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่ององค์กรควรมีการแจ้งข้อมูลและโปรแกรมใหม่ๆ แก่สมาชิกอยู่เสมอ และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรค้ำน้ำ พบว่า องค์กรค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยามีกระบวนการประชาสัมพันธ์ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการติดป้ายโฆษณาหน้าร้าน โบชัวร์อัตราค่าบริการค้ำน้ำ การประชาสัมพันธ์ทางหนังสือวารสารในเขตเมืองพัทยา การประชาสัมพันธ์ทางหนังสือวารสารการท่องเที่ยวและกีฬา โฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ขององค์กร และเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการค้ำน้ำ การส่งอีเมลล์และข้อความไปให้กับสมาชิก นอกจากนั้นยังมีการเชิญชวนให้ผู้สนใจค้ำน้ำทดลองมาเรียนค้ำน้ำ และการโฆษณาโดยการพูดคุยกันปากต่อปากของนักค้ำน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับ วิเชียร วิทย์อุดม (2552) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารจะเป็นสิ่งที่ช่วยเชื่อมโยงประสานงานระหว่างสมาชิกในองค์กร ถ้าขาดเสียซึ่งการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานทุกอย่างในองค์กรจะไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้ การติดต่อสื่อสารจะช่วยให้มีการประสานงานที่ดีต่อทั่วทั้งองค์กรทั้งยังสามารถทำให้การตัดสินใจของผู้ได้รับข่าวสารบรรลุเป้าหมายและสามารถนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

อภิปรายผลด้านกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา

จากผลการวิจัย พบว่า การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านการวางแผน (Planning) จากผลการวิจัยพบว่า การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการ ด้านการวางแผน โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยต่างๆแล้วพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือองค์กรควรมีการตั้งเป้าประสงค์และเป้าหมายที่สามารถวัดผลสำเร็จได้ รองลงมาคือ องค์กรควรมีแผนการดำเนินงานที่กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน การจัดสรรทรัพยากร งบประมาณ อัตรากำลังและระยะเวลาดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน รองลงมาคือ องค์กรควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษร และข้อฝ่ายบริการควรมีการจัดทำแผนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรด้านกีฬา พบว่า องค์กรด้านกีฬาในเขตเมืองพัทยามีการวางแผนแผนกลยุทธ์เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายของการทำงาน มีนโยบาย และแผนงานหลักของฝ่ายต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการ และการวางแผนแต่ละขั้นระดับก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก เช่น สภาพภูมิอากาศ สภาพเศรษฐกิจและการเมือง ปัจจัยสำคัญเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการดำเนินงานภายในองค์กรอย่างมาก และนอกเหนือจากนั้นผู้บริหารขององค์กรด้านกีฬาได้มีการตั้งวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานแตกต่างกันออกไปซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ วัตถุประสงค์หลักขององค์กรจะตั้งเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านเพื่อผลกำไรภายในองค์กร ซึ่งวิธีการหาลูกค้าได้แก่การเสนอจุดเด่นของการดำเนินกีฬาเพื่อให้เกิดความอยากรู้อยากลองในการดำเนินกีฬา และเรื่องการวางแผนในการสอนกีฬา การรักษามาตรฐานการสอนกีฬา การสอบกีฬาให้เป็นไปตามหลักสูตรที่เป็นมาตรฐานสากลและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการกีฬาให้มากที่สุด และแผนนั้นครอบคลุมถึงกระบวนการทำงานของทุกฝ่าย และสามารถควบคุมความเสี่ยงต่างๆภายในองค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมพงษ์ เกษมสิน (2526) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการวางแผนว่า “การวางแผนเป็นหลักสำคัญขั้นมูลฐานของกระบวนการบริหาร แผนที่ดีจะช่วยให้การบริหารสำเร็จลุล่วงไปด้วยความราบรื่น” และสอดคล้องกับแนวคิดของชงชัย สันติวงษ์ (2545) กล่าวว่า “การวางแผน หมายถึงการกำหนดแผนงานหรือวิธีการปฏิบัติงานไว้เป็นการล่วงหน้า เพื่อผลสำเร็จตามที่ต้องการ

การวางแผนจะเกี่ยวข้องกับการใช้ดุลพินิจพิจารณาถึงผลสำเร็จที่ต้องการจะได้และหนทางที่ทำให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้”

2. การจัดองค์กร (Organizing) จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการด้านการจัดองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า องค์กรควรมีการกำหนดภาระหน้าที่และความรับผิดชอบสำหรับสมาชิกขององค์กรในแต่ละตำแหน่ง และองค์กรมีการอนุญาตให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนดรายละเอียดในการทำงานได้เอง มีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ องค์กรควรมีการเพิ่มหน้าที่และความรับผิดชอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ทักษะอื่นๆเพิ่มเติม รองลงมาคือค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือองค์กรควรมีการกำหนดเนื้องานตามความชำนาญเฉพาะด้าน องค์กรมีการจัดกลุ่มตำแหน่งงานต่างๆ แยกกันเป็นหมวดหมู่เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และข้อควรมีผู้ประสานงานของหน่วยงานทำหน้าที่เป็นจุดติดต่อระหว่างหน่วยงานหรือตัวแทนทำหน้าที่ประสานงานขององค์กร และข้อสุดท้ายควรมีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการอนุมัติจัดซื้อ การรับพัสดุแยกออกจากการเงินและการบัญชี และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหาร องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยา พบว่า องค์กรดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีการจัดองค์กรแบบที่เป็นทางการ เป็นองค์กรที่มีรูปแบบและโครงสร้างอย่างมีรูปแบบโดยมีการแบ่งงานตามวุฒิการศึกษา ความถนัดของพนักงานและประสบการณ์ในการทำงาน เช่นพนักงานการตลาด และครูผู้สอนดำน้ำ เพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข นอกจากนี้มีสถาบันดำน้ำที่เป็นเจ้าของหลักสูตรการสอน เช่น PROFESSIONAL ASSOCIATION OF DIVING INSTRUCTOR (PADI) หรือ NATIONAL ASSOCIATION OF UNDERWATER INSTRUCTOR (NAUI) มีส่วนช่วยในการจัดองค์กรและการจัดการหลักสูตรการสอนดำน้ำ ให้เป็นไปตามมาตรฐานและสามารถพัฒนาไปในแนวทางเดียวกับมาตรฐานสากล ดังที่ ชงชัย สันติวงษ์ (2545) กล่าวว่า “การจัดองค์กร คือ การจัดระเบียบกิจกรรมให้เป็นกลุ่มก้อนเข้ารูป และการมอบหมายงานให้คนปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงานที่ตั้งไว้ การจัดองค์กรจะเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการจัดระเบียบความรับผิดชอบต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้ทุกคนต่างฝ่ายต่างทราบว่า ใครต้องทำอะไร และใครหรือกิจกรรมใดต้องสัมพันธ์กับฝ่ายอื่นๆอย่างไรบ้าง”

3. การชี้นำ (Leading) จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการด้านการชี้นำ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

พบว่า ซึ่งในรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้นำควรมีความเชื่อถือ ความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้นำกับผู้ใต้บังคับบัญชา รองลงมาคือ ผู้นำควรมีการประชุมกลุ่มเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงานในการตัดสินใจ การติดต่อสื่อสาร ความร่วมมือกันและแก้ปัญหาคความขัดแย้ง และผู้นำควรมีการกระตุ้นหรือรื้อฟื้น มีความคิดความสัมพันธ์ในกลุ่มที่ดี รองลงมาผู้นำควรมีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สัมฤทธิ์ผลเป็นหลัก มักจะทำการวางแผนและกำหนดให้การปฏิบัติงานไว้แล้ว มีค่าเฉลี่ย และผู้นำควรรให้อิสระในการแสดงความคิดเห็นและยอมรับข้อเสนอต่างๆ สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา พบว่า ผู้บริหารในองค์กรมีการแนะนำแนวทางปฏิบัติแก่พนักงานเพื่อให้การทำงานสามารถทำงานได้สอดคล้องซึ่งกันและกัน และสามารถที่จะพัฒนาองค์กรไปในแนวทางเดียวกัน และให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานสามารถรายงานผลการทำงานและปัญหาในการทำงานเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีการให้แรงจูงใจกับพนักงาน โดยการแบ่งปันผลประโยชน์ให้แก่พนักงานหรือการเพิ่มวันหยุดพักผ่อนให้กับพนักงานด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิเชียร วิทยอุดม (2552) กล่าวว่า องค์กรจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินงานนั้น ปัจจัยสำคัญที่สุดก็คือผู้นำ ถ้าองค์กรใดได้ผู้นำที่มีประสิทธิภาพก็สามารถสั่งการและใช้อิทธิพลต่อผู้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติงาน ตลอดจนทำกิจกรรมต่างๆ ในองค์กรให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีแต่ในทางตรงกันข้ามถ้าองค์กรใดได้ผู้นำที่ไม่มีประสิทธิภาพ ก็จะไม่สามารถสั่งการและใช้อิทธิพลต่อผู้บังคับบัญชาให้เชื่อฟังและปฏิบัติตามคำสั่งได้ ซ้ำร้ายยังเป็นการทำลายขวัญของผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้นำซึ่งจะเป็นผลทำให้การปฏิบัติงานด้านต่างๆ ในองค์กรประสบความล้มเหลว

4. ด้านการควบคุม (Controlling) จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เกี่ยวกับกระบวนการจัดการด้านการควบคุมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ องค์กรควรมีระบบควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อความปลอดภัยของนักค้ำน้ำ รองมาองค์กรควรมีการควบคุมความเสี่ยงต่างๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และองค์กรควรมีการเปรียบเทียบและวัดผลการปฏิบัติงานว่ามีความแตกต่างไปจากมาตรฐานที่กำหนดไว้ รองลงมาองค์กรควรมีการกำหนดมาตรฐาน (คุณภาพ จำนวนคน เวลาในการปฏิบัติงาน) ของงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล องค์กรควรมีการตรวจสอบอุปกรณ์ค้ำน้ำก่อนการปฏิบัติหน้าที่จริง และองค์กรควรมีการวัดผลการฝึกสอนก่อนและหลังสำเร็จการสอนค้ำน้ำ ข้อสุดท้ายคือ องค์กรควรมีการควบคุมหรือปรับเปลี่ยนกิจกรรมในขณะที่

กำลังทำงานอยู่เพื่อจะได้มั่นใจได้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา พบว่า องค์กรค้ำน้ำมีกระบวนการประเมินผลจากรายรับ - รายจ่าย ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เป็นรายเดือน ไตรมาส และรายปี เพื่อจะนำมาเปรียบเทียบผลประกอบการในช่วงเวลาในปีที่ผ่านมา ด้านกระบวนการสอนค้ำน้ำ การสอบค้ำน้ำ มีการประเมินผลทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติหลังจากการสอนและการสอบ โดยจะปฏิบัติตามมาตรฐานหลักสูตรการสอนของสถาบันค้ำน้ำที่เป็นเจ้าของหลักสูตร เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพและการจัดการความเสี่ยง ดังที่ สมคิด บางโม (2545) กล่าวว่า “การควบคุม หมายถึง การตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนที่วางไว้และได้มาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ แล้วแนะนำปรับปรุงการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนและมาตรฐานที่กำหนดไว้” สอดคล้องกับ สมพงษ์ เกษมสิน (2523) กล่าวว่า “การติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผน ตลอดจนการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนนั้น เป็นสิ่งจำเป็นต่อการบริหารงานเป็นอันมาก เพราะการติดตามผลปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนนั้น จะช่วยแก้ไขอุปสรรคได้ทันทั่วทั้งที่ และสามารถนำผลงานนั้นไปพิจารณาปรับปรุงงานในส่วนอื่นๆ ที่จะดำเนินการให้ได้ผลดียิ่งขึ้น” นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ ชงชัย สันติวงษ์ (2545) กล่าวว่า “การควบคุมที่แท้จริงในทางการจัดการ คือ การควบคุมผู้ทำงานนั่นเองและขอบเขตการควบคุมคือ การมุ่งพยายามทำให้คนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และกระทำในสิ่งที่ซึ่งเป็นการแก้ไขข้อแตกต่างที่เกิดขึ้นให้หมดไป เพื่อให้งานทุกอย่างสำเร็จผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้”

จากการผลการศึกษารจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา ในด้านทรัพยากรในการจัดการ และกระบวนการจัดการนั้น ส่งผลต่อความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา ซึ่งผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำมีความพึงพอใจในแต่ละด้าน ดังต่อไปนี้

อภิปรายผลด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา

จากการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการค้ำน้ำมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านสถานที่ ตามลำดับ ซึ่งสามารถอภิปรายผลของความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่องอุปกรณ์ค้ำน้ำมีคุณภาพและได้มาตรฐาน แสดงถึงผู้ให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำมีความพึงพอใจในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ คุณภาพและมาตรฐานของอุปกรณ์ ที่ทางสถาบันค้ำน้ำจัดให้เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา บุตรโพธิ์ (2549) ที่ศึกษาความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการในสถานบริหารร่างกายในจังหวัดชลบุรี ผลวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับประทับใจ

2. ด้านราคา (Price) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่องอัตราค่าสอนค้ำน้ำเหมาะสมต่อการเรียนแต่ละครั้ง นั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการ และอัตราค่าบริการเป็นที่ยอมรับหรือพิจารณาที่เหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการ เช่นเดียวกับ (Bitner and Booms,1981) กล่าวว่า ราคา คือ สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปแบบของเงินตรา ประกอบด้วย ราคาสินค้า ราคาสินค้าในรายการ ส่วนลด ส่วนยอมให้ สอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotlor and Armstong,1994) ที่กล่าวว่า การจะประสบความสำเร็จในกิจกรรมการตลาดต้องชนะด้วยราคาที่ต่ำกว่า กลยุทธ์ราคาต่ำอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ คุณภาพและบริการต้องดีด้วยเพราะผู้บริโภครู้สึกว่าพวกเขากำลังซื้อสิ่งที่มีคุณค่า ไม่ใช่พิจารณาเรื่องราคาเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา โนมดี(2550) ที่ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนผสมการตลาดและบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ผลวิจัยพบว่าความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ส่วนผสมการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก

3. ด้านสถานที่ให้บริการ (Place) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่องที่พักและที่รับประทานอาหารบนเรือมีพื้นที่เพียงพอ นั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับสถานที่เรียนค้ำน้ำและสถานที่ฝึกการค้ำน้ำ รวมถึงท่าเรือ และสถานที่พักผ่อนบนเรือที่พาไปค้ำน้ำ เช่นเดียวกับ (Bitner and Booms,1981) กล่าวว่า สถานที่ คือ การจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย
ทำเลที่ตั้ง ช่องทางที่จะหาลูกค้า ช่องทางที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ดังเช่น ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ
(2541) กล่าวว่า สถานที่ คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อ
เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และการบริการจากองค์กรไปยังตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา
บุตรโพธิ์(2549) ที่ศึกษาความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด
บริการในสถานบริหารร่างกายในจังหวัดชลบุรี ผลวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจด้านสถานที่
ให้บริการอยู่ในระดับประทับใจ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬา
น้ำมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ย
สูงสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่องการได้รับสิทธิพิเศษในโอกาสวันหยุดพิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่ แสดง
ว่าผู้ใช้นั้นมีความพึงพอใจต่อการแข่งขันประชาสัมพันธ์และความสม่ำเสมอในการส่ง
ข่าวสาร การได้รับสิทธิและการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้ประโยชน์ (Bitner and
Booms,1981) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่าย และตลาด
เป้าหมายเกี่ยวกับข้อมูล ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งข้อความ
การขายตรง การขายสื่อ ดังเช่น ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด
เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ
การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช่คน เช่นเดียวกับ
จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2545) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขายนั้นเป็นการ
ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือน
ความทรงจำในสินค้าและบริการ

5. ด้านบุคลากร (People) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาน้ำมีความพึง
พอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่เรื่อง ใด้วีลิต
เตอร์มีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำการดำน้ำได้ และเรื่องใด้วีลิตเตอร์มีความเอาใจ
ใส่หนักแน่น แสดงว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากกับพนักงานที่ให้บริการมีความเอาใจนักดำน้ำ
ครูผู้สอนมีความรู้ความชำนาญในการสอน และสามารถดูแลความปลอดภัยของนักดำน้ำได้
เช่นเดียวกับวัตต์ (Watt, 2006) กล่าวว่า บุคลากร คือ ภาวะทางการตลาดที่สำคัญในการติดต่อทาง
การตลาด สามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ให้กับลูกค้าได้และสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ สุวีร์พร โรจนศิริ (2547) ที่ศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการบริหารจัดการองค์การการ ออกกำลังกายในศูนย์ออกกำลังกาย ฟิตเนสเฟิสท์ (ประเทศไทย) ปี พ.ศ.2546 ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรผู้ฝึกสอนแต่งกายที่ถูกต้องเหมาะสมกับชนิดกีฬา มีบุคลิกภาพที่ดี ผู้ฝึกสอนพูดจาสุภาพ และผู้ฝึกสอนหรือพนักงานตระหนักถึงการเป็นผู้ให้บริการที่ดี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำ มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ย สูงสุดอยู่ที่ปัจจัยย่อยเรื่อง กระบวนการสอนดำน้ำได้มาตรฐานตามหลักสูตรสากล และความสะดวก ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แสดงถึงผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในกระบวนการบริหารงาน ดำเนินความสะดวกให้กับผู้ให้บริการ ขั้นตอนการแก้ปัญหาเมื่อมีผู้ให้บริการจำนวนมาก เพราะ กระบวนการบริหารงานที่เป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ เช่นเดียวกับ (Bitner and Booms,1981) กล่าวว่า กระบวนการ คือ กระบวนการบริการที่มีคุณภาพอันทำให้เกิดความ ประทับใจแก่ลูกค้า ประกอบด้วย ขั้นตอน วิธีการดำเนินการ กลไกกิจกรรม (กระบวนการจัดการใน การจัดการกลุ่มลูกค้า) สอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา บุตร โภธิ์ (2549) ที่ศึกษาความคาดหวังการ รับรู้และความพึงพอใจในกลุ่มลูกค้าส่วนผสมทางการตลาดบริการในสถานบริหารร่างกายในจังหวัด ชลบุรี ผลวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการอยู่ในระดับประทับใจ

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่เรื่องการออกแบบ และตกแต่งร้านขายอุปกรณ์ดำน้ำมีความสวยงามอยู่เสมอ แสดงถึงผู้ให้บริการมีความพึงพอใจ เรื่องความสวยงามของร้านดำน้ำ ห้องเรียนดำน้ำ รวมไปถึงการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และความสบายของเก้าอี้ที่ใช้สำหรับนั่งพัก เช่นเดียวกับ (Bitner and Booms,1981) กล่าวว่า การ สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ความสามารถและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งได้ถูก นำเสนอในรูปแบบของการบริการอันส่งผลให้เกิดศักยภาพด้านความพึงพอใจแก่ลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา บุตร โภธิ์ (2549) ที่ศึกษาความคาดหวังการรับรู้และความพึง พอใจในกลุ่มลูกค้าส่วนผสมทางการตลาดบริการในสถานบริหารร่างกายในจังหวัดชลบุรี ผลวิจัย พบว่าระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับประทับใจ

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำ ในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามเพศ

จากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยาที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 มีดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ด้านสถานที่ให้บริการ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจน้อยกว่าเพศหญิง
5. ด้านบุคลากร จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง
6. ด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิจัยข้างต้นพบว่า การจำแนกเพศของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา เมื่อจำแนกเป็นเพศชายมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มากกว่าเพศหญิง แสดงให้เห็นว่าเพศชาย มีความคาดหวังในการให้บริการ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านความสะอาดของสถานที่ค้ำน้ำ ความสวยงามของสถานที่ค้ำน้ำ ความสะดวกสบายในการค้ำน้ำ และต้องการครูสอนค้ำน้ำที่ค้ำน้ำถึงความปลอดภัย และการถ่ายทอดความรู้ความสามารถ ได้ดีมีกิจกรรมนันทนาการ มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีกับนักค้ำน้ำ ส่วนเพศหญิงนั้นมีความพึงพอใจในด้าน ราคา และการส่งเสริมการตลาดซึ่งแสดงว่าเพศหญิง ความคิดและการตัดสินใจเรื่องคุณภาพและราคามาก เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในการใช้บริการ เช่น ส่วนลดในการเรียนและการฝึกค้ำน้ำ และการได้รับสิทธิพิเศษสำหรับวันสำคัญต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา โจนดี (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาจำแนกตามอายุ

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยาที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 มีดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ ซึ่งมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง

ส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยจำแนกตามอายุ ซึ่งมีความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี

จากผลการวิจัยพบว่า ด้านอายุของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา ในทุกด้านของส่วนผสมทางการตลาดนั้น ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเทียบกับช่วงอายุอื่นๆ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าช่วงอายุดังกล่าวเป็นช่วงวัยรุ่นตอนต้นถึงปลายซึ่งเป็นธรรมดาที่คนในช่วงวัยนี้จะได้รับแรงจูงใจ (Motivation) ในการเลือกใช้บริการตามกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มที่ตนเกี่ยวข้องกับเพื่อนทำให้เป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อนและเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อนจึงมีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการคิดหรือตัดสินใจ ซึ่งการตัดสินใจของวัยรุ่นมีผลต่อวัยรุ่นด้วยกันเองรวมถึงอาจได้รับการปลูกฝังทางวัฒนธรรมแตกต่างกันหรือความแตกต่างกันของครอบครัว การอบรมสั่งสอนของผู้ปกครอง วัยรุ่นเป็นวัยที่ชื่นชอบการผจญภัย ชอบความตื่นเต้น เร้าใจ ความสวยงามของสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหนึ่งของวัยรุ่นที่มีผลต่อความพึงพอใจในการค้ำน้ำ สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ของ วาสนา บุตรโพธิ์ (2549) ที่ศึกษาความคาดหวังการรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการในสถานบริหารร่างกายในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าอายุของผู้รับบริการมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ในด้านการเรียนการสอนด้านน้ำ ความปลอดภัยในการดำเนินน้ำ และเทคโนโลยีของอุปกรณ์ด้านน้ำ
2. ควรมีการปลูกจิตสำนึกเรื่องการรักษาสภาพแวดล้อม เพื่อให้มีสถานที่ด้านน้ำที่สะอาดและสวยงามอยู่เสมอ
3. ควรมีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการดำเนินน้ำ เพื่อเผยแพร่ความรู้และประโยชน์ในการดำเนินน้ำ และเป็นการสร้างเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการด้านน้ำ
4. ควรสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่าย
5. ควรมีการตรวจนิเทศงาน ให้คำแนะนำและช่วยเหลือแก่บุคลากรเมื่อมีอุปสรรคในการปฏิบัติงาน และให้โอกาสบุคลากรได้แสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงาน
6. ควรทำแผนการตลาดกับลูกค้าที่ใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท
7. ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยให้ผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาที่เป็นเพื่อนหรือคู่รักเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร โดยวิธีการบอกเล่ากันปากต่อปาก
8. ควรประชาสัมพันธ์โดยแนะนำด้านบุคลากรในการให้บริการกับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชาย
9. ควรประชาสัมพันธ์โดยแนะนำด้านการส่งเสริมทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิง
10. ด้านความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาดเมื่อเปรียบเทียบตามอายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ใช้บริการในกลุ่มอายุอื่นๆ ซึ่งควรจะมีการแนะนำและชักจูงให้ลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตจังหวัดต่างๆ ในเขตภาคใต้ของประเทศไทย
2. ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในประเทศไทย เช่น ความต้องการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในภาคตะวันออก ความต้องการของผู้ใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในภาคใต้
3. ควรมีการศึกษาแผนการตลาดและกระบวนการทางการตลาดของธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในประเทศไทย



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กิตตินันท์ อรรถบพ. การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสุขาภิบาล: ศึกษาเฉพาะกรณีสุขาภิบาลบางปะหัน และสุขาภิบาลนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. คณะพัฒนาสังคม, 2542.

กรองแก้ว อยู่สุข และพิมพา สรายุทธ. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: ประยูรวงศ์, 2532.

คมชนัญ โวหาร. การศึกษาการบริหารการกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2551.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารการสอนวิชาจิตวิทยาการบริการ
หน่วยที่ 8-15. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.

จันทร์เพ็ญ ตูเทศนันท์. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการดำเนินงานของสถานขนานูบาล
ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

นัตยาพร เสมอใจ .การจัดการและการตลาดบริการ (Service marketing and management).
กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547.

นัตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวินิช. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2551.

ทวีพันธ์ พัวสรรเสริญ, ผศ. เทคนิคการเป็นหัวหน้างานขั้นต้น. เอกสารคำสอน สถาบันเทคโนโลยี
ราชมงคล, 2532.

ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริหาร : การศึกษาและการจัดการแผนใหม่. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2531.

ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริหาร : การศึกษาและการจัดการแผนใหม่. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2545.

ธานี ตะกรุดทอง. ความพึงพอใจของสมาชิกของกรจัดการกิจกรรมการตลาดของศูนย์ออกกำลังกาย.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการกีฬา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2546.

- บุญส่ง โกสะ. **วิธีวิจัยทางพลศึกษา**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม, 2542.
- ปิยธิดา ตรีเดช และศักดิ์สิทธิ์ ตรีเดช. **การบริหารงานสาธารณสุข**. กรุงเทพมหานคร: คณะ
สาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2530.
- ประกาศิต สุวรรณะชญ และคนอื่นๆ. **การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์
และการบริการของแหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคตะวันออก โครงการ Amazing Thailand**.
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. คณะรัฐประศาสนศาสตร์, 2541.
- มงคล ศัพท์ะนาวิณ. **ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนค่าน้ำจืดพื้นฐานของเมืองพัทยา**.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- มณีวรรณ ต้นไทย. **พฤติกรรมทำให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยาสำนักงานคณะกรรมการ
อาหารและยาที่มีต่อประชาชนที่มาติดต่อ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, คณะ
รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- ยามากูชิ และ โอคาเดะ (Yamaguchi and Okada). **“การเข้าร่วมเป็นสมาชิกศูนย์สุขภาพ ตามการรับรู้
ของผู้ใช้บริการ”**. บทความของวิจัย. กรุงโตเกียว ญี่ปุ่น, 1988.
- รัฐวัลย์ เสงคราวิทย์. **การจัดการสนามเบดมินตันพื้นยางสังเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร**.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล, 2552.
- วาสนา บุตรโพธิ์. **ความคาดหวัง การรับรู้ และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทาง
การตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา, 2549.
- วาสนา โฉมดี. **ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการในศูนย์
พัฒนสกรกีฬาแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์
การออกกำลังกายและการกีฬา บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา, 2550.
- วิเชียร วิทยอุดม. **ทฤษฎีองค์การ**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์, 2548.
- วิเชียร วิทยอุดม. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ครั้งที่ 2 สำนักพิมพ์ ธนัชการ
พิมพ์, 2552.
- วัฒนา เพชรรวงศ์. **พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการ (Behaviors and
satisfaction for the directory enquiry service)**. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ, 2542.

- วรรณพร ทองตะโก. การศึกษาการจัดการบริหารกิจกรรมกีฬาของสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- ศุภเรศ แดงขำ. ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้มาใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและเท็กไทช์, 2541.
- สุวรรณ กันเสนาะ. เรียนดำน้ำ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วาดศิลป์, 2543.
- สมชัย ศรีสุทธิยากร. ทฤษฎีองค์การ. เอกสารประกอบการสอนคณะรัฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526.
- สมคิด บางโม. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: วิทย์พัฒนา, 2545.
- สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหาร. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ครั้งที่ 7 สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2523.
- สมยศ นาวิการ. การบริหารและพฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : แมนเนเจอร์ มีเดียกรุ๊ป, 2540.
- สุรศักดิ์ ปริญญารัตน์ชัย. สภาพการจัดองค์กรแบบมีต้นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการจัดการทางการกีฬา บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล, 2544.
- สุริพร โรจนศิริ. ความคิดเห็นความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการบริหารจัดการองค์การการออกกำลังภายในศูนย์ออกกำลังกาย ฟิตเนสเฟิสต์ (ประเทศไทย) ปี พ.ศ.2546. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2547.
- สุวรรณ กันเสนาะ. เรียนดำน้ำ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วาดศิลป์, 2543.
- หยู, ชาง และเหลียง (Yu Chang and Liang). คุณภาพการบริการ กับความพึงพอใจและความภักดีในอุตสาหกรรมนันทนาการของชาวไต้หวัน. บทความงานวิจัย. ประเทศไต้หวัน, 2006.
- องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการยกระดับบริการด้านกิจกรรมท่องเที่ยว (Tourism Activities) เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยและความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว, 2549.

ภาษาอังกฤษ

Assael, H. **Marketing: Principles and Strategy**. Forth Worth: Dryden, 1990.

Bitnet, J. and Booms, B. **Marketing Strategies and Organizational Structures for service Firms**. Chicago: American Marketing Association, 1981.

- Dale, E. **Management: Theory and Practice** (New York: McGraw- Hill Book Co), 1973.
- Dimock, M. E. and Glady, O'D. **Public Administration** (New York: Rinehart & Co.,Inc., 1953.
- Flippo, E. B. **Management: A Behavioral Approach: Allyn and Bacon**, 1970.
- Goetz, B. E. **Management Planning and Control**. New York: Mc.Graw – Hill Book Company Ine., 1949.
- Hersey, P.H. and Blanchard, K.H. **Management of Organizational Behavior**. Utilizing human resource. 7 he ed., 1996.
- Hicks, H. G. **The Management of Organization: A Systems and Human Resource Approach**, 2nd ed., 1972.
- Mintzberg, H. **The Nature of Managerial Work**. New York: Harper & Row, 1973.
- Kast, F. E. and James E. R. **Organization and Management**. A systems Approach, 1970.
- Kochler, K.G. **Personnel Administrator**. Helguero LA 29, 1989.
- Koontz, H. and O Donnell. **Essentials of Management**. Newyork: Mc Graw Hill. Book Company, 1993.
- Kotler. P. and Armstong, G. **Principle of Marketing**. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall, 1994.
- Likert, R. **New Patterns of Management**. New York: Mcgraw-Hill, 1961.
- Massie, Joseph L. **Essentials of Management**. 2nd ed. Englewook Cliffs New Jersey : Prentice – Hall, Inc, 1971.
- Mullins, L. J. **Management and Organizational Behavior**. London: Pitman, 1985.
- Stephen, P. R. and Mary C. **Management**. Pearson Education Indochina LTD, 2007.
- Terry, G. R. **Principle of Management**. Homewood, Illinois, 1969.
- Vroom, W.H. **Work and Motivation**. New York: John Wiley & Son, 1964.
- Wolman, B. B. **Dictionary of behavioral science (1st ed.)**. New York: Van nor strand, 1973.
- Yamane, T. **An Introductory Analysis**. Tokyo: Harper International Edition, 1973.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|---|-----------------------|
| 1. อาจารย์ ดร.จุฬา ดิงศรัทธี | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. อาจารย์ นัทรชัย มะสุนสีบ | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 4. นายพลธรรม พลการ | การกีฬาแห่งประเทศไทย |
| 5. นายมงคล ศัพทะนาวิน | การกีฬาแห่งประเทศไทย |



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๐๘๔ วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔
เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.จุฬา ดิงศภักดิ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษากิจการธุรกิจกีฬาชั้นนำในเขตเมืองพัทยา" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
จักเป็นพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คเนิงสุขเกษม)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
 ที่ ศษ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๐๘๔ วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดีน้ำในเขตเมืองพัทยา" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
 จักเป็นพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิตต์ คณิงสุโขเกษม)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
 ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๐๘๔ วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ฉัตรชัย มะสุนสืบ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "การจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใ้ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
 จักเป็นพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๖๐๙

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๑๙/ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอลเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน นายพลธรรม พลการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายรัฐภูมิ ทิพย์วิทย์ มีบัตรระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ สาขาวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬา ดำเนินในเขตเมืองพัทยา" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ ฤทธิชัยวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิจิต ฤทธิชัยเกษม)

คณบดี

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่ ศษ ๐๕๑๒.๒๔/๐๐๖๐๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน นายมงคล ศัพทนะวิน

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษากิจการจัดการธุรกิจกีฬา ดำเนินในเขตเมืองพัทยา" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชุด คณิงสุขเกษม)

คณบดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หน่วยหลักสูตรการสอนระดับบัณฑิตศึกษา
ฝ่ายวิชาการและวิจัย
โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา สำหรับผู้บริหาร ผู้จัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา
2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 8 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา
ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านกระบวนการจัดการและทรัพยากรองค์กร
ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา
3. โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ ผู้วิจัยขอให้การรับรองว่าการตอบแบบสอบถามครั้งนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านทั้งสิ้น ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม
4. ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์

นิสิตปริญญาโท แผนกวิชาการจัดการกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศูนย์วิทยุโทรทัศน์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์ และให้คำสอบถาม

นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์ เป็นนิสิตระดับปริญญาโท คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดโครงการสัมภาษณ์ในการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา และให้คำถาม ผู้ทำการศึกษาขอรับรองว่าจะใช้ประโยชน์จากคำให้การสัมภาษณ์นี้เพื่อการศึกษาเท่านั้น จึงขอความกรุณาจากท่านให้คำสัมภาษณ์จนครบทุกประเด็นของปัญหา ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาอิสระ และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์

ผู้ทำการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวและการศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา

ชื่อ - นามสกุล :

ตำแหน่ง :

อายุ :ปี

ชื่อสถานที่ทำงาน :

สถานที่สามารถติดต่อได้หรือสถานที่พัก :

เวลาทำงาน :

เบอร์โทรศัพท์ :

ในฐานะที่ท่านเป็นบุคลากรในองค์กรท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการวางแผนภายในองค์กร (Planning)

1.1 วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานมีการแบ่งออกเป็นวัตถุประสงค์ย่อยในระดับกิจกรรมหรือส่วนงานย่อยอย่างไรบ้าง:

.....

.....

.....

1.2 แผนการดำเนินงานมีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน การจัดสรรหาทรัพยากรทั้งงบประมาณอัตรากำลังและระยะเวลาดำเนินงานไว้อย่างไรบ้าง:

.....

.....

.....

1.3 ท่านมีแผนและกระบวนการหาลูกค้าอย่างไรบ้าง:

.....

.....

.....

2.ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการจัดการองค์กร (Organizing)

2.1 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กรประกอบด้วยอะไรบ้าง:

.....

.....

.....

2.2 ท่านมีการจัดแบ่งอำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่ายอย่างไร เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมภายในองค์กรสามารถบรรลุพันธกิจ และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล:

.....

.....

.....

2.3 มีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการตามแผนให้แก่เจ้าหน้าที่อย่างไร:

.....

.....

.....

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการชี้แนะ (Leading)

3.1 ท่านมีกระบวนการชี้แนะที่นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรของท่านอย่างไร:

.....
.....
.....
.....

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการควบคุมองค์กร (Controlling)

4.1 ท่านมีการวางแผนทางการควบคุมภายในองค์กร เช่น การควบคุมการปฏิบัติงาน การตลาด การเงิน และการควบคุมข่าวสาร อย่างไรบ้าง:

.....
.....
.....
.....

4.2 ท่านมีการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ และผลประกอบการอย่างไรบ้าง:

.....
.....
.....
.....

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับทรัพยากรองค์กร

5.1 ทรัพยากรทางด้านคน (People)

- ท่านมีการวางแผนหรือกำหนดรูปแบบในการรับสมัครบุคลากรเข้าทำงานให้ตรงตามความเหมาะสมของตำแหน่งงานที่ต้องการอย่างไร:

.....
.....
.....
.....

- ท่านมีแผนการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรอย่างไรบ้าง:

.....
.....
.....
.....

- ท่านมีความคุ้มค่าจ้าง เงินเดือน สวัสดิการอื่นๆ อย่างไรบ้าง:

.....
.....
.....
.....

5.2 ทรัพยากรทางด้านวัตถุดิบ (Raw Materials)

- ท่านมีอุปกรณ์ด้านน้ำ (ที่เป็นจุดเด่น) ได้แก่อะไรบ้าง:

.....
.....
.....

- ท่านควบคุมการใช้วัสดุ อุปกรณ์ ให้ได้ประโยชน์สูงสุดอย่างไร:

.....
.....
.....

5.3 ทรัพยากรทางด้านเทคโนโลยี (Technology)

- เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ท่านนำมาใช้ในองค์กรมีอะไรบ้าง:

.....
.....
.....

5.4 ทรัพยากรทางด้านข่าวสาร (Information)

- ท่านใช้สื่อโฆษณาประเภทใด หรือวิธีการสื่อสาร โดยวิธีใด เพื่อที่จะประชาสัมพันธ์ธุรกิจ หรือองค์กรของท่านให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย:

.....
.....
.....

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านทรัพยากรองค์กร

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลขต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา โดยกำหนดระดับในการพิจารณาดังนี้

ถ้าท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจกีฬา ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องนั้น ๆ คือ
 ถ้าท่านมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจกีฬา ในระดับมากที่สุด ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 4
 ถ้าท่านมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจกีฬา ในระดับมาก ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 3
 ถ้าท่านมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจกีฬา ในระดับน้อย ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 2
 ถ้าท่านมีความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจกีฬา ในระดับน้อยที่สุด ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 1

ข้อมูลด้านทรัพยากรองค์กร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	4	3	2	1
1. ด้านทรัพยากรมนุษย์ (People)				
1.1 พนักงานหรือเจ้าหน้าที่จะต้องมีเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ				
1.2 พนักงานและครูสอนดำน้ำจะต้องมีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำในการดำน้ำ				
1.3 พนักงานทุกคนจะต้องมีความเอาใจใส่นักดำน้ำเป็นอย่างดี				
1.4 พนักงานจะต้องคอยดูแลความปลอดภัยของและทรัพย์สินผู้ใช้บริการ				
1.5 พนักงานให้บริการจะต้องมีกิริยา มารยาทสุภาพเรียบร้อย พุดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีทัศนคติที่ดีกับผู้ใช้บริการ				
1.6 พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง				
1.7 พนักงานทุกคนจะต้องมีความสามารถในการประสานงานภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี				

ข้อมูลด้านทรัพยากรองค์กร	ระดับความคิดเห็น			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	4	3	2	1
2. ทรัพยากรด้านวัตถุดิบ (Raw Materials)				
2.1 ควรมีวัตถุดิบที่ทันสมัย และพร้อมใช้อยู่เสมอ				
2.2 วัตถุดิบที่นำมาควรมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ				
2.3 วัตถุดิบที่นำมาควรมีความปลอดภัยสามารถใช้ได้สะดวก				
2.4 วัตถุดิบที่นำมาควรมีความสะอาดและสวยงาม				
2.5 วัตถุดิบที่นำมาควรมีค่าเช่ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ				
3. ทรัพยากรด้านเทคโนโลยี (Technology)				
3.1 ควรมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการจัดการองค์กร				
3.2 ควรมีการใช้เว็บไซต์ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน				
3.3 ควรมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร				
3.4 ควรมีการใช้เทคโนโลยีในการสอน และการฝึกพนักงาน				
3.5 ควรมีการนำเทคโนโลยีมาประเมินผลการปฏิบัติงาน				
4. ทรัพยากรด้านข่าวสาร (Information)				
4.1 ควรมีการใช้ระบบสารสนเทศมาช่วยในการกระจายข่าวสารขององค์กรและความรู้ในการดำเนินงาน				
4.2 ทางองค์กรควรมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานเพียงพอและสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง				
4.3 องค์กรควรมีการแจ้งข้อมูลและโปรโมชั่นใหม่ๆ แก่สมาชิกอยู่เสมอ				
4.4 องค์กรควรมีช่องทางในการเลือกติดต่อสื่อสารกับองค์กรหลายช่องทาง เช่น อีเมลล์ โทรศัพท์ โทรสาร การฝากข้อความ เป็นต้น				
4.5 ควรมีการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้อย่างถูกต้อง				

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา

กระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาในเขตเมืองพัทยา	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	4	3	2	1
1. การวางแผน (Planning)				
1.1 องค์กรควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์เป็นลายลักษณ์อักษร				
1.2 องค์กรควรมีการตั้งเป้าประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดสามารถวัดผลสำเร็จได้				
1.3 ฝ่ายบริหารควรมีการจัดทำแผนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด				
1.4 องค์กรควรมีแผนการดำเนินงานมีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการดำเนินงาน การจัดสรร ทรัพยากรทั้งงบประมาณอัตรากำลัง และระยะเวลาดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน				
2. การจัดองค์กร (Organizing)				
2.1 องค์กรควรมีการกำหนดภาระหน้าที่และความรับผิดชอบสำหรับสมาชิกขององค์กรในแต่ละตำแหน่งงาน				
2.2 องค์กรควรมีการกำหนดเนื้องานตามความชำนาญเฉพาะด้าน				
2.3 องค์กรควรมีการเพิ่มหน้าที่และความรับผิดชอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ทักษะอื่นๆเพิ่มเติม				
2.4 องค์กรมีการอนุญาตให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถกำหนดรายละเอียดในการทำงานได้เอง				
2.5 องค์กรควรมีการจัดกลุ่มตำแหน่งงานต่างๆ แยกกันเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ				
2.6 ควรมีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการอนุมัติจัดซื้อ การรับพัสดุ แยกออกจากการเงินและการบัญชี				
2.7 ควรมีผู้ประสานงานของหน่วยงานทำหน้าที่เป็นจุดติดต่อระหว่างหน่วยงานหรือเป็นตัวแทนทำหน้าที่ในการประสานงานขององค์กร				

กระบวนการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	4	3	2	1
3. ภาวะผู้นำ (Leadership)				
3.1 ผู้นำควรมุ่งมั่นในการทำงานให้สัมฤทธิ์ผลเป็นหลัก มักจะทำการวางแผน และกำหนดในการปฏิบัติงานไว้แล้ว				
3.2 ผู้นำควรให้อิสระในการแสดงความคิดเห็นและยอมรับข้อเสนอแนะต่างๆ				
3.3 ผู้นำควรมีการประชุมกลุ่มเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงานในการตัดสินใจ การติดต่อสื่อสาร ความร่วมมือกัน และการแก้ปัญหาของความขัดแย้ง				
3.4 ผู้นำควรมีความกระตือรือร้น มีความคิดความสัมพันธ์ในกลุ่มที่ดี				
3.5 ผู้นำควรมีความเชื่อถือ ความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้นำกับผู้ใต้บังคับบัญชา				
4. การควบคุม (Controlling)				
4.1 องค์กรควรมีการกำหนดมาตรฐาน (คุณภาพ จำนวนคน เวลาในการปฏิบัติงาน) ของงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล				
4.2 องค์กรควรมีการควบคุมความเสี่ยงต่างๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด				
4.3 องค์กรควรมีการควบคุมหรือปรับเปลี่ยนกิจกรรมในขณะที่กำลังทำงานอยู่เพื่อจะได้มั่นใจได้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ				
4.4 องค์กรควรมีการตรวจสอบอุปกรณ์ดำน้ำทุกครั้ง ก่อนการปฏิบัติหน้าที่จริง				
4.5 องค์กรควรมีการเปรียบเทียบและวัดผลการปฏิบัติงานว่ามีความแตกต่างไปจากมาตรฐานที่กำหนดไว้				
4.6 องค์กรควรมีการวัดผลการฝึกสอน ก่อนและหลังสำเร็จการสอนดำน้ำ				
4.7 องค์กรควรมีระบบควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อความปลอดภัยของนักดำน้ำ				

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถามครบทุกข้อ



แบบสอบถาม

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา สำหรับใช้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการธุรกิจกีฬาค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา
2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการ
 - ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการค้ำน้ำในเขตเมืองพัทยา
3. โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ ผู้วิจัยขอให้การรับรองว่าการตอบแบบสอบถามครั้งนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านทั้งสิ้น ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม
4. ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์
นิติปรัชญาโท แผนกวิชาการจัดการกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาการจัดการธุรกิจกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา

คำชี้แจง แบบสอบถาม เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยา ในด้านความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจในประสมทางการตลาดและการให้บริการในกีฬาดำน้ำในเขตเมืองพัทยามีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เพศ ชาย หญิง

อายุ ต่ำกว่า 20 ปี 21 – 40 ปี
 41 – 60 ปี มากกว่า 60 ปี

ระดับการศึกษา ต่ำกว่า ปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก

อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ
 พนักงานของรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว
 พนักงานบริษัทเอกชน, ลูกจ้าง อื่น ๆ (ระบุ).....

รายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท 10,000 – 30,000 บาท
 30,001 – 60,000 บาท มากกว่า 60,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยา

1. ท่านเลือกที่จะใช้บริการว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาโดยพิจารณาด้านใดมาเป็นอันดับแรก

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ผลดีทันที | <input type="checkbox"/> ราคา |
| <input type="checkbox"/> สถานที่ให้บริการ | <input type="checkbox"/> การส่งเสริมการตลาด |
| <input type="checkbox"/> บุคลากร,ครูผู้สอนว่ายน้ำ | <input type="checkbox"/> กระบวนการให้บริการ |
| <input type="checkbox"/> การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |

2. ความถี่ในการใช้บริการกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อหนึ่งปี

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 2 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 3-5 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 6-8 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 9-10 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ครั้ง | |

3. โดยปกติท่านจะใช้บริการกีฬาว่ายน้ำวันใด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> วันจันทร์-ศุกร์ | <input type="checkbox"/> เสาร์-อาทิตย์. |
| <input type="checkbox"/> วันหยุดนักขัตฤกษ์ | <input type="checkbox"/> วันลาพักร้อน |

4. ท่านเคยดำน้ำมาแล้วกี่ปี

- | | |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 1-3 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3-6 ปี | <input type="checkbox"/> 6-9 ปี |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 9 ปี | |

5. ผู้ที่มีอิทธิพลที่สุดที่ทำให้ท่านเลือกมาใช้บริการว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาคือ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง | <input type="checkbox"/> ครอบครัว (สามี, ภรรยา, ลูก) |
| <input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง | <input type="checkbox"/> เพื่อน/คู่รัก |
| <input type="checkbox"/> ครูผู้สอนว่ายน้ำ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |

6. ท่านทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาว่ายน้ำในเขตเมืองพัทยาจากที่ใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง/เพื่อน | <input type="checkbox"/> นิตยสารท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> แผ่นพับ/โบรชัวร์/โปสเตอร์ |
| <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> บริษัททัวร์ |
| <input type="checkbox"/> ครูผู้สอนว่ายน้ำ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... |

7. เหตุใดท่านจึงเลือกที่จะมาเล่นกีฬาว่ายน้ำ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ออกกำลังกาย | <input type="checkbox"/> ต้องการเข้าสังคม |
| <input type="checkbox"/> เล่นตามคนในครอบครัว/เพื่อน | <input type="checkbox"/> ต้องการทำให้เป็นอาชีพ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อเป็นกิจกรรมนันทนาการ | <input type="checkbox"/> ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ)..... | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านในเขตเมืองพัทยา

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลขต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการธุรกิจกีฬาด้านในเขตเมืองพัทยา โดยกำหนดระดับในการพิจารณาดังนี้

ถ้าท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการความพึงพอใจในรายการใด ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องนั้น ๆ คือ

ถ้าท่านมีความพึงพอใจในรายการใด ในระดับมากที่สุด ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 4

ถ้าท่านมีความพึงพอใจในรายการใด ในระดับมาก ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 3

ถ้าท่านมีความพึงพอใจในรายการใด ในระดับน้อย ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 2

ถ้าท่านมีความพึงพอใจในรายการใด ในระดับน้อยที่สุด ให้เขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหมายเลข 1

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้านใน	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)				
1.1 การสอนด้านในมีมาตรฐานตามหลักสูตรสากล				
1.2 อุปกรณ์ด้านในมีคุณภาพและได้มาตรฐาน				
1.3 เรือหรือพาหนะมีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน				
1.4 ร้านอุปกรณ์ด้านในมีสินค้าให้เลือกซื้อและบริการให้เช่าอย่างหลากหลาย				
1.5 การให้บริการในแต่ละครั้งมีความรวดเร็วและทันใจ				
1.6 อุปกรณ์ด้านในให้เช่า มีปริมาณที่เพียงพอ				
2. ด้านราคา (Price)				
2.1 ราคาของอุปกรณ์ด้านในที่ให้บริการเช่าราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ				
2.2 อัตราค่าสอนด้านในเหมาะสมต่อการเรียนแต่ละครั้ง				
2.3 ราคาอุปกรณ์ด้านในที่จำหน่ายมีราคาที่เหมาะสม				
2.4 มีโปรโมชั่นลดราคาพิเศษสำหรับวันสำคัญต่างๆ				
2.5 ราคาอาหารว่างและเครื่องดื่มที่ให้บริการบนเรือมีราคาที่เหมาะสม				
3. ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)				
3.1 สถานที่ด้านในมีส้วมและพีชทะเลอุดมสมบูรณ์				
3.2 สถานที่ด้านในมีความสะอาด				
3.3 สถานที่ด้านในมีธรรมชาติที่สวยงาม				
3.4 มีกระแสน้ำที่เหมาะสมแก่การด้านใน				
3.5 ที่พักและที่รับประทานอาหารบนเรือมีพื้นที่เพียงพอ				

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้าน	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	4	3	2	1
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)				
4.1 มี Package ส่วนลดต่างๆ				
4.2 ได้รับสิทธิพิเศษในโอกาสวันหยุดพิเศษ เช่น วันแม่, วันปีใหม่				
4.3 ส่วนลดสำหรับผู้ที่มาใช้บริการเป็นประจำ/สมาชิก				
4.4 ทางสถานที่ให้บริการมีการแจ้งข่าวให้ท่านทราบเสมอ				
4.5 สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก				
4.6 รายการส่งเสริมการขายทำให้ท่านใช้บริการ ได้อย่างคุ้มค่า				
4.7 จัดกิจกรรมค่าน้ำสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก				
5. ด้านบุคลากร (People)				
5.1 ไคว้ลิตีเตอร์มีจำนวนเพียงพอ				
5.2 ไคว้ลิตีเตอร์มีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำแนะนำการค่าน้ำ				
5.3 ไคว้ลิตีเตอร์มีความเอาใจใส่กับค่าน้ำ				
5.4 พนักงานคอยดูแลความปลอดภัยของตัวท่านและทรัพย์สิน				
5.5 พนักงานให้บริการมีกิริยา มารยาทสุภาพเรียบร้อย พูจาไพเราะ				
5.6 พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้อง				
5.7 พนักงานในสถานที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ยิ้มแย้มแจ่มใส และ อธิยาศัยที่ดี				
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)				
6.1 กระบวนการสอนค่าน้ำได้มาตรฐานตามหลักสูตรสากล				
6.2 ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการเช่าอุปกรณ์ค่าน้ำ				
6.3 ความสะอาดด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม				
6.4 ระบบการจัดการมีประสิทธิภาพที่จะให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก				
6.5 การให้บริการได้ทั่วถึงเมื่อมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก				
6.6 มีกระบวนการอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางไปค่าน้ำ				
6.7 การประสานงานของไคว้ลิตีเตอร์เป็นไปด้วยความรวดเร็ว				

ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการด้าน	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด
	4	3	2	1
7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical: Evidence & Presentation)				
7.1 สภาพแวดล้อมโดยรอบสถานที่จำหน่ายและให้บริการมีความสะอาดสวยงาม				
7.2 การออกแบบและตกแต่งร้านขายอุปกรณ์จำหน่ายมีความสวยงามอยู่เสมอ				
7.3 สภาพเรือมีความสะอาดสวยงาม				
7.4 การติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ บนเรือ				
7.5 ความสบายของเก้าอี้ที่ใช้สำหรับนั่งพัก/นั่งรอ				

ขอขอบคุณในความร่วมมือและตอบแบบสอบถามครบทุกข้อ

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

- ชื่อ – นามสกุล : นายรัฐภูมิ หิรัญวิทย์
- วัน เดือน ปีเกิด : วันอังคาร ที่ 20 กันยายน 2529
- สถานที่เกิด : จังหวัดน่าน
- ที่อยู่ปัจจุบัน : 253 หมู่ที่ 1 ตำบลยม อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน 55140
- ประวัติการศึกษา : พ.ศ.2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
โรงเรียนท่าวังผาพิทยาคม จังหวัดน่าน
- : พ.ศ.2547 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนท่าวังผาพิทยาคม จังหวัดน่าน
- : พ.ศ.2551 สำเร็จหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การ
กีฬา) สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- : พ.ศ.2552 เข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการกีฬา คณะ
วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประวัติการทำงาน : พ.ศ.2553 ถึงปัจจุบัน ปฏิบัติงานที่ การกีฬาแห่งประเทศไทย
กองพัฒนาบุคลากรกีฬา ตำแหน่งผู้ช่วยปฏิบัติงาน โครงการพัฒนา
บุคลากรกีฬาภายในประเทศ