

## รายงานการวิจัย

# การวิเคราะห์ศักยภาพตลาดการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น ในเขตพัทยา

## An Analysis of Market Potential for Tourism of Man-made Dive Sites in Pattaya Area

โดย

ดร.มนต์ชัย พิณีจิตรสมุทร

รศ.ดร.วินัย พุทธิกุล

นายสิทธิพันธ์ วิวัฒนาพรชัย

นางสาวนรารัตน์ จันทรวาสน์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

## บทคัดย่อ

### ส่วนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการวิจัย

#### ชื่อโครงการ

การวิเคราะห์ศักยภาพตลาดการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้นในเขตพัทยา

An Analysis of Market Potential for Tourism of Man-made Dive Sites in Pattaya Area

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2553 จำนวนเงิน 590,300 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ พฤศจิกายน 2553 ถึง ตุลาคม 2554

#### ชื่อผู้วิจัย

1. ดร.มนต์ชัย พิณจิตรสมุท

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
โทรศัพท์ 0-2942-8649 – 51, 08-6345-1465

2. รศ.ดร.วินัย พุทธิกุล

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
โทรศัพท์ 0-2942-8649 – 51, 08-6345-1465

3. นายสิทธิพันธ์ วิวัฒนาพรชัย

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โทรศัพท์ 0-2942-8649 – 51, 08-2563-4888

4. นางสาวนรารัตน์ จันทรวาสน์

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โทรศัพท์ 0-2942-8649 – 51, 08-0145-2322

### ส่วนที่ 2 บทคัดย่อ

แหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้นนับว่าเป็นตลาดท่องเที่ยวที่น่าจะมีศักยภาพในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเขตพัทยา หากมีการบริหารจัดการและประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์แผนการตลาดที่มีศักยภาพจัดว่ามีความจำเป็นเร่งด่วน เพื่อให้การใช้ประโยชน์เกิดมูลค่าสูงสุดแก่สังคมและอาจเป็นทางเลือกที่ไปทดแทนแหล่งดำน้ำในบริเวณแหล่งปะการังธรรมชาติ ซึ่งจะสามารถลดทอนความเสื่อมโทรมของแนวปะการังธรรมชาติลงได้ส่วนหนึ่ง การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปสถานภาพด้านตลาดและการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวดำน้ำในเขตพัทยา 2) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวดำน้ำ รูปแบบความต้องการการท่องเที่ยวดำน้ำ และแนวโน้มความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งดำน้ำในอนาคต 3) วิเคราะห์ศักยภาพด้านตลาดและการตลาดของการท่องเที่ยวดำน้ำ และ 4) กำหนดมาตรการ เงื่อนไข และข้อจำกัดของมาตรการต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลนำไปสู่การจัดทำยุทธศาสตร์และกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพัทยา วิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์ 5 force ในการศึกษาโครงสร้างตลาดธุรกิจดำน้ำลึก และศึกษาอุป

ส่งคโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และการประเมินมูลค่าด้วยวิธี Contingent Valuation Method (CVM) พร้อมทั้งหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเต็มใจจ่ายในการมาท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ผลการศึกษาโครงสร้างตลาดธุรกิจดำน้ำลึกในเขตพญา พบว่าการท่องเที่ยวแหล่งดำน้ำลึกมีลักษณะเป็นสินค้าเฉพาะ (Exotic) ในธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่สนใจต้องมีรสนิยม (Taste) ชื่นชอบการผจญภัยใต้น้ำ รวมทั้งมีข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับการดำน้ำลึกมาแล้วในระดับหนึ่ง และโครงสร้างตลาดของธุรกิจดำน้ำลึกในเขตพญา แม้มีลักษณะคล้ายคลึงกับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition Market) กล่าวคือ เป็นตลาดที่มีผู้ซื้อเป็นจำนวนมาก และผู้ขายเป็นจำนวนมาก แต่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต่างมีอิสระเต็มที่ในการตัดสินใจซื้อและขาย โดยไม่กระทบกระเทือนผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ แต่สินค้าการท่องเที่ยวหรือโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก มีแหล่งดำน้ำที่เหมือนกัน และมีลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการที่แตกต่างกันในระดับหนึ่ง รวมทั้งมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ต่างกัน

การพัฒนาการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้นในเขตพญาให้เกิดความยั่งยืนนั้น พญามีความพร้อม ในหลายด้านที่สำคัญคือ 1) จุดดำน้ำลึกมีหลายจุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ เรือหลวงครามบริเวณเกาะไผ่ เรือหลวงกุดบริเวณเกาะสาก สะพานท่าเทียบเรือหาดตาแหวน เกาะล้าน กองยางบริเวณกลางอ่าวของเกาะสาก ซึ่งแหล่งดำน้ำเหล่านี้ มีสัตว์น้ำที่น่าสนใจ และ 2) พญามีสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งที่พัก ร้านอาหาร และระบบสาธารณสุขูปโภค สาธารณูปการต่างๆ แต่ก็มีข้อจำกัด ทางด้านนโยบายเพื่อการพัฒนาธุรกิจดำน้ำลึกในพญา ที่ยังไม่มี ความชัดเจนเท่าที่ควร มีเพียงกิจกรรมส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลที่จัดขึ้นมา อาทิ การเก็บขยะใต้น้ำ การปลูกปะการังหรือการวางสิ่งทีมนุษย์สร้างขึ้นใต้ทะเล

ผลการศึกษาความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวแหล่งดำน้ำลึกในเขตพญาแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้นในเขตพญาพบว่าสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 2 รูปแบบ ก็คือ การมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน/นันทนาการ และเพื่อการเรียน/การสอน/การสอบดำน้ำ ทั้งนี้ เพราะว่าเป็นแหล่งดำน้ำที่มีความแปลกใหม่ เป็นแหล่งเรียนรู้ มีสัตว์ทะเลสวยงาม ปลาหลากหลาย เป็นจุดสอบดำน้ำลึกที่ทำหาย ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการดำน้ำแต่ละครั้ง เท่ากับ 2,900 บาทต่อคน แต่นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความเต็มใจจ่าย เพียง 1,400 บาทต่อคนต่อครั้ง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ่ายค่าธรรมเนียมดำน้ำลึก ก็คือ รายได้ ระดับการเรียนดำน้ำลึกหรือประสบการณ์ดำน้ำลึก และความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ เช่น การพบเจอสัตว์หายาก แหล่งดำน้ำอยู่ใกล้แหล่งที่พัก/ใกล้กรุงเทพฯ และราคาสำหรับการดำน้ำลึกค่อนข้างถูกเมื่อเทียบกับแหล่งอื่นๆ

โดยภาพรวมแล้ว จะเห็นได้ว่า ตลาดการท่องเที่ยวดำน้ำในแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) ในเขตพญา เป็นตลาดที่มีศักยภาพในการพัฒนา โดยมาตรการในการพัฒนาการตลาดของธุรกิจดำน้ำ มีประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ ประกอบด้วย (1) มาตรการความปลอดภัย อาทิ การจัดพื้นที่การใช้ประโยชน์การท่องเที่ยวดำน้ำลึกใหม่ ร่วมกับการท่องเที่ยวทางทะเลประเภทอื่นๆ การจัดระเบียบการวางทุ่นดำน้ำลึก การระมัดระวังในการขับเรือ มาตรฐานในการสอน และดูแลนักดำน้ำ การกำหนดสัดส่วนจำนวนครูสอนดำน้ำต่อจำนวนนักเรียนที่เพียงพอ (2) การกำหนดค่าธรรมเนียมการท่องเที่ยว เพื่อการ

บำรุงรักษาฟื้นฟูทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำลึก และ (3) การจัดระเบียบแหล่งดำน้ำ เพื่อให้มีการบริหารจัดการใช้ประโยชน์พื้นที่ร่วมกัน

### Abstract

Man-made dive site is a potential destination in diving market in Thailand, especially in Pattaya, if marketing management and public relations are well organized as a effective system. The potential analysis of marketing plan is needed urgently. In order to use the highest social value and may be an alternative choice to natural site and can reduce the degradation of coral reefs has been a part of nature. The purpose of this study were 1) to study the general status of the market and the market's dive in Pattaya, 2) to study the needs of diving tourists,. The pattern do needs, and trends in the tourism dive sites in the future, 3) analyze the market and marketing diving tourism potential and 4) to stipulate the conditions and limitations of various measures as a data for crafting strategy plan and mechanisms for sustainable diving tourism in Pattaya. 5 Force Analysis is the method studying the market structure and Marketing Mix (7Ps) is applying to explain demand of diving. The last, willingness to pay and factors are estimating by Contingent Valuation Method (CVM).

The characteristic of diving market in Pattaya is special and different from other travel business, the tourists must have taste and favour to adventure in underwater as well as have information or knowledge about its. The market structure of the diving business in Pattaya is similar to Monopolistic Competition Market, is a market with many buyers and sellers. However, both buyers and sellers have the freedom to buy and sell and not affect between entrepreneurs or other tourists. However, travel goods, dive sites, or diving programs are the same and have some difference in service and advertising.

Sustainable tourism development in man-made dive site in Pattaya, There have a potential including 1) many man-made dive sites, Ex-HTMS Kram wreck nearly Phai island; Ex-HTMA Kood wreck nearly Sak island; Tawaeng Beach pier on Lan island or rubber yard in the middle bay of Sak island, which have variety species and 2) the facilities in Pattaya such as accommodation, restaurants and various public utilities. But there are limitations in unclearly policy for diving development in Pattaya. There have only activities that promote the conservation of marine resources such as garbage collection in the sea, planting corals or placing a man-made corals.

Man-made diving site in Pattaya responding to 2 needs are including holiday or leisure and diving study. This site is a novelty, is a source of learning, has variety of

marine fish and is challenge dive site. The average diving cost is equal 2,900 Baht per person per time but tourists are willing to dive in just 1,400 Baht per person per time. And factors affecting the decision to pay a diving fee are that the income level, education or experience SCUBA diving and satisfaction with various aspects of the marketing mix to meet the rare animals, nearest accommodation, not far from Bangkok or cheap price.

Overall, the man-made (wreck) diving market in Pattaya is great potential for development. Measurement to improve the diving market are include: (1) safety measures such as re-allocation new dive site and utilization, the diving buoys management, carefully drive the boat, dive teaching standard, the ratio of instructors per student is adequate (2) The fee for maintenance resources in dive site and (3) regulations that help manage the utilization of diving area of various stakeholders.

