

บทที่ 5 ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ผลการศึกษาข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก สามารถแบ่งออกได้ทั้งหมด 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เป็นการนำเสนอข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวดำน้ำ ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก (User) และกลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึก (Potential User) ส่วนที่ 2 เป็นผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเขตพญา และส่วนที่ 3 เป็นการประมาณการค่าความเต็มใจจ่ายของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเขตพญา

5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวดำน้ำ

การสำรวจข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวดำน้ำในเขตพญา ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงกันยายน พ.ศ. 2554 สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งหมด 300 ตัวอย่าง จำแนกเป็น กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) จำนวน 160 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) จำนวน 140 ตัวอย่าง ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มนักท่องเที่ยว 2 กลุ่มนี้ สามารถสรุปคุณลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

1. ในกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56.88) อายุระหว่าง 25 – 34 ปี (ร้อยละ 45.00) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.50) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 44.38) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 - 50,000 บาท (ร้อยละ 28.75) ส่วนมากมาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ร้อยละ 79.38) และส่วนมากจะมามีดำน้ำกับกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 71.25) กลุ่มละประมาณ 7 คน โดยส่วนใหญ่จะพักค้างคืน 1 คืน (ร้อยละ 56.87) และสิ่งจูงใจสำคัญที่สุดในการมาท่องเที่ยวดำน้ำเรือจมในเขตพญา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำลึกเรือจมที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด (ร้อยละ 78.82)

2. ในกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึกพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชายและผู้หญิงเท่าๆกัน โดยมากมีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี (ร้อยละ 44.29) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 48.57) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 44.29) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,001 - 50,000 บาท (ร้อยละ 27.86) ส่วนมากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มาจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ร้อยละ 79.28) โดยส่วนใหญ่มาดำน้ำกับกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 70.71) กลุ่มละประมาณ 7 คน และส่วนมากจะพักค้างคืน 1 คืน (ร้อยละ 73.57) และสิ่งจูงใจในการมาท่องเที่ยวดำน้ำเรือจมในเขตพญา เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ (ร้อยละ 73.57) เช่นกัน รายละเอียดดังตารางที่ 3-5-1

ตารางที่ 3-5-1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวดำน้ำ

รายการ	กลุ่มนักท่องเที่ยว ดำน้ำลึกเรือจม		กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพ		กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ						
ชาย	91	56.88	70	50.00	161	53.67
หญิง	69	43.13	70	50.00	139	46.33
2. อายุ						
ต่ำกว่า 15 ปี	1	0.63	1	0.71	2	0.67
15 – 24 ปี	20	12.50	45	32.14	65	21.67
25 – 34 ปี	72	45.00	62	44.29	134	44.67
35 – 44 ปี	48	30.00	28	20.00	76	25.33
45 - 54 ปี	17	10.63	3	2.14	20	6.67
55 ปีขึ้นไป	2	1.25	1	0.71	3	1.00
3. ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	1	0.63	1	0.71	2	0.67
มัธยมศึกษา	9	5.63	18	12.85	27	9.00
อนุปริญญา/ปวส./ปวช.	9	5.63	5	3.57	14	4.67
ปริญญาตรี	84	52.50	68	48.57	152	50.67
สูงกว่าปริญญาตรี	57	35.63	48	34.29	105	35.00
4. อาชีพ						
รับราชการ	16	10.00	7	5.00	23	7.67
รัฐวิสาหกิจ	6	3.75	3	2.14	9	3.00
พนักงานบริษัทเอกชน	71	44.38	62	44.29	133	44.33
รับจ้างทั่วไป	7	4.38	8	5.71	15	5.00
ธุรกิจส่วนตัว	39	24.38	20	14.29	59	19.67
เกษียณอายุ	0	0	0	0	0	0
นักเรียน/นักศึกษา	15	9.38	36	25.71	51	17.00
แม่บ้าน	2	1.25	1	0.71	3	1.00
อื่นๆ เช่น อาสาสมัคร ลูกจ้าง	4	2.51	3	2.14	7	2.33
รัฐบาล						
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	25	15.63	34	24.29	59	19.67
10,001 - 25,000 บาท	44	27.50	31	22.14	75	25.00
25,001 - 50,000 บาท	46	28.75	39	27.86	85	28.33
50,001 - 75,000 บาท	22	13.75	20	14.29	42	14.00
75,001 - 100,000 บาท	13	8.13	9	6.43	22	7.33
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	10	6.25	7	5.00	17	5.67

รายการ	กลุ่มนักท่องเที่ยว ดำน้ำลึกเรือจม		กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพ		กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งหมด		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
6. สถานที่อยู่ปัจจุบัน							
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	127	79.38	111	79.28	238	79.33	
ภาคกลาง	3	1.88	4	2.86	7	2.33	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	1.25	3	2.14	5	1.67	
ภาคเหนือ	1	0.63	3	2.14	4	1.33	
ภาคใต้	2	1.25	4	2.86	6	2.00	
ภาคตะวันออก	23	14.38	12	8.57	35	11.67	
ภาคตะวันตก	1	0.63	2	1.43	3	1.00	
ต่างประเทศ	1	0.63	1	0.71	2	0.67	
7. ลักษณะการมาท่องเที่ยว							
มาคนเดียว	15	9.38	6	4.29	21	7.00	
มากับเพื่อน (จำนวนคนเฉลี่ย)	114	71.25	99	70.71	213	71.00	
มากับครอบครัว (จำนวนคนเฉลี่ย)	22	6.88	16	11.43	38	12.67	
มากับทัวร์ (จำนวนคนเฉลี่ย)	17	10.63	15	10.71	32	10.67	
อื่นๆ เช่น หน่วยงาน (จำนวนคนเฉลี่ย)	3	1.88	4	2.86	7	2.33	
		13 คน		13 คน		13 คน	
8. การพักค้างคืน							
ไม่พักค้างคืน	69	43.13	37	26.43	106	35.33	
พักค้างคืน (จำนวนวันเฉลี่ย)	91	56.87	103	73.57	194	64.67	
		1 วัน		1 วัน		1 วัน	
9. สิ่งจูงใจในการมาท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)							
ปะการังสวย	17	10.63	31	22.14	48	16.00	
หาดทรายขาว	22	13.75	34	24.29	56	18.67	
ทิวทัศน์งดงาม	69	43.13	49	35.00	118	39.33	
ใกล้กรุงเทพฯ	125	78.82	103	73.57	228	76.00	
ค่าใช้จ่ายถูก	92	57.50	79	56.43	171	57.00	
อื่นๆ เช่น เพื่อนชวน รีเฟรสไดฟ์	22	13.75	0	0	22	7.33	
สะดวกในการเดินทาง							
รวมทั้งหมด	160	53.33	140	46.67	300	100	

ที่มา: จากการสำรวจ (2554)

สำหรับข้อมูลด้านประสบการณ์ในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเขตพัทธาและอื่นๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม เกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวดำน้ำในเขตพัทธา สามารถสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 3-5-2)

1. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) พบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวเคยมาดำน้ำลึกที่พญาแล้ว (ร้อยละ 90.63) โดยเฉลี่ยมา 23 ครั้งต่อปี (จากการเก็บข้อมูลคนไทยที่เป็นครูสอนดำน้ำที่พานักเรียนมาสอบทำให้ครั้งของการมาดำน้ำลึกโดยรวมเฉลี่ยมากกว่าปกติ) และมาเพื่อดำน้ำเพื่อนันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 56.88) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนมากได้บัตรอนุญาตดำน้ำลึกระดับ Advanced Open Water Diver แล้ว (ร้อยละ 48.75) และส่วนมากมีประสบการณ์ดำน้ำลึกมากกว่า 5 ปี (ร้อยละ 43.13) และดำน้ำลึกมากกว่า 100 โดฟ (ร้อยละ 54.38) สำหรับจุดดำน้ำลึกในเขตพญาที่ขึ้นขอบ 3 อันดับแรก คือ เรือหลวงคราม (ร้อยละ 72.50) แหล่งดำน้ำธรรมชาติบริเวณเกาะซาก (ร้อยละ 45.00) และแหล่งดำน้ำธรรมชาติบริเวณเกาะไผ่ (ร้อยละ 43.75) และส่วนมากค่าใช้จ่ายในการดำน้ำลึกประมาณ 2,538.75 บาทต่อคนต่อครั้ง

2. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึกเรือจม พบว่า ส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวมาดำน้ำลึกที่พญาเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 70.71) และส่วนมากจะมาเพื่อเรียน/สอบดำน้ำ (ร้อยละ 61.43) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนมากได้บัตรอนุญาตดำน้ำลึกระดับ Open Water Diver แล้ว (ร้อยละ 92.14) และมีประสบการณ์ดำน้ำลึกน้อยกว่า 6 เดือน (ร้อยละ 67.14) และดำน้ำลึกไม่เกิน 5 โดฟ (ร้อยละ 62.86) จุดดำน้ำลึกในเขตพญาที่ขึ้นขอบ 3 อันดับแรก คือ แหล่งดำน้ำธรรมชาติบริเวณเกาะไผ่ (ร้อยละ 39.29) แหล่งดำน้ำธรรมชาติบริเวณเกาะล้าน (ร้อยละ 30.00) และแหล่งดำน้ำธรรมชาติบริเวณเกาะซาก (ร้อยละ 25.71) และส่วนมากมีค่าใช้จ่ายในการดำน้ำลึกประมาณ 3,389.29 บาทต่อคนต่อครั้ง จากการสอบถามนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกถึงเรื่องความต้องการที่จัดวางสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น เรือรบ โบกี้รถไฟ หรือปะการังเทียม พบว่า ส่วนมากต้องการให้มีการวางเพิ่มเติมบริเวณเกาะริ้น เนื่องจากเป็นบริเวณที่มีน้ำใส ความลึกไม่มาก และห่างไกลจากชายฝั่ง รวมถึงความปลอดภัยจากเรือสปีดเตอร์หรือเรือสปีดโบ๊ต

ตารางที่ 3-5-2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประสบการณ์ในการดำน้ำลึกและอื่นๆ มาท่องเที่ยวดำน้ำของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวดำน้ำ

รายการ	กลุ่มนักท่องเที่ยว ดำน้ำลึกเรือจม		กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพ		กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประสบการณ์ในการดำน้ำลึกที่พญา						
มาดำน้ำที่พญาเป็นครั้งแรก	15	9.38	99	70.71	114	38.00
เคยมาดำน้ำที่พญา	145	90.63	41	29.29	186	62.00
(จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปี)	22.67	ครั้งต่อปี	2.22	ครั้งต่อปี	12.44	ครั้งต่อปี
2. เหตุผลในการมาดำน้ำที่พญา						
มาเพื่อเรียน/สอบดำน้ำ	23	14.38	86	61.43	109	36.33
ดำน้ำเพื่อสันทนาการ	91	56.88	46	32.86	137	45.67
เพื่อสอนดำน้ำลึก	35	21.88	3	2.14	38	12.67
มาตามการโฆษณาประชาสัมพันธ์	1	0.63	4	2.86	5	1.67
อื่นๆ เช่น ทำวิทยานิพนธ์ ร่วม	10	6.25	1	0.71	11	3.67

โครงการอนุรักษ์ฯ

รายการ	กลุ่มนักท่องเที่ยว ดำน้ำลึกเรือจม		กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพ		กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษาดำน้ำลึกขั้นสูงสุด						
Open Water Diver	20	12.50	129	92.14	149	49.67
Advanced Open Water Diver	78	48.75	10	7.14	88	29.33
Emergency First Response (EFR)	3	1.88	-	-	3	1.00
Rescue Diver	18	11.25	1	0.71	19	6.33
Dive Master	14	8.75	-	-	14	4.67
Instructor	27	16.88	-	-	27	9.00
4. ประสบการณ์ดำน้ำลึก (ระยะเวลา)						
น้อยกว่า 6 เดือน	10	6.25	94	67.14	104	34.67
6 เดือน - 1 ปี	8	5.00	18	12.86	26	8.67
1 - 3 ปี	35	21.88	15	10.71	50	16.67
3 - 5 ปี	38	23.75	7	5.00	45	15.00
มากกว่า 5 ปี	69	43.13	6	4.29	75	25.00
5. ประสบการณ์ดำน้ำลึก (ไดฟ์)						
1 - 5 ไดฟ์	4	2.50	88	62.86	92	30.67
6 - 10 ไดฟ์	9	5.63	19	13.57	28	9.33
11 - 20 ไดฟ์	10	6.25	9	6.43	19	6.33
20 - 50 ไดฟ์	26	16.25	13	9.29	39	13.00
50 - 100 ไดฟ์	24	15.00	6	4.29	30	10.00
มากกว่า 100 ไดฟ์	87	54.38	5	3.57	92	30.67
6. จุดดำน้ำลึกในเขตพัททยาที่ชื่นชอบ						
แหล่งธรรมชาติ เกาะล้าน	38	23.75	48	30.00	86	28.67
แหล่งธรรมชาติ เกาะสาก	72	45.00	36	25.71	108	36.00
แหล่งธรรมชาติ เกาะไผ่	70	43.75	55	39.29	125	41.67
เรือหลวงกูด เกาะสาก	65	40.63	12	8.57	77	25.67
เรือหลวงคราม เกาะไผ่	116	72.50	10	7.14	126	42.00
ปะการังเทียม เกาะล้าน	13	8.13	4	2.88	17	5.67
7. ค่าใช้จ่ายในการดำน้ำลึก (เฉลี่ย)						
	2,538.75บาท/คน/ครั้ง		3,389.29 บาท/คน/ครั้ง		2,900.00 บาท/คน/ครั้ง	
รวมทั้งหมด	160	53.33	140	46.67	300	100

5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวดำน้ำลึกบริเวณพัททยา

การศึกษาในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวดำน้ำลึกบริเวณพัททยานี้จะพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมตลาด (Marketing Mix) ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวดำน้ำลึก

บริเวณพญา โดยการพิจารณาระดับความสำคัญในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกเรือจม หรือกล่าวได้ว่าเป็นการพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในเขตพญา และจะพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ด้าน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการ และภาพลักษณ์ โดยสามารถสรุปความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มได้ดังนี้ (ตารางที่ 3-5-3)

1. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ด้านน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ด้าน ที่ทำการศึกษา กลุ่มนักดำน้ำลึก (เรือจม) เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด เท่ากับ 3.63) และเมื่อพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.05) รองลงมา ได้แก่ ภาพลักษณ์ (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.93) กระบวนการให้บริการ (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.84) ราคา (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.68) ช่องทางการจัดจำหน่าย (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.56) การส่งเสริมการขาย (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.52) และผลิตภัณฑ์ (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.50) ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวด้านน้ำลึกน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ได้สนใจที่จะมาดำน้ำลึกเพื่อดูความสวยงามทางธรรมชาติ แต่ต้องการมาดำน้ำเพื่อความสนุกหรือต้องการพักผ่อนหย่อนใจและนันทนาการเพียงเท่านั้น และแต่ละปัจจัยมีผลแตกต่างกันไป สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากและมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.40) ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การมีแหล่งเรือจมหรือสิ่งที่น่าสนใจ (คะแนนเฉลี่ย 3.57) ซึ่งเป็นแหล่งดำน้ำที่มีความแปลกใหม่และมีความท้าทาย รองลงมา คือ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวด้านน้ำลึก (คะแนนเฉลี่ย 3.53) ทั้งนี้โปรแกรมการดำน้ำจะมีการให้บริการ อาหาร เครื่องดื่ม พร้อมทั้งอุปกรณ์ดำน้ำ ส่วนปัจจัยด้านการมีแหล่งดำน้ำธรรมชาติในเขตพญานั้น ถือได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาดำน้ำลึกในลำดับสุดท้าย (คะแนนเฉลี่ย 3.40) ทั้งนี้เนื่องจากบริเวณนี้มีปะการังที่ไม่ค่อยมีความหลากหลายและสวยงาม แต่นักท่องเที่ยวก็เห็นว่า ในบริเวณนี้ยังคงมีพันธุ์ปลาที่หลากหลายชนิด

1.2 ด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกมากที่สุด ก็คือ ราคาการให้บริการในแต่ละโปรแกรมท่องเที่ยวด้านน้ำที่มีความเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ย 3.83) รองลงมา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูก (คะแนนเฉลี่ย 3.74) จากการสอบถามผู้ประกอบการทำให้ทราบว่าราคาการให้บริการขึ้นอยู่กับกาไปดำน้ำเกาะใกล้หรือเกาะไกล ราคาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีราคาในการให้บริการอยู่ระหว่าง 1,200 – 1,500 บาท และชาวต่างชาติ ระหว่าง 2,900 – 3,300 บาท ซึ่งเป็นช่วงราคาที่นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความเต็มใจจ่าย ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากกรุงเทพฯ มาพญานั้น (ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 - 2 ชั่วโมง) ถือได้ว่ามีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวด้านน้ำแหล่งอื่นๆ เช่น อำเภอสัตหีบ หรือจังหวัดในภาคใต้

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้านน้ำลึกมากที่สุด ก็คือ ร้านดำน้ำมีที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย (คะแนนเฉลี่ย 3.63) รองลงมา คือ สามารถติดต่อกับร้านค้า

น้ำผ่านทางเว็บไซต์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (คะแนนเฉลี่ย 3.62) ในปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวส่วนมากสามารถหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตก่อนแล้วจึงติดต่อไปทางหน้าร้านเพื่อใช้บริการทำให้คะแนนสองปัจจัยนี้ต่างกันไม่มากสิ่งที่น่าสังเกตคือทั้งสองช่องทางมีความสำคัญอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

1.4 ด้านส่งเสริมการขาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกมากที่สุด ก็คือการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ผ่านงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ (คะแนนเฉลี่ย 3.67) รองลงมา คือการจัดรายการโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การลดราคา (คะแนนเฉลี่ย 3.65) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมักจะซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะมีราคาถูกและสามารถเลือกช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวสะดวกได้

1.5 ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกมากที่สุด คือ ครูสอนดำน้ำ (Instructor Diver) มีความเชี่ยวชาญ/ความรู้ในการดำน้ำสูง (คะแนนเฉลี่ย 4.12) เพราะกิจกรรมดำน้ำลึกถือเป็นกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่อชีวิตสูงดังนั้นการเลือกร้านหรือครูสอนดำน้ำมักจะเป็นการแนะนำจากคนรู้จัก รองลงมาคือ ครูสอนดำน้ำมีความสุภาพในการให้บริการ (คะแนนเฉลี่ย 4.04)

1.6 ด้านกระบวนการ จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึก ก็คือ ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย อาทิ ประสบการณ์ดำน้ำในพื้นที่ของครูสอนดำน้ำ (คะแนนเฉลี่ย 3.94) รองลงมา คือ ระดับการให้บริการเท่าเทียมกันระหว่างนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ (คะแนนเฉลี่ย 3.90) จากที่กล่าวมาแล้วว่าการดำน้ำมีความเสี่ยงต่อชีวิต ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มาดำน้ำลึกที่พัทธยาแห่งนี้ ทราบดีว่าการดำน้ำลึกในพัทธยาต้องระมัดระวัง เรื่องเรือสปีดโบ๊ต หรือกระแสน้ำแรงบริเวณเรือจม ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของประสบการณ์ดำน้ำในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ และร้านดำน้ำในกรุงเทพฯ หรือพัทธยาจะคุ้นเคยกับแหล่งดำน้ำลึกในเขตพัทธยาดี

1.7 ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึก ก็คือ ร้านดำน้ำมีใบรับรองสากลในการสอนดำน้ำลึก (คะแนนเฉลี่ย 4.10) รองลงมา คือ ร้านดำน้ำมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร (คะแนนเฉลี่ย 3.89) เพราะร้านดำน้ำที่เปิดขึ้นได้หรือครูที่สามารถสอนดำน้ำได้ ต้องได้ใบรับรองจากสถาบันที่สอนดำน้ำก่อน

2. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึกพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกโดยรวมอยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 3.91) และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกเรือจม ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ ด้านกระบวนการการให้บริการ (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.06) รองลงมา คือ ราคา (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 4.04) ภาพลักษณ์ (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.99) บุคลากร (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.97) การส่งเสริมการขาย (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.87) ช่องทางการจัดจำหน่าย (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.82) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาดำน้ำของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพน้อยที่สุด ก็คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.80) โดยในแต่ละปัจจัยมีผลของตัวแปรที่แตกต่างกัน ซึ่งจะอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากและมากที่สุดสองอันดับแรกของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ถึงแม้ว่าปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อการตัดสินใจมาดำน้ำลึกเรือจมน้อยที่สุดแล้วนั้น แต่ภายในกลุ่มปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นี้ พบว่า โปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.82) รองลงมา คือ แหล่งดำน้ำธรรมชาติ (คะแนนเฉลี่ย 3.80) ที่มีสัตว์ทะเลหายาก เพราะนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่บัตรดำน้ำลึกเบื้องต้น (Open Water Diver) ดังนั้น จึงเป็นความตื่นเต้นที่ได้ดำน้ำลึกและคาดหวังว่าจะได้เจอหรือเห็นสัตว์ทะเล ถ้าเปรียบเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจมน) พบว่า แหล่งดำน้ำธรรมชาติเป็นปัจจัยที่มีผลน้อยสุด ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีประสบการณ์ดำน้ำลึกตามแหล่งดำน้ำต่างๆ มาแล้ว ซึ่งกลุ่มนี้คาดหวังจะได้พบความสวยงามจากสัตว์ทะเลหรือความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตในทะเลจากแหล่งดำน้ำธรรมชาติบริเวณหมู่เกาะล้าน เกาะไผ่น้อย เป็นไปตามผลการทดลองความพึงพอใจในแหล่งดำน้ำธรรมชาติ (โครงการย่อยที่ 2)

2.2 ด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาดำน้ำลึก คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูก (คะแนนเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ ราคาการให้บริการในแต่ละโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำเหมาะสมและการมีส่วนลด (คะแนนเฉลี่ย 4.06) จากที่กล่าวมาแล้วในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ดำน้ำลึกและมีศักยภาพในการดำน้ำเรือจมน เห็นว่าพัทยาเป็นแหล่งดำน้ำที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ และการนั่งเรือไปดำน้ำตามเกาะต่างๆ ก็ใช้เวลาไม่มาก ทำให้ค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางและค่าใช้จ่ายในการดำน้ำลึกที่นี้ถูกกว่าแหล่งดำน้ำอื่นๆ

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกมากที่สุด คือ สามารถติดต่อกับร้านดำน้ำผ่านทางเว็บไซต์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (คะแนนเฉลี่ย 4.06) รองลงมา คือ สามารถติดต่อกับทางหน้าร้าน (คะแนนเฉลี่ย 3.85)

2.4 ด้านส่งเสริมการขาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกมากที่สุด คือ การจัดรายการโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การลดราคา (คะแนนเฉลี่ย 4.15) รองลงมา คือ การเข้าร่วม/จัดทำโครงการหรือกิจกรรมอนุรักษ์กับภาครัฐ หรือภาคเอกชน เช่น การดำน้ำเก็บขยะ (คะแนนเฉลี่ย 4.03) จากที่ได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนี้ได้ซื้อโปรแกรมการเรียนดำน้ำลึกช่วงที่มีงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ เพราะว่าจะได้รับราคาที่ลดจากปกติ ประมาณร้อยละ 15-20 และหากทางร้านจัดกิจกรรมก็จะเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมและให้ราคาถูกขึ้น

2.5 ด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกมากที่สุด คือ ครูสอนดำน้ำมีความสามารถในการให้บริการ (คะแนนเฉลี่ย 4.06) รองลงมา คือ ครูสอนดำน้ำมีความเชี่ยวชาญ/ความรู้ในการดำน้ำสูง (คะแนนเฉลี่ย 4.00)

2.6 ด้านกระบวนการการให้บริการ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย (คะแนนเฉลี่ย 4.18) เช่น ครูสอนดำน้ำมีประสบการณ์ดำน้ำในพื้นที่ รองลงมา คือ ระดับการให้บริการเท่าเทียมกันระหว่างนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ ซึ่งความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนี้มีความเห็นเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างแรก

2.7 ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวดำน้ำลึก คือ ร้านดำน้ำมีใบรับรองสากลในการสอนดำน้ำลึก (คะแนนเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือ ร้านดำน้ำมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร (คะแนนเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 3-5-3 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวดำน้ำลึกบริเวณพญา

ส่วนประสมทางการตลาด	กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ			
	กลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก		ศักยภาพ	
	ค่าเฉลี่ย	ผลต่อการตัดสินใจในระดับ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่อการตัดสินใจในระดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.50	มาก	3.80	มาก
1.1 แหล่งดำน้ำธรรมชาติ	3.40	ปานกลาง	3.80	มาก
- สัตว์ทะเลสวยงาม (ปู กุ้ง หอย)	3.54	มาก	3.88	มาก
- ปลาหลากหลายชนิด	3.55	มาก	3.88	มาก
- ปะการังสวยงาม	3.37	ปานกลาง	3.79	มาก
- ปะการังหลากหลายชนิด	3.33	ปานกลาง	3.74	มาก
- สัตว์ทะเลหลากหลาย	3.52	มาก	3.88	มาก
- มีสัตว์ทะเลหายาก เช่น เต่าทะเล กุ้งก้ามกราม	3.45	มาก	3.97	มาก
กระดาดทะเล				
- เป็นจุดสอดดำน้ำที่ท้าทาย	3.04	ปานกลาง	3.53	ปานกลาง
1.2 แหล่งเรือจม	3.57	มาก		
- สถานที่แปลกใหม่ ท้าทาย	3.86	มาก		
- แหล่งเรียนรู้	3.85	มาก		
- สัตว์ทะเลสวยงาม (ปู กุ้ง หอย)	3.52	มาก		
- ปลาหลากหลายชนิด	3.65	มาก		
- ปะการังสวยงาม	3.32	ปานกลาง		
- ปะการังหลากหลายชนิด	3.31	ปานกลาง		
- สัตว์ทะเลหายาก	3.48	มาก		
- สัตว์ทะเลหลากหลาย	3.50	มาก		
- เป็นจุดสอดดำน้ำที่ท้าทาย	3.60	มาก		
1.3 โปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำลึก	3.53	มาก	3.82	มาก
- มีความหลากหลายของโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำ	3.48	มาก	3.76	มาก
- มีความน่าสนใจและตรงตามความต้องการ	3.48	มาก	4.03	มาก
- สามารถจัดโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำด้วยตนเอง	3.62	มาก	3.68	มาก
- โปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำครอบคลุม อาหาร	3.63	มาก	3.97	มาก
อุปกรณ์ดำน้ำ ทุกอย่าง				
- เป็นโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำยอดนิยม	3.47	มาก	3.65	มาก
ปัจจัยด้านราคา (Price)	3.68	มาก	4.04	มาก
2.1 ราคาการให้บริการในแต่ละโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำ	3.83	มาก	4.06	มาก

ส่วนประสมทางการตลาด	กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี			
	กลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก		ศักยภาพ	
	ค่าเฉลี่ย	ผลต่อการตัดสินใจในระดับ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่อการตัดสินใจในระดับ
น้ำเหมาะสม				
2.2 การมีส่วนลด (หากมาเป็นกลุ่มขนาดใหญ่)	3.56	มาก	4.06	มาก
2.3 ค่าใช้จ่ายในการดำน้ำถูก	3.64	มาก	4.03	มาก
2.4 ค่าที่พักค่าอาหารถูก	3.63	มาก	3.97	มาก
2.5 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูก	3.74	มาก	4.09	มาก
ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.56	มาก	3.82	มาก
3.1 ร้านดำน้ำมีสถานที่ตั้งสามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.63	มาก	3.76	มาก
3.2 ร้านดำน้ำตั้งอยู่ในสถานที่ปลอดภัยในเมือง	3.60	มาก	3.62	มาก
3.3 สามารถติดต่อกับร้านดำน้ำได้ทาง e-mail/web site	3.62	มาก	4.06	มาก
3.4 สามารถติดต่อผ่านบริษัททัวร์ เพื่อความสะดวกในการดำเนินงาน	3.40	ปานกลาง	3.85	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.52	มาก	3.87	มาก
4.1 การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าสนใจ (อาทิแผ่นพับ)	3.23	ปานกลาง	3.68	มาก
4.2 การใช้สื่อที่หลากหลายเช่นวิทยุอินเทอร์เน็ตหรือ Road Show	3.44	มาก	3.76	มาก
4.3 การจัดรายการโปรโมชั่นต่างๆเช่นการลดราคา	3.65	มาก	4.15	มาก
4.4 การเข้าร่วม/จัดทำโครงการหรือกิจกรรมอนุรักษ์กับภาครัฐหรือภาคเอกชน เช่น การดำน้ำเก็บขยะ	3.64	มาก	4.03	มาก
4.5 การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านงานส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ	3.67	มาก	3.74	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากร (People)	4.05	มาก	3.97	มาก
5.1 เจ้าหน้าที่/ครูดำน้ำ มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	4.01	มาก	3.85	มาก
5.2 เจ้าหน้าที่/ครูดำน้ำ มีความเชี่ยวชาญ/ความรู้ในการดำน้ำสูง	4.12	มาก	4.00	มาก
5.3 เจ้าหน้าที่/ครูดำน้ำ มีความสุภาพในการให้บริการ	4.04	มาก	4.06	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.05	มาก	3.97	มาก
6.1 ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและการให้บริการ	3.77	มาก	4.00	มาก
6.2 บริการเสริมของร้านดำน้ำ เช่น รถรับส่ง บริการติดต่อกที่พักให้ฟรี	3.65	มาก	4.00	มาก
6.3 ข้อมูลแหล่งดำน้ำในเว็บไซต์ของร้าน ครบถ้วน เข้าใจง่าย	3.73	มาก	4.09	มาก
6.4 ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย เช่น ประสพการณ์	3.94	มาก	4.18	มาก

ส่วนประสมทางการตลาด	กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี			
	กลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก		ศักยภาพ	
	ค่าเฉลี่ย	ผลต่อการตัดสินใจในระดับ	ค่าเฉลี่ย	ผลต่อการตัดสินใจในระดับ
ในพื้นที่				
6.5 ระดับการให้บริการเท่าเทียมกันระหว่างนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ	3.90	มาก	4.09	มาก
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ (Physical evidence)	3.93	มาก	3.99	มาก
7.1 ร้านดำน้ำมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	3.81	มาก	3.79	มาก
7.2 ร้านดำน้ำมีใบรับรองสากลในการสอนดำน้ำลึก	4.10	มาก	4.12	มาก
7.4 ร้านดำน้ำมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร	3.89	มาก	4.06	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.63	มาก	3.91	มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ

คะแนน 1.00-1.80 หมายความว่า มีความสำคัญน้อยที่สุด

คะแนน 1.81-2.60 หมายความว่า มีความสำคัญน้อย

คะแนน 2.61-3.40 หมายความว่า มีความสำคัญปานกลาง

คะแนน 3.41-4.20 หมายความว่า มีความสำคัญมาก

คะแนน 4.21-5.00 หมายความว่า มีความสำคัญมากที่สุด

5.3 ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกบริเวณพัทยา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม เกี่ยวกับความเต็มใจจ่ายในการมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเขตพัทยา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 160 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความเต็มใจจ่ายทั้ง 3 โปรแกรม โดยความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อมาดำน้ำลึกในเขตพัทยาเป็นจำนวน 2 วัน โดยเฉลี่ยยินดีที่จะจ่าย 2,644.38บาทต่อคนต่อครั้ง และเต็มใจจ่ายเพื่อมาดำน้ำลึกจำนวน 1 วัน โดยเฉลี่ยยินดีที่จะจ่าย 1,424.38บาทต่อคนต่อครั้ง และเมื่อสอบถามถึงความต้องการดำน้ำลึกบริเวณแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือเรือจม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึกกลุ่มนี้มีความเต็มใจจ่ายเฉลี่ย 1,444.50 บาทต่อคนต่อครั้ง (ตารางที่ 3-5-4)

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) ยินดีจ่ายในการดำน้ำลึกที่เกาะล้าน พัทยา เพราะเห็นว่าทรัพยากรปะการังเป็นสมบัติของประเทศ (ร้อยละ 53.75) รองลงมา คือ เพื่อเป็นทุนให้รัฐบาลใช้ในการดูแลและฟื้นฟูทรัพยากร (ร้อยละ 48.13) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความยินดีมีส่วนร่วมดูแลรับผิดชอบของนักท่องเที่ยว และเห็นว่าทรัพยากรปะการังเสื่อมโทรมมากจำเป็นต้องแก้ไขโดยด่วน (ร้อยละ 41.88) รวมถึงควรเก็บไว้ให้ลูกหลานได้ศึกษา (ร้อยละ 40.00) นอกจากนี้ ยังเห็นทรัพยากรปะการังเป็นระบบนิเวศที่สำคัญของมนุษย์และสัตว์ (ร้อยละ 36.88) สุดท้าย ก็คือ ทรัพยากรปะการังเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ (ร้อยละ 21.25) และกลุ่มตัวอย่างยัง

มีมุมมองอีกว่าที่ยินดีจ่ายเป็นเพราะต้องการให้นำเงินไปสร้างปะการังเทียม และสมควรให้ผู้ใช้ทรัพยากรเป็นผู้จ่าย (ตารางที่ 3-5-5)

ตารางที่ 3-5-4 ค่าความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกบริเวณพญา

ความเต็มใจจ่าย	กลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก (บาท/คน/ครั้ง) (n = 160)	กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (บาท/คน/ครั้ง) (n = 140)
1. ความเต็มใจจ่ายในการดำน้ำลึกที่เกาะล้าน		
- จำนวนตัวอย่างที่เต็มใจจ่าย	100.00	100.00
- จำนวนตัวอย่างที่ไม่เต็มใจจ่าย	-	-
ค่าความเต็มใจจ่าย (บาท/คน/ครั้ง)		
1.1 โปรแกรมดำน้ำลึก 2 วัน		
- ค่าสูงสุด	6,200.00	10,100.00
- ค่าต่ำสุด	200.00	500.00
- ค่าเฉลี่ย	2,644.38	2,730.71
1.2 โปรแกรมดำน้ำลึก 1 วัน		
- ค่าสูงสุด	4,500.00	7,000.00
- ค่าต่ำสุด	100.00	300.00
- ค่าเฉลี่ย	1,424.38	1,607.14
2. ความเต็มใจจ่ายในการดำน้ำลึกบริเวณเรือจม (เรือหลวงคราม/เรือหลวงกูด)		
- จำนวนตัวอย่างที่เต็มใจจ่าย	100.00	96.43
- จำนวนตัวอย่างที่ไม่เต็มใจจ่าย	-	3.57
ค่าความเต็มใจจ่าย (บาท/คน/ครั้ง)		
- ค่าสูงสุด	6,000.00	7,000.00
- ค่าต่ำสุด	200.00	0.00
- ค่าเฉลี่ย	1,444.50	1,700.71

ที่มา: จากการสำรวจ (2554)

2. กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึกเรือจมทั้งหมด 140 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีความเต็มใจที่จ่ายโปรแกรมดำน้ำลึก 2 วัน และ 1 วัน ยกเว้นโปรแกรมการดำน้ำลึกบริเวณเรือหลวงคราม/เรือหลวงกูดมีกลุ่มตัวอย่างไม่เต็มใจที่จะจ่าย 5 คน โดยความเต็มใจที่จ่ายเพื่อมาดำน้ำลึกในเขตพญาเป็นจำนวน 2 วัน โดยเฉลี่ยยินดีที่จะจ่าย 2,730.71 บาทต่อคนต่อครั้ง และเต็มใจจ่ายเพื่อมาดำน้ำลึกจำนวน 1 วัน โดยเฉลี่ยยินดีที่จะจ่าย 1,607.14 บาทต่อคนต่อครั้ง และโปรแกรมการดำน้ำลึกบริเวณสิ่งทีมนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม-เรือหลวงคราม/เรือหลวงกูด) กลุ่มตัวอย่างยินดีที่จะจ่ายเฉลี่ยที่ 1,700.71 บาทต่อคนต่อครั้ง (ตารางที่ 3-5-4)

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึกเรือจม ยินดีจ่ายในการดำน้ำลึกที่เกาะล้าน พญา เพราะเห็นว่าทรัพยากรปะการังเป็นสมบัติของประเทศ (ร้อยละ 53.57) รองลงมา คือ ทรัพยากรปะการังเป็นระบบนิเวศที่สำคัญของมนุษย์และสัตว์ (ร้อยละ 42.86) ต้องการเก็บไว้ให้ลูกหลานได้ศึกษา (ร้อยละ 38.57) และเห็นว่าทรัพยากรปะการังเสื่อมโทรมมากจำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน

(ร้อยละ 39.78) นอกจากนี้ ยังมีความคิดเห็นว่าเป็นทุนให้รัฐบาลใช้ในการดูแลและฟื้นฟูทรัพยากร (ร้อยละ 37.86) รวมถึงเห็นว่าทรัพยากรปะการังเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ (ร้อยละ 35.71) และกลุ่มตัวอย่างยังมีมุมมองอีกว่าผู้ใช้ทรัพยากรควรเป็นผู้จ่ายและไม่ควรพึ่งแต่ภาษีของคนที่ไม่ได้รับประโยชน์ (ตารางที่ 3-5-5)

ตารางที่ 3-5-5 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกเต็มใจและไม่เต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมในการดำน้ำลึกที่เกาะล้าน เพื่อใช้ในการปกป้องคุ้มครอง และดูแล ทรัพยากรปะการังที่เกาะล้าน พญา

เหตุผล	นักท่องเที่ยวดำน้ำลึก (ร้อยละ)	นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (ร้อยละ)
เหตุผลที่เต็มใจจ่าย	n = 160	n = 135
- ทรัพยากรปะการังเป็นทรัพย์สินของชาติ ทุกคนต้องร่วมรับผิดชอบ	53.75	53.57
- รัฐบาลจะได้มีงบประมาณในการดูแลและฟื้นฟูทรัพยากรปะการัง	48.13	35.71
- ทรัพยากรปะการังเป็นระบบนิเวศที่สำคัญสำหรับมนุษย์และสัตว์	36.88	42.86
- ทรัพยากรปะการังเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ	21.25	25.71
- ต้องการเก็บไว้ให้คนรุ่นหลังได้เห็น	40.00	38.57
- ทรัพยากรปะการังเสื่อมโทรมอย่างรุนแรงต้องได้รับการแก้ไขอย่าง	41.88	37.86
- อื่นๆ เช่น ผู้ใช้ประโยชน์ควรเป็นผู้จ่าย, เพื่อสร้างปะการังเทียม	5.00	3.57
เหตุผลที่ไม่เต็มใจจ่าย		n = 5
- เพราะเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่ต้องเป็นผู้รับผิดชอบ		0.71
- รัฐบาลสามารถใช้งบที่เก็บจากภาษีราษฎรในการแก้ปัญหา		1.43
- เมื่อบริจาคเงินไปแล้วไม่มีการปรับปรุงทรัพยากรปะการังให้ดีขึ้น		1.43
- ราคาค่าบริการดำน้ำในปัจจุบันเหมาะสมอยู่แล้ว		0.71
- อื่นๆ เช่น ควรจะเก็บจากผู้ประกอบการ, การบริหารจัดการเก็บไม่โปร่งใส		2.14



ที่มา: จากการสำรวจ (2554)

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึกเรื่องจมน้ำไม่ยินดีจ่ายในการดำน้ำลึกที่เกาะล้าน พญา พบว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีความคิดเห็นว่าเป็นการไม่คุ้มค่าที่จะจ่ายเพื่อมาดำน้ำลึกบริเวณหมู่เกาะล้านสำหรับโปรแกรมดำน้ำลึก 2 วัน และ 1 วัน และการดำน้ำบริเวณแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจมน้ำ) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจมน้ำ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มี

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดำน้ำลึกเรื่องจมน้ำมีความยินดีที่จะจ่ายเพื่อการมาดำน้ำลึกบริเวณหมู่เกาะล้านสำหรับโปรแกรมดำน้ำลึก 2 วัน และ 1 วัน และการดำน้ำบริเวณแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจมน้ำ) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจมน้ำ) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มี

ศักยภาพในการดำน้ำลึกเป็นกลุ่มที่พึงหัดหรือเรียนดำน้ำลึก และมีประสบการณ์ดำน้ำไม่ถึง 10 ไตฟ์ ทำให้ความต้องการของกลุ่มนี้ยอมจ่ายมากตามไปด้วย ซึ่งเป็นความคาดหวัง เนื่องจากยังไม่เคยดำน้ำจากแหล่งอื่นๆ ทำให้ความเต็มใจจ่ายสูงกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ดำน้ำลึกมานาน

นอกจากนั้น จากการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับหากมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการใช้ประโยชน์สำหรับการดำน้ำลึกหน่วยงานที่ควรเป็นผู้ดูแลการจัดเก็บค่าธรรมเนียม คือ กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งเนื่องจากว่ากรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งเป็นผู้ที่ดูแลและมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการทรัพยากรปะการังมากที่สุด

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก บริเวณหมู่เกาะล้าน เมืองพัทยา ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) พบว่า รายได้ ระดับการเรียนรู้ดำน้ำลึกหรือประสบการณ์ดำน้ำลึก และความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ มีผลต่อความเต็มใจจ่าย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 3-5-6)

สำหรับนักท่องเที่ยวที่ประสบการณ์ดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้นที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-25,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 25,001-50,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 50,001-75,000 บาท มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการดำน้ำลึกน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โอกาสที่นักท่องเที่ยวที่ประสบการณ์ดำน้ำลึกในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) ที่เรียนระดับ Emergency First Response มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมน้อยกว่าเมื่อเทียบกับกลุ่มผู้ที่เรียน Open Water Diver กล่าวคือ ผู้ที่เพิ่งเริ่มหัดดำน้ำลึกจะมีโอกาสจ่ายค่าธรรมเนียมมากกว่าผู้ที่ประสบการณ์ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาด พบว่า ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ เช่น การพบสัตว์หายาก และค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายในการมาดำน้ำลึก มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเต็มใจที่จ่ายเพื่อมาดำน้ำลึกบริเวณหมู่เกาะล้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนปัจจัยด้านความสะดวกสบาย เช่น ใกล้กรุงเทพฯหรือใกล้ที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับความเต็มใจที่จ่ายเพื่อมาดำน้ำลึกบริเวณหมู่เกาะล้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก บริเวณหมู่เกาะล้าน เมืองพัทยา ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพดำน้ำลึก พบว่า รายได้ สิ่งจูงใจในการมาท่องเที่ยว และประสบการณ์ดำน้ำลึก มีผลต่อความเต็มใจจ่ายในการมาท่องเที่ยวดำน้ำลึกที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 3-5-7)

ตารางที่ 3-5-6 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกบริเวณพัทยา ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่า P-value
รายได้		
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000บาท		
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท (inc1)	-2.135 **	0.03
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-50,000 บาท (inc2)	-1.855 **	0.05

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่า P-value
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-75,000 บาท (inc3)	-3.516 **	0.00
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001-100,000 บาท (inc4)	-1.915	0.16
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป (inc5)	-2.302	0.07
สิ่งจูงใจในการมาดำน้ำลึก		
- ปะการังสวย (influ1)	1.098	0.24
- หาดทรายขาว (influ2)	-1.326	0.08
- ทิวทัศน์งดงาม (influ3)	1.098	0.06
- ใกล้กรุงเทพฯ/ที่พักอาศัย (influ4)	0.824	0.12
- ค่าใช้จ่ายถูก (influ5)	-0.771	0.21
ระดับการศึกษาดำน้ำลึก		
- Open Water Diver		
- Advanced Open Water Diver (Exp1)	-0.052	0.94
- Emergency First Response (EFR) (Exp2)	-4.397 **	0.01
- Rescue Diver (Exp3)	0.150	0.88
- Dive Master (Exp4)	-1.680	0.12
- Instructor (Exp5)	-1.431	0.11
ความพึงพอใจต่างๆ		
- ปะการังหลากหลายชนิด (Narf1)	-0.388	0.39
- ปลาหลากหลายชนิด (Narf2)	-0.725	0.11
- ความหลากหลายของสัตว์ทะเล (Narf3)	0.319	0.47
- การพบเจอสัตว์หายาก เช่น เต่าทะเล กุ้งก้ามกราม (Narf4)	0.863 **	0.04
- มีจุดดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เรือหลวงกูด เรือหลวงคราม (Cgen1)	0.394	0.26
- มีความลึกหลายระดับให้เลือกในการดำน้ำลึก (Cgen2)	-0.696	0.06
- สามารถดำน้ำได้ทุกฤดูกาล (Cgen3)	-0.118	0.71
- การเดินทางไปมาสะดวก (Feci1)	1.899	0.11
- การใกล้แหล่งที่พัก/ใกล้กรุงเทพฯ (Feci2)	-2.622 **	0.02
- มีโรงแรม ที่พัก และร้านอาหารให้เลือกมากมาย (Feci3)	0.508	0.16
- ราคาสำหรับการดำน้ำลึกถูก (Pri1)	1.610 **	0.00
- ค่าที่พัก อาหารถูก (Pri2)	0.669	0.18
- ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูก (Pri3)	-0.508	0.25
Log-likelihood (LnL)		137.88
R2		46.6%
Number of observations (N)		160

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพดำน้ำลึกที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-25,000 บาท มีความน่าจะเป็นที่จะยินดีจ่ายค่าธรรมเนียมการดำน้ำลึก น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และโอกาสที่นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพดำน้ำลึก มีประสบการณ์ดำน้ำลึก 1 ถึง 3 ปี มีความเต็มใจที่

จะจ่ายค่าธรรมเนียมการดำน้ำลึกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ดำน้ำลึกน้อยกว่า 6 เดือนและ
 สิ่งจูงใจในการมาท่องเที่ยว เช่น ชายหาดขาวสะอาด มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความเต็มใจที่
 จ่ายเพื่อมาดำน้ำลึกบริเวณหมู่เกาะล้าน กล่าวคือ ถ้าชายหาดสะอาดกลุ่มตัวอย่างจะมีความเต็มใจที่จะ
 จ่ายค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตารางที่ 3-5-7 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวดำน้ำลึกบริเวณพัทยา ของกลุ่ม ตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพดำน้ำลึก

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่า P-value
รายได้		
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000บาท		
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท (inc1)	-1.486 **	0.01
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-50,000 บาท (inc2)	-0.478	0.43
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-75,000 บาท (inc3)	0.380	0.61
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,001-100,000 บาท (inc4)	1.099	0.37
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001 บาทขึ้นไป (inc5)	20.350	0.99
สิ่งจูงใจในการมาดำน้ำลึก		
- ประการังสวย (influ1)	-0.325	0.57
- หาดทรายขาว (influ2)	-1.257 **	0.04
- ทิวทัศน์งดงาม (influ3)	0.711	0.19
- ใกล้กรุงเทพฯ/ที่พักอาศัย (influ4)	0.755	0.17
- ค่าใช้จ่ายถูก (influ5)	0.812	0.11
ประสบการณ์ดำน้ำลึก (ปี)		
- น้อยกว่า 6 เดือน		
- 6 เดือน - 1 ปี (Ydi1)	0.304	0.657
- 1- 3 ปี (Ydi2)	1.546 **	0.045
- 3 - 5 ปี (Ydi3)	20.462	0.999
- มากกว่า 5 ปี (Ydi4)	-0.677	0.522
Log-likelihood (LnL)		137.53
R2		35.3%
Number of observations (N)		140

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

5.4 ความต้องการ รูปแบบความต้องการ และแนวโน้มความต้องการท่องเที่ยวดำน้ำลึก

จากการศึกษาในภาพรวมตัวอย่างของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความต้องการมาดำน้ำในเขตพัทยาเพื่อการนันทนาการมากที่สุด มากถึงร้อยละ 45.67 รองลงมา

ก็คือ เพื่อการเรียนรู้หรือการสอบดำน้ำลึก ร้อยละ 36.33 และมาเพื่อการสอนดำน้ำลึก ร้อยละ 12.67 แสดงให้เห็นว่า แหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) ในเขตพัทยา นี้ สามารถตอบสนองความต้องการได้ 2 รูปแบบ ก็คือ การมาท่องเที่ยวพักผ่อน/นันทนาการ และการเรียน/การสอน/การสอบดำน้ำ และแหล่งดำน้ำลึกที่เป็นที่ต้องการในปัจจุบัน ก็คือ เรือหลวงคราม เกาะไผ่ (ร้อยละ 42.00) ซึ่งเป็นแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่งดำน้ำลึกธรรมชาติ ก็คือ ที่บริเวณเกาะไผ่ (ร้อยละ 41.67) สำหรับแหล่งดำน้ำใหม่ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวดำน้ำต้องการนั้น ก็คือ บริเวณเกาะรีน

โดยลักษณะของแหล่งดำน้ำลึกที่มนุษย์สร้างขึ้นในมุมมองของนักท่องเที่ยวดำน้ำลึก พบว่า มีความต้องการให้เป็นแหล่งดำน้ำที่มีความแปลกใหม่ เป็นแหล่งเรียนรู้ มีสัตว์ทะเลสวยงาม ปลาหลากหลาย เป็นจุดสอบดำน้ำลึกที่ทำหาย แต่ไม่ได้มีความคาดหวังเรื่องของปะการัง ซึ่งความคิดเห็นนี้ค่อนข้างตรงกับลักษณะความต้องการสำหรับแหล่งดำน้ำธรรมชาติ

ในส่วนของแนวโน้มความต้องการเรื่องของโปรแกรมการดำน้ำนั้น พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความหลากหลายของโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำ ความน่าสนใจและตรงตามความต้องการ และสามารถจัดโปรแกรมท่องเที่ยวดำน้ำด้วยตนเองได้ โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำในเขตพัทยานั้นก็ ตามสามารถตอบสนองได้ เนื่องจากมีความหลากหลายเป็นอย่างมาก มีทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกเกาะใกล้ ดำน้ำลึกเกาะไกล หรือโปรแกรมดำน้ำลึก 1 วัน – กลางวัน 1 ไทฟ์ กลางคืน 1 ไทฟ์ หรือดำน้ำลึก 2 วัน – กลางวัน 2 วัน และกลางคืน 1 ไทฟ์ และมีโปรแกรมการเรียน-การสอบภาคปฏิบัติในระดับต่างๆ อาทิ หลักสูตร Open Water Diver หลักสูตร Advanced Open Water Diver หลักสูตรEFR หลักสูตร Rescue Diver หลักสูตร Dive Master และหลักสูตร Instructor

ในด้านค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกใช้จ่ายในการดำน้ำ เท่ากับ 2,900 บาทต่อคนต่อครั้ง และเมื่อสอบถามถึงความเต็มใจจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวดำน้ำลึก กลับพบว่า นักท่องเที่ยวดำน้ำลึกมีความเต็มใจจ่าย ประมาณ 1,400 บาทต่อคนต่อครั้ง หรือประมาณครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายจริงที่ใช้จ่ายอยู่ในปัจจุบัน และยังพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ่ายค่าธรรมเนียมดำน้ำลึก ก็คือ รายได้ ระดับการเรียนดำน้ำลึกหรือประสบการณ์ดำน้ำลึก และความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสบการณ์ตลาดด้านต่างๆ เช่น การพบเจอสัตว์หายาก การใกล้แหล่งที่พัก/ใกล้กรุงเทพฯ และราคาสำหรับการดำน้ำลึกถูก

