

รายงานการวิจัย

การกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์และการพัฒนากลไกการขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวดำน้ำในเขตพัทยา

Strategy Direction and Driving Mechanism Development for Diving Tourism in Pattaya Area

โดย

รศ.ดร.วินัย พุทธิกุล

ดร.มนต์ชัย พิณจิตรสมุทร

นายสิทธิรัตน์ วิวัฒนาพรชัย

นางสาวนรารัตน์ จันทรวาสน์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

ส่วนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการวิจัย

ชื่อโครงการ

การกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์และการพัฒนาการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวดำน้ำ
ในเขตพัทยา

Strategy Direction and Driving Mechanism Development for Diving Tourism in
Pattaya Area

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2553 จำนวนเงิน 613,300 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ พฤศจิกายน 2553 ถึง ตุลาคม 2554

ชื่อผู้วิจัย

1. รศ.ดร.วินัย พุทธิกุล

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
โทรศัพท์ 0-2942-8649 – 51, 08-4423-1626

2. ดร.มนต์ชัย พิณีจิตรสมุทร

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

การกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์และการพัฒนาการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวดำน้ำ
ในแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น (เรือจม) ในเขตพัทยา เป็นเรื่องสำคัญ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวดำน้ำลึก
ในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้นถือได้ว่าเป็นตลาดสินค้าการท่องเที่ยวใหม่ในประเทศไทย และเป็นตลาดที่มี
ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย ทั้งในด้านของอุปสงค์ (Demand) ได้แก่ นักท่องเที่ยวดำน้ำ
ลึก และด้านอุปทาน (Supply) อาทิ บริษัทท่องเที่ยว ผู้ประกอบการอุปกรณ์ดำน้ำ เรือนำเที่ยว และผู้ที่มี
ส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ที่พัก ร้านอาหาร ตลอดจนชาวบ้าน ส่วนราชการ และ
องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น การบริหารจัดการการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำลึกเรือจมนี้
รวมถึงการส่งเสริมการตลาดและการอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งจำเป็นต้องดำเนินการอย่างมี
ส่วนร่วมโดยผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และมีทิศทางการพัฒนาและกลไกการขับเคลื่อนที่เหมาะสม

การกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์และการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ในการวิจัยนี้เป็นผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ศักยภาพ 3 ด้านของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเขตพัทยาประกอบด้วย ศักยภาพเชิงนิเวศน์ของแหล่งดำน้ำลึก ศักยภาพด้านตลาด และศักยภาพด้านองค์กรและการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแหล่งท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเขตพัทยา จากนั้นจึงใช้กรอบคิดของ SWOT Analysis และ Balance Scorecard (BSC) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์และกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเขตพัทยา ผลการศึกษาได้จัดกลุ่มทิศทางการยุทธศาสตร์เป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการตลาดและลูกค้า มีทิศทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 2 เรื่องได้แก่ การประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและต่างประเทศ และอีกประการหนึ่งคือ การมุ่งเน้นให้พัทยาเป็นแหล่งฝึกสอนนักเรียนดำน้ำลึกที่มีชื่อเสียงของภูมิภาคอาเซียน 2) ด้านประสิทธิภาพการดำเนินการ มีทิศทางการพัฒนาสำคัญที่ควรพิจารณา 3 เรื่อง คือ หนึ่ง การกำหนดมาตรการที่จำเป็นและเพียงพอในการใช้ประโยชน์แหล่งดำน้ำ และการควบคุมให้มีการปฏิบัติตาม เช่น มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัย การฟื้นฟูและการบำรุงรักษาบริเวณใต้น้ำ เป็นต้น สอง การกำหนดให้เมืองพัทยาเป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบการพัฒนาและกำกับดูแลการใช้พื้นที่รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการประสานงานของทุกภาคีที่เกี่ยวข้อง และสาม การสร้างแหล่งดำน้ำลึกเพิ่มขึ้นในเขตพัทยา 3) ด้านการพัฒนาเชิงองค์กรและการเรียนรู้ มีทิศทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 2 เรื่อง คือ การจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวดำน้ำลึกในเขตพัทยาเพื่อจัดทำกิจกรรมต่างๆ ที่เห็นพ้องร่วมกัน (Common interest) และอีกประการหนึ่ง คือ การจัดทำแผนผังรวม (Master layout) ของแหล่งดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้นในเขตพัทยาเพื่อเป็นกรอบในการกำหนดจุดตำแหน่งที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาแหล่งดำน้ำแห่งใหม่ๆ ในเขตพัทยา และ 4) ด้านงบประมาณมีทิศทางที่ควรดำเนินการคือ การสรรหางบประมาณเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำลึกจาก 4 แหล่งคือ งบประมาณจากส่วนกลาง จากหน่วยงานท้องถิ่น จากการสนับสนุนของภาคเอกชน และจากค่าธรรมเนียมการใช้พื้นที่ของนักท่องเที่ยว

Abstract

Man-made (wreck) diving tourism strategic plan and mechanism to drive the strategy in Pattaya is important. Man-made dive site is considered as the new tourism market in Pattaya, as well as in Thailand in general. There are many stakeholders involved in diving market. From demand side, the major stakeholder is tourists. And from supply perspective, the stakeholder is larger in scope, the major are tourist companies, travel agencies, diving shop, ship operators, and other stakeholders including room and board accommodation providers, restaurants, souvenir shops, villagers, and central and local government agencies. The development and management of diving sites are important in that its purpose should be two-folds... One is the successful market promotion of the sites, and the other the wise use of natural

resources. More importantly, it should be opened to all stakeholders to get involved in the process.

The determination of strategy direction and driving mechanism of the strategies in this research is a result of the study of diving tourism potential, in Pattaya Bay Area. Three domains of potentiality are considered in the study: The ecology of man-made diving sites, market potential, and stakeholder organization and participation. SWOT analysis and Balance Scorecard (BSC) are used as analytical framework in order to derive strategy direction and driving mechanism.

The result of the research study indicates four dimensions of strategy direction should be done for sustainable diving tourism in Pattaya. The first is about customers and marketing. Two strategic actions should be concerned in this dimension: 1) the effective promotion to increase number of tourists both from within the country and from abroad and 2) Focusing on the development of Pattaya to become a famous place to study SCUBA diving in Asian region. The second dimension of strategy direction is placed on the efficiency of operation. Three important issues should be concerned in this regards. They are 1) necessary and sufficient measures for effective management and control of diving sites, e.g. safety measure, natural resource conservation regulations, etc. 2) The designation of Pattaya city to be principal unit responsible for the development and control of diving area utilization. And 3) the development of new man-made dive site in Pattaya. The third dimension of strategy direction prescribed in this study is about learning and organizational development. Two strategic themes are suggested: 1) the establishment of SCUBA diving shop's owners club in Pattaya, to coordinate activities of common interest among members and 2) the drawing of master layout of suitable places for new man-made dive sites development in Pattaya Bay Area. Lastly, the fourth dimension of strategy direction is about budget for the development and promotion of diving tourism in Pattaya Bay Area. The study suggested that the budget should be mobilized from four sources: the central government, the local government, the private sector, and the tourists by way of diving fee payment.