



รายงานขั้นสุดท้าย

# “โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มด้านการตลาด สำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ”



นำเสนอ    การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  
จัดทำโดย    บริษัท แบรินด์แมทริกซ์ จำกัด



*Confidential*

# รายงานขั้นสุดท้าย Final Report

“โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มด้านการตลาด  
สำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ”

นำเสนอต่อ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



จัดทำโดย

บริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด

26 กรกฎาคม 2554

# บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การศึกษา “โครงการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มด้านการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหลัก 2 ประการ คือ

- ❖ เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ เช่น สภาพการตลาด สภาพปัจจัยแวดล้อมต่างๆ วงจรธุรกิจ ข้อได้เปรียบ-เสียเปรียบ ที่มีผลต่อการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำของประเทศไทยในปัจจุบัน และโอกาสการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวดำน้ำ โดยวิเคราะห์จากความคิดเห็นและมุมมองด้านการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวดำน้ำ
- ❖ เพื่อศึกษาความคิดเห็นและมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มดำน้ำ โดยเฉพาะด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวดำน้ำของประเทศไทย ความต้องการ ความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันในการเป็นจุดหมายปลายทางของการดำน้ำ

โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดว่าจะได้ข้อมูลด้านการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวดำน้ำของประเทศไทย เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผนส่งเสริมการตลาดและแผนการดำเนินการเพื่อรองรับการแข่งขันในอนาคต

ในการศึกษาโครงการฯครั้งนี้ ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

## 1 ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวดำน้ำ

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวดำน้ำ ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำชาวต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวดำน้ำแบบวันเดียว (Day Trip) และแบบนอนบนเรือ (Live aboard Trip) รวมถึงโรงเรียนสอนดำน้ำและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

## 2 นักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มดำน้ำ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มดำน้ำลึก (Scuba Diving Tourist) ที่เดินทางมาประเทศไทย เพื่อการทำกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทดำน้ำลึก โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มดำน้ำ ได้เป็น 4 กลุ่มหลักดังนี้

- ❖ ภูมิภาคยุโรป ประกอบด้วย สแกนดิเนเวีย อังกฤษ เยอรมนี รัสเซีย
- ❖ ภูมิภาคเอเชีย ประกอบด้วย ญี่ปุ่น ฮองกง ไต้หวัน จีน
- ❖ ภูมิภาคอเมริกา ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา
- ❖ ภูมิภาคโอเชียเนีย ประกอบด้วย ออสเตรเลีย

โดยกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่มมีขนาดและการกระจายตัว ดังนี้

### ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวด้านน้ำ

กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวด้านน้ำจำนวน 153 ราย โดยทำการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมจังหวัดที่มีผู้ประกอบการธุรกิจด้านน้ำดำเนินกิจการอยู่ ดังนี้

<u>ฝั่งอันดามัน</u>	<u>ฝั่งอ่าวไทย</u>
❖ ภูเก็ต 51 ราย	❖ ชลบุรี 16 ราย
❖ พังงา 4 ราย	❖ ตราด 11 ราย
❖ กระบี่ 21 ราย	❖ ระยอง 3 ราย
❖ ตรัง 5 ราย	❖ ประจวบคีรีขันธ์ 1 ราย
❖ ระนอง 2 ราย	❖ สุราษฎร์ธานี 37 ราย
	❖ สงขลา 2 ราย

### นักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มด้านน้ำ

กลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มด้านน้ำลึกที่เดินทางมาประเทศไทย โดยได้ทำการกระจายโควตา (400 ราย) ในการทำงานภาคสนามดังนี้

#### โควตาตามพื้นที่

- ❖ พื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน จำนวน 250 ราย และพื้นที่ชายฝั่งอ่าวไทย จำนวน 150 ราย

#### โควตาตามประเทศ

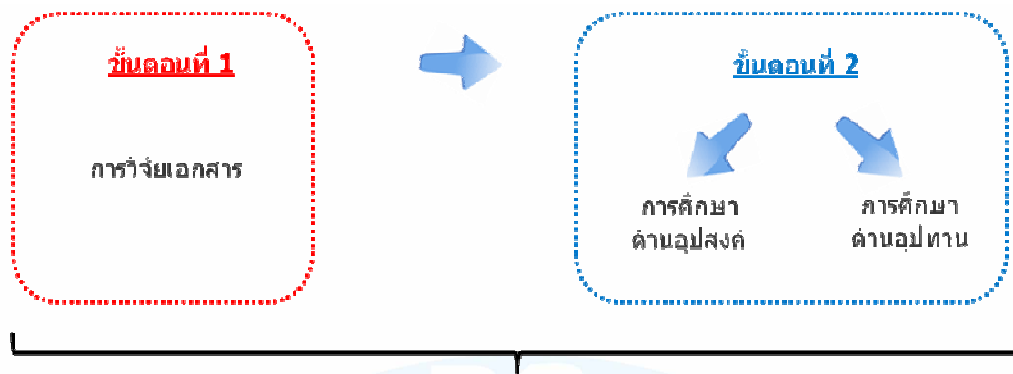
- |  |                             |
|--|-----------------------------|
| ❖ อังกฤษ 50 ราย                                  | ❖ จีน/ฮ่องกง/ไต้หวัน 50 ราย |
| ❖ สแกนดิเนเวีย (นอร์เวย์/สวีเดน/ฟินแลนด์) 50 ราย | ❖ ญี่ปุ่น 50 ราย            |
| ❖ เยอรมนี 50 ราย                                 | ❖ ออสเตรเลีย 50 ราย         |
| ❖ รัสเซีย 50 ราย                                 | ❖ สหรัฐอเมริกา 50 ราย       |

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและมีเหตุมีผลเพิ่มมากขึ้นในเชิงวิชาการและเชิงประสบการณ์ ที่ปรึกษาได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลและการท่องเที่ยวด้านน้ำ โดยกลุ่มตัวอย่างนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 19 ราย ยกตัวอย่าง เช่น

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| ❖ ดร. ธรรมศักดิ์ ยี่มิน       | สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยรามคำแหง                                      |
| ❖ ผศ.ดร. ธรณ์ ธำรงนาวาสวัสดิ์ | ภาควิชาวิทยาศาสตร์ทางทะเล คณะประมง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์                    |
| ❖ อาจารย์ ศักดิ์อนันต์ ปลาทอง | คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์                                      |
| ❖ อาจารย์ นิพนธ์ พงศ์สุวรรณ   | สมาคมกรีนฟีนส์ และสถาบันวิจัยและพัฒนาทรัพยากรทางทะเลชายฝั่งทะเล และป่าชายเลน |
| ❖ นิตี คงกรด                  | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา                                     |
| ❖ สุวรรณ พิทักษ์สินธร         | สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ  |

เป็นต้น

ระเบียบวิธีการศึกษาสำหรับโครงการฯ ในครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



**ขั้นตอนที่ 3** สังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2  
เพื่อนำไปสรุปวิเคราะห์และข้อเสนอแนะในรายงานฉบับสมบูรณ์

โดยการศึกษาย่อยในแต่ละขั้นตอนมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถแสดงได้ดังนี้

#### การวิจัยเอกสาร

- ❖ เพื่อให้มีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านตลาดท่องเที่ยวกลุ่มดำนํ้า
- ❖ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายในตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มดำนํ้า

#### การศึกษาด้านอุปทาน (การสัมภาษณ์เชิงลึก: In-depth interview)

- ❖ เพื่อค้นหาปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวดำนํ้า
- ❖ เพื่อศึกษาสถานการณ์การตลาดของธุรกิจดำนํ้า และระดับราคาการให้บริการ
- ❖ เพื่อหาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการดำนํ้าที่มีแนวโน้มเติบโตในอนาคต
- ❖ เพื่อศึกษาขนาดของกลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
- ❖ เพื่อศึกษาการอำนวยความสะดวก การจัดการ และการเสนอขาย ช่องทางการขาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- ❖ เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคในการเสนอขายและการดำนํ้างาน ตลอดจนจุดอ่อนจุดแข็ง
- ❖ เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งสำหรับแนวทางในการออกแบบแผนทางการตลาด

#### การศึกษาด้านอุปสงค์ (การสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า: Face-to-face interview)

- ❖ เพื่อศึกษาถึงทัศนคติ ปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวดำนํ้าในประเทศไทย
- ❖ เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อประเทศไทย และโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทย
- ❖ เพื่อวิเคราะห์หากกลยุทธ์/วิธีการทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเป้าหมาย

## ผลการศึกษาในภาพรวม

ประเทศไทยมีพื้นที่ทางทะเลอันกว้างใหญ่ไพศาล โดยมีพื้นที่มากกว่า 350,000 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยสองฝั่ง คือ ฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทย ทะเลฝั่งอ่าวไทยได้รับอิทธิพลลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจากประเทศจีน ทำให้มีฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่ปลายเดือนเมษายนถึงเดือนพฤศจิกายน ส่วนทะเลฝั่งอันดามันได้รับลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จากมหาสมุทรอินเดีย มีฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน เมื่อรวมทะเลไทยทั้งสองฝั่งเข้าด้วยกัน จึงทำให้เห็นภาพรวมการท่องเที่ยวทางทะเลของประเทศไทยว่า **สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี** โดยผลัดกันฝั่งละ 6 เดือน

แหล่งดำน้ำที่น่าสนใจของประเทศไทย กระจายออกไปทั้งสองฝั่งทะเล โดยอาจแบ่งประเภทตามลักษณะความลึกและทรัพยากรธรรมชาติได้ดังนี้

1. แหล่งดำน้ำขั้นต้น เป็นแหล่งดำน้ำที่อยู่ในแนวน้ำตื้นใกล้ฝั่ง ได้รับอิทธิพลของมลภาวะบนฝั่งค่อนข้างมาก น้ำทะเลไม่ค่อยใส ความลึกของน้ำทะเลตั้งแต่ผิวน้ำไปจนถึงพื้นดินไม่เกิน 100 ฟุต มีความลาดชันน้อย แหล่งดำน้ำประเภทนี้ได้แก่ แหล่งดำน้ำในทะเลตะวันออก เช่น พัทยา หมู่เกาะมัน เกาะช้าง เป็นต้น
2. แหล่งดำน้ำระดับกลาง เป็นแหล่งดำน้ำที่อยู่ในแนวน้ำที่ลึกขึ้น อยู่ห่างฝั่งออกไปมากขึ้น อิทธิพลของชายฝั่งน้อยกว่า ความขุ่นใสของน้ำไม่คงที่ ความลึกไม่เกิน 150 ฟุต ความลาดชันไม่มาก แหล่งดำน้ำประเภทนี้ได้แก่ ชุมพร กระบี่ เกาะพีพี ตรัง กองหินริวเซิลว เป็นต้น
3. แหล่งดำน้ำนานาชาติ เป็นแหล่งดำน้ำที่อยู่ในแนวน้ำลึก พื้นดินมีความลาดชันสูง ถัดจากจุดดำน้ำไปไม่มากนักเป็นทะเลลึก โดยมีความลึกมากกว่า 200 ฟุตขึ้นไป น้ำทะเลค่อนข้างใส แหล่งดำน้ำในลักษณะนี้ได้แก่ หินม่วง หินแดง หมู่เกาะสิมิลัน เกาะเต่า กองหินโลซิน เกาะตาชัย เป็นต้น

ดังนั้น ประเทศไทยควรกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของไทยด้านการดำน้ำลึก (Scuba Diving) ให้เป็นประเทศที่มีความหลากหลายของจุดดำน้ำ มีอุณหภูมิของน้ำที่เอื้ออำนวยต่อการดำน้ำ มีความหลากหลายของแพคเกจ/โปรแกรมในการดำน้ำ และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน

หากวิเคราะห์การท่องเที่ยวด้านการดำน้ำในรายละเอียด (โดยใช้ SWOT analysis) พบว่า

### จุดแข็งของประเทศไทย

#### ☐ ด้านสินค้า / แหล่งดำน้ำ

- มีการจัดรูปแบบแพคเกจ/โปรแกรมดำน้ำที่หลากหลายเหมาะสมกับทุกระดับประสบการณ์ของนักดำน้ำ
- มีความหลากหลายของแหล่ง/จุดดำน้ำ
- อุณหภูมิของน้ำทะเลมีความเหมาะสม

#### ☐ ด้านการบริการ

- ผู้ประกอบการมีความเอาใจใส่ลูกค้า และมีความยิ้มแย้มแจ่มใส
- บุคลากรมีความสุภาพเรียบร้อยและเป็นกันเอง
- มีการเฝ้าอำนวยความสะดวกทุกอย่างที่ลูกค้าต้องการ

#### ☐ ด้านราคา

- หากเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆที่เป็นคู่แข่ง พบว่า ราคาของแพคเกจ/โปรแกรมดำน้ำลึกของประเทศไทยมีราคาถูกกว่า
- ในบางแพคเกจ/โปรแกรมดำน้ำมีความคุ้มค่าเงินมากกว่าประเทศคู่แข่ง
- มีการจัดโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

### จุดอ่อนของประเทศไทย

#### ☐ คุณภาพของเรือโดยสารยังไม่ได้มาตรฐาน

#### ☐ ความไม่มีวินัยของผู้ประกอบการในการจอดเรือ/ทิ้งสมอเรือ

#### ☐ เรือโดยสารส่วนใหญ่ไม่มีถังเก็บของเสีย (Waste holding tank) ทำให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ

#### ☐ ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติ

#### ☐ แพคเกจ/โปรแกรมดำน้ำมีความคล้ายคลึงกันในแต่ละผู้ประกอบการทำให้มีการแข่งขันกันด้านราคา

#### ☐ ผู้ประกอบการยังไม่สามารถนำเสนอแพคเกจ/โปรแกรมดำน้ำที่แตกต่างจากผู้อื่นได้



### โอกาสของประเทศไทย

- ❖ ประเทศไทยมีศักยภาพในการสร้างแหล่งดำน้ำใหม่ๆ
- ❖ กิจกรรมเสริมที่เกี่ยวข้องมีส่วนช่วยในการดึงดูดและจูงใจนักท่องเที่ยวให้มาดำน้ำที่ประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับกิจกรรมอื่นๆด้วย เช่น shopping spa/beauty เป็นต้น
- ❖ ประเทศไทยมีแหล่ง/จุดดำน้ำที่สามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวดำน้ำได้ทั้งปี ตลอดจนมีจุดดำน้ำที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในทุกระดับประสบการณ์
- ❖ องค์กร/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการส่งเสริมและกำกับดูแลการดำน้ำในรูปแบบของการดำน้ำเชิงอนุรักษ์
- ❖ มีการทำวิจัยและการตรวจสอบความสมบูรณ์และความเสื่อมโทรมของแหล่ง/จุดดำน้ำอย่างสม่ำเสมอจากนักวิชาการที่มีชื่อเสียงในวงการดำน้ำและทรัพยากรธรรมชาติได้ทะเล

### อุปสรรคของประเทศไทย

- ❖ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล
- ❖ การพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งโดยไม่มีการควบคุมและกำกับดูแลอย่างชัดเจนและเข้มงวด
- ❖ นักท่องเที่ยวดำน้ำมือใหม่ขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและขาดความสามารถในการลอยตัวในน้ำทำให้เกิดความเสียหายกับปะการัง

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว เห็นได้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายของจุดดำน้ำ และมีจำนวนของแหล่งดำน้ำที่มาก ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นของประเทศ หากเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในสายตาของนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ (เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และออสเตรเลีย เป็นต้น)

อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน สภาพของทรัพยากรธรรมชาติได้ทะเล รวมถึงระบบนิเวศใต้น้ำของประเทศไทย มีความเสื่อมโทรมลงไปอย่างมาก โดยปัญหาหลักที่ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมไม่ได้มาจากการท่องเที่ยวดำน้ำโดยตรง แต่มาจากประเด็นอื่นๆ ยกตัวอย่าง เช่น ภาวะโลกร้อน การประมงผิดกฎหมาย การพัฒนาที่ดินตามแนวชายฝั่งทะเล การทิ้งสมอของเรือต่างๆ ขาดการจัดการที่มีประสิทธิภาพในเรื่องของการบริหารทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล เป็นต้น

ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวดำน้ำจะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรมากเท่ากับประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น แต่การท่องเที่ยวดำน้ำก็มีส่วนในการก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรเช่นกัน ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นไปในเชิงของการรบกวนทรัพยากร และการทำลายต่างๆ ยกตัวอย่าง เช่น การเข้าใช้งานทรัพยากรมากเกินไป ทำให้ทรัพยากรมีเวลาในการฟื้นตัวน้อย การทิ้งขยะ เศษอาหาร และสิ่งปฏิกูลลงในทะเล การหักหรือทำลายปะการังทั้งในกรณีที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ เป็นต้น

ณ ปัจจุบัน สามารถสรุปได้ว่า แหล่งดำน้ำในประเทศไทยทุกจุด มีปัญหาในเรื่องของความเสื่อมโทรมของทรัพยากร เพียงแต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะมีมากหรือน้อยแตกต่างกันเนื่องมาจากประเด็นต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด ณ ปัจจุบัน คือ ปรากฏการณ์แนวปะการังฟอกขาว ซึ่งเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากภาวะโลกร้อน โดยในประเทศไทย พบว่า ไม่เพียงอุณหภูมิน้ำทะเลเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลงไป แต่สีลงไปใต้ผิวน้ำ แนวปะการังหลายต่อหลายแห่งที่เคยสร้างสีสันกลับซีดขาว เห็นเพียงโครงสร้างหินปูนที่ดูราวกับไรซ์วิด เป็นสัญญาณที่บ่งชี้ว่า ปรากฏการณ์แนวปะการังฟอกขาวได้เกิดขึ้น ซึ่งการที่ปะการังจะฟอกขาวนั้นขึ้นอยู่กับอุณหภูมิของน้ำเป็นหลัก หากอุณหภูมิขึ้นสูงกว่าระดับสูงสุดจากที่เคยเป็นเพียง 1 องศาเซลเซียสก็สามารก่อให้เกิดการฟอกขาวได้ ยกตัวอย่าง เช่น อุณหภูมิสูงสุดในอ่าวไทยตามปกติอยู่ที่ 31 องศาเซลเซียส หากปีใดอุณหภูมิในอ่าวไทยสูงเกินกว่า 31 องศาเซลเซียส โอกาสที่ปะการังจะฟอกขาวก็ย่อมเกิดขึ้นได้ เป็นต้น จากการที่อุณหภูมิในน้ำทะเลสูงขึ้นอย่างผิดปกติ ทำให้เกิดปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาวเป็นจำนวนมากในน่านน้ำไทย โดยพบว่า สภาวะฟอกขาวของปะการังตามแนวปะการังทั้งฝั่งอันดามันและอ่าวไทยมีมากกว่า 70% นับว่าเป็นปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาวที่รุนแรงที่สุดเท่าที่เคยเกิดขึ้นและเป็นวิกฤตการณ์ที่น่าวิตกอย่างยิ่งสำหรับท้องทะเลไทย

ดังนั้น กรมอุทยานฯ จึงได้ประกาศปิดจุดดำน้ำใน 7 อุทยานแห่งชาติเพื่อฟื้นฟูปะการังฟอกขาว โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 21 มกราคม 2554 เพื่อให้ปะการังฟื้นตัว ประกอบด้วย

- ❖ หาดเจ้าไหม จ.ตรัง บริเวณเกาะเชือก
- ❖ หมู่เกาะเกดรา จ.สตูล บริเวณเกาะบุโหลนไม้ไผ่ เกาะบุโหลนรังผึ้ง
- ❖ ตะรุเตา จ.สตูล บริเวณเกาะตะเกียง เกาะหินงาม เกาะราวี หาดทรายขาว เกาะดง
- ❖ หมู่เกาะชุมพร บริเวณเกาะมะพร้าว
- ❖ อุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา หมู่เกาะพีพี บริเวณแนวปะการังบริเวณหินกลาง
- ❖ หมู่เกาะสุรินทร์ จ.พังงา บริเวณอ่าวสุเทพ อ่าวไม้งาม เกาะสตอร์ค หินกอง อ่าวผักกาด และแนวปะการังหน้าทำการอุทยาน
- ❖ หมู่เกาะลันตา จ.พังงา บริเวณอ่าวไฟแวป และอีส ออฟ อีเด็น

#### ภาพตัวอย่างของปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาวที่หมู่เกาะห้า เกาะลันตา จังหวัดกระบี่



สืบเนื่องมาจากความหลากหลายของจุดดำน้ำที่กล่าวไปข้างต้น ตลอดจนความสวยงามที่ยังคงเหลืออยู่ ทำให้ประเทศไทยได้รับการโหวตให้ติดอันดับใน Top 15 ใน 5 หัวข้อ จากนิตยสาร Scuba Diving ของประเทศสหรัฐอเมริกาในฉบับเดือน Jan/Feb 2009 โดยทางนิตยสารให้ผู้อ่านจากทั่วโลกทำการโหวต ซึ่งหัวข้อที่ประเทศไทยติดอันดับมีดังนี้

- ❖ หัวข้อที่ 1 Top Dive Destination in Pacific and Indian Ocean  
ประเทศไทยได้รับการโหวตให้เป็นอันดับที่ 14
- ❖ หัวข้อที่ 2 Top Marine Life in Pacific and Indian Ocean  
ประเทศไทยได้รับการโหวตให้เป็นอันดับที่ 15
- ❖ หัวข้อที่ 3 Top Value Dive Destination in Pacific And Indian Ocean  
ประเทศไทยได้รับการโหวตเป็นอันดับที่ 5
- ❖ หัวข้อที่ 4 Top Macro Life in Pacific and Indian Ocean  
ประเทศไทยได้รับการโหวตอันดับที่ 7
- ❖ หัวข้อที่ 5 Top Snorkeling in Pacific and Indian Ocean  
ประเทศไทยได้รับการโหวตให้เป็นอันดับที่ 2

สำหรับในประเทศไทยเอง เว็บไซต์ [www.thaiscubadive.com](http://www.thaiscubadive.com) ได้ทำการจัดอันดับจุดดำน้ำที่เป็นที่นิยม 10 จุด โดยมีเกณฑ์คือ ต้องเป็นจุดดำน้ำที่นักดำน้ำลึกใฝ่ฝันที่จะไปดำน้ำ โดยอันดับที่ได้มีดังนี้

- ❖ อันดับ 1 หมู่เกาะสิมิลัน จ.พังงา
- ❖ อันดับ 2 หมู่เกาะสุรินทร์ จ.พังงา
- ❖ อันดับ 3 หินม่วง หินแดง หมู่เกาะลันตา จ.กระบี่
- ❖ อันดับ 4 เกาะห้า หมู่เกาะลันตา จ.กระบี่
- ❖ อันดับ 5 หมู่เกาะพีพี จ.กระบี่
- ❖ อันดับ 6 เกาะจาบัง หมู่เกาะตะรุเตา จ.สตูล
- ❖ อันดับ 7 หมู่เกาะราชา จ.ภูเก็ต
- ❖ อันดับ 8 หินหมูสังนอกและหินหมูสังใน จ.ภูเก็ต
- ❖ อันดับ 9 เกาะเต่า-เกาะนางยวน จ.สุราษฎร์ธานี
- ❖ อันดับ 10 หมู่เกาะช้าง จ.ตราด

จากผลการจัดอันดับดังกล่าว จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้าไม่ว่าจะเป็นในกลุ่มคนไทยหรือชาวต่างชาติ จะรู้จักและมีความสนใจที่จะไปดำน้าในจุดดำน้าที่คล้ายคลึงกัน ประกอบกับผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้อยืนยันว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้าชาวต่างชาติโดยส่วนใหญ่รู้จักและเคยไปแหล่ง/จุดดำน้าด้านอันดามันมากกว่าด้านอ่าวไทย และเมื่อถามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่าเคยไปดำน้าที่ใดบ้างในแต่ละฝั่งของประเทศไทย ผลปรากฏว่า

- ❖ ฝั่งอันดามัน: นักท่องเที่ยวเคยไปดำน้าที่ภูเก็ตมากที่สุด (67.5%) รองลงมาได้แก่ เกาะพีพีและหมู่เกาะสิมิลัน โดยมีจำนวนเท่ากับ 34.3% และ 29.3% ตามลำดับ
- ❖ ฝั่งอ่าวไทย: นักท่องเที่ยวเคยไปดำน้าที่พัทยามากที่สุด (39.3%) รองลงมาได้แก่ เกาะสมุยและเกาะช้าง โดยมีจำนวนเท่ากับ 37.0% และ 30.5% ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้าที่ทำการสำรวจในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาดำน้าที่ประเทศไทยแล้ว (77.2%) โดยจะเคยมาดำน้าที่ประเทศไทยประมาณ 2 – 3 ครั้งในชีวิต อย่างไรก็ตามเมื่อจำกัดจำนวนของช่วงเวลาให้อยู่ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา พบว่า จำนวนในการมาดำน้าที่ประเทศไทยจะลดลงไปอยู่ในช่วง 1 – 2 ครั้ง

นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้าจะใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยประมาณ 8 – 10 วัน แต่จะใช้เวลาในการดำน้าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 วันเป็นส่วนใหญ่ โดยเวลาที่เหลือจะใช้ในการพักผ่อนและทำกิจกรรมเสริมอื่นๆ กับคนที่มาด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่มาคนเดียวแต่จะมากับเพื่อน (38.8%) หรือกับคู่สมรสและบุตร (23.0%) เป็นหลัก

ประเภทหรือรูปแบบของการดำน้าที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ คือ แบบ Day trip โดยมีจำนวนเท่ากับ 71.5% และโดยส่วนมากจะดำน้าประมาณ 2 จุดต่อวัน (67.3%) สำหรับค่าใช้จ่ายของ Day trip จะตกอยู่ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาทต่อวันเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายของ Live aboard จะตกอยู่ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทต่อทริป (ช่วงที่อยู่นบนเรือ) เป็นส่วนใหญ่

เมื่อกล่าวถึงแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้าใช้ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการดำน้า พบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่ถูกใช้มากที่สุดถึง 95.5% ตามมาด้วยนิตยสารที่ 7.8% โดยส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลผ่าน 2 ช่องทางจากอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์โดยตรง และการใช้ search engine ในการค้นหา โดยข้อมูลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้าส่วนใหญ่ต้องการทราบเมื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวดำน้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ ประเด็นที่เกี่ยวกับการดำน้าโดยตรง เช่น อุณหภูมิอากาศ อุณหภูมิน้ำ กระแสน้ำ แหล่งดำน้าใหม่ๆ แหล่งดำน้าที่มีในประเทศ เป็นต้น และประเด็นที่เกี่ยวกับการดำน้าทางอ้อม เช่น อัตราแลกเปลี่ยน สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำให้ความสำคัญที่สุดต่อการเลือกประเทศในการดำน้ำมีดังนี้

- ❖ ความสวยงามของภูมิทัศน์ใต้ทะเล 15.5%
- ❖ ความเป็นมืออาชีพของ Dive master 10.0%
- ❖ ทัศนวิสัยใต้ทะเล 9.3%
- ❖ ความสวยงามของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล 9.3%
- ❖ อุณหภูมิของน้ำทะเล 8.8%

ในสายตาของนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำ ประเทศไทยมีจุดเด่นใน 5 ประเด็นหลักดังนี้

- ❖ อุณหภูมิของน้ำทะเล 26.8%
- ❖ ความสวยงามของภูมิทัศน์ใต้ทะเล 25.3%
- ❖ ความสวยงามของแนวปะการังและปะการังใต้ทะเล 24.5%
- ❖ ความปลอดภัยในการดำน้ำ 24.0%
- ❖ ความสะอาดใต้ทะเล 19.5%

และมีจุดด้อยใน 5 ประเด็นหลักดังนี้

- ❖ จำนวนนักดำน้ำที่มากเกินไปที่จุดดำน้ำ 27.5%
- ❖ ระยะเวลาในการนั่งเรือไปที่จุดดำน้ำ 26.8%
- ❖ การวางแผนในการลงและขึ้นจากการดำน้ำ 26.5%
- ❖ สิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่หายาก 19.8%
- ❖ การบริการของเรือดำน้ำ 19.0%

อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามถึงระดับความพึงพอใจ พบว่า ค่าคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 3.87 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน) หรือมีค่าทัศนคติเชิงบวก (%T2B) เท่ากับ 81.8% โดยประเด็นที่ได้รับระดับความพึงพอใจมากที่สุด 5 อันดับแรก (ตาม %T2B) ได้แก่

- ❖ ความสวยงามของภูมิทัศน์ใต้ทะเล 79.0%
- ❖ อุณหภูมิของน้ำทะเล 76.3%
- ❖ ความปลอดภัยในการดำน้ำ 75.3%
- ❖ ความสวยงามของสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล 75.0%
- ❖ ความหลากหลายของแนวปะการังและปะการังใต้ทะเล 73.8%

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำส่วนใหญ่พบเจอระหว่างการท่องเที่ยวดำน้ำในประเทศไทย คือ **เรื่อง**  
**ของมาตรฐานของอุปกรณ์และเรือที่ใช้ในการโดยสาร** โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำจำนวนถึง  
73.3% ที่กล่าวว่าประเด็นนี้เป็นปัญหา

อย่างไรก็ตาม ประเด็นปัญหาดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการกลับมาดำน้ำในประเทศไทยอีกใน  
อนาคตมากเท่าใดนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำจำนวน 86.5% ที่ตอบว่าจะกลับมาดำน้ำที่  
ประเทศไทยอีกในอนาคต โดยส่วนใหญ่จะกลับมาดำน้ำที่ประเทศไทยอีกภายใน 1 – 2 ปีข้างหน้า

## ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

### เชิงนโยบาย

1 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเล

ณ ปัจจุบัน ปัญหาเรื่องความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลเป็นปัญหาที่สำคัญ เนื่องมาจาก  
หลายสาเหตุ เช่น การพัฒนาที่ดินตามแนวชายฝั่งทะเล การลักลอบทำประมง การขาดจิตสำนึกในการ  
จอดเรือของผู้ประกอบการ เป็นต้น ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศ  
ไทยในเรื่องของการท่องเที่ยวดำน้ำลึกเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น อินโดนีเซีย หรือ  
มาเลเซีย เป็นต้น ดังนั้น การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์จึงมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของ  
ทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเล ซึ่งสามารถทำได้โดย

📌 จัดทำแผนการรณรงค์ร่วมกับชาวบ้านในชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ  
ใช้ชีวิตเชิงอนุรักษ์บนชายฝั่ง เพื่อลดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลและก่อให้เกิด  
ประโยชน์กับทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเล ตลอดจนการรณรงค์ให้ช่วยสอดส่องดูแลและเป็นหูเป็นตา  
ให้กับภาครัฐ โดยสามารถทำตามแนวคิดดังนี้

- จัดทำแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติที่ถูกต้องในการใช้ประโยชน์ในบริเวณแนว  
ปะการัง
- จัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์ เกี่ยวกับความสำคัญของแนวปะการังและการปฏิบัติตัวที่ถูกต้องของ  
ผู้ใช้ประโยชน์ในแนวปะการัง
- อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศทางทะเลและการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนแก่นักเรียนใน  
ท้องถิ่น ชุมชน มัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการท่องเที่ยว
- เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศปะการังผ่านทางวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น โทรทัศน์ และ  
อินเทอร์เน็ต
- จัดทำคู่มือการอนุรักษ์แนวปะการัง เพื่อแจกจ่ายให้แก่โรงเรียนห้องสมุดในท้องถิ่น และ  
หน่วยงานต่างๆในพื้นที่
- ฝึกอบรมอาชีพ ทดแทนการทำประมงผิดกฎหมายเช่น การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง เป็นต้น

- ❖ จัดตั้งศูนย์มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นเป็นผู้ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถเป็นหูเป็นตาให้กับชุมชนได้อีกทางหนึ่ง
- ❖ ในส่วนของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวดำน้ำ องค์กรของภาครัฐอาจจะต้องให้ความช่วยเหลือหรือให้เงินสนับสนุนหากสามารถประกอบธุรกิจในเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้ทะเลได้ แต่ต้องมีหลักฐานหรือเป็นการดำเนินการที่สามารถตรวจสอบได้ว่า มีการประยุกต์ใช้แผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จริง
- ❖ สร้างจิตสำนึกให้กับผู้ประกอบการที่พัฒนาที่ดินตามแนวชายฝั่งทะเล โดยทำให้ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความมั่งคั่งหรือการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่กำหนดไว้ เนื่องจากการก่อสร้างหรือการพัฒนาที่ดินตามแนวชายฝั่งทะเลนั้น หากไม่มีมาตรการหรือไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่วางไว้ในเรื่องของการจัดเก็บของเสียหรือการควบคุมการถ่ายเทของเสีย ก็จะสร้างความเสียหายให้กับทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลในเรื่องของตะกอนสะสมในทะเลหรือการปนเปื้อนของของเสีย (เช่น เศษหิน เศษไม้ ตะกอนของปูน เป็นต้น) ในทะเล ซึ่งจะสร้างความเสียหายให้กับสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลที่ใกล้กับแนวชายฝั่งได้
- ❖ สร้างจิตสำนึกให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเรือประมง โดยปลูกฝังไม่ให้เข้าไปลักลอบจับปลาในเขตอุทยาน อย่างไรก็ตามการรณรงค์ในส่วนนี้อาจเป็นไปได้ยาก เพราะการลักลอบจับปลาในเขตอุทยานคือ รายได้ของเรือประมงเช่นเดียวกัน ซึ่งผลกระทบหลักที่เกิดขึ้น คือ การจอดสมอโดยไม่ได้ผูกกับทุ่นจอดเรือแต่เป็นการทิ้งสมอลงในทะเลแทนทำให้เกิดความเสียหายกับปะการังและแนวปะการังใต้ทะเล และจำนวนของสัตว์น้ำที่ลดลงด้วย
- ❖ สร้างจิตสำนึกกับกลุ่มผู้ประกอบการเรือประมงในเรื่องของการไม่จับปลาในฤดูวางไข่ ลดจำนวนในการจับลง หรือทำการคัดเลือกปลาในการจับโดยอาจจะปล่อยปลาตัวที่กำลังจะวางไข่กลับสู่ทะเล
- ❖ ทำการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมประมง กรมเจ้าท่า กรมอุทยาน สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด เครือข่ายชุมชน เป็นต้น ในเรื่องของ
  - การจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ
  - การจัดตั้งกรรมการดูแลทุ่นผูกเรือ
  - การจัดประชุม สัมมนา ระหว่างองค์กรเอกชนเพื่อสร้างความร่วมมือในการจัดการทรัพยากร
- ❖ จัดตั้งเครือข่ายอาสาสมัครพิทักษ์ปะการัง เพื่อแจ้งข่าวสารการกระทำผิดในแนวปะการังให้กับเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ

## 2 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเล

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านมีความพร้อมและมีความสามารถ ตลอดจนเสนอการให้ความร่วมมือในการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลเนื่องจากมีความชำนาญในพื้นที่และรู้แหล่ง/จุดดำน้ำใต้ที่ประสบปัญหา มากกว่าแหล่ง/จุดดำน้ำอื่น อย่างไรก็ตาม ความเชี่ยวชาญดังกล่าวจะจำกัดอยู่ตามพื้นที่ที่ผู้เชี่ยวชาญมีความชำนาญหรือมีประสบการณ์ในอดีต ดังนั้น หากภาครัฐมีงบประมาณในการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลก็สมควรที่จะเริ่มต้นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ก่อนเนื่องจากมีความพร้อมอยู่แล้ว

การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็น

- ❖ การสร้างแนวปะการังเทียมในแหล่ง/จุดดำน้ำที่มีความเสื่อมโทรม
- ❖ การพลิกปะการังที่ล้มคว่ำและการซ่อมแซมปะการังที่แตกหักใต้ทะเล
- ❖ การขจัดทรายและตะกอนที่ทับถมบนปะการังหรือพืชใต้ทะเลอื่นๆ
- ❖ การสร้างฟาร์มทะเลให้กับผู้ประกอบการที่จับสัตว์น้ำ เพื่อลดความเสียหายและลดการจับสัตว์น้ำในทะเลจริง
- ❖ การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง/จุดดำน้ำ
- ❖ การสร้างแหล่งดำน้ำใหม่ เพื่อให้แหล่งดำน้ำที่มีอยู่เดิมได้รับการรบกวนน้อยลง
- ❖ การจัดพื้นที่ในการดำน้ำ โดยจัดเป็นจุดดำน้ำที่เหมาะสมกับนักดำน้ำมือใหม่และจุดดำน้ำที่เหมาะสมกับนักดำน้ำที่มีประสบการณ์
- ❖ การให้เงินทุนในการทำวิจัยในเรื่องของการสอดส่องดูแล ติดตาม และรายงานผลความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลในแต่ละแหล่ง/จุดดำน้ำ
- ❖ จัดตั้งโครงการที่เกี่ยวข้องกับการอบรมนักดำน้ำอาสาสมัคร เพื่อช่วยในการพิทักษ์ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง
- ❖ จัดตั้งโครงการที่เกี่ยวข้องกับการเก็บขยะใต้ทะเลและตัดอวนที่ติดอยู่กับปะการังใต้ทะเล หรือสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของด้านการท่องเที่ยวเพื่อเก็บขยะในแนวปะการัง

สำหรับการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลโดยการสร้างแนวปะการังเทียมนั้น ในปัจจุบันจะได้รับความสนใจมากขึ้นจากองค์กรของรัฐและเอกชนเนื่องจากเป็นวิธีที่ง่ายในการทำและดูจะมีประโยชน์ต่อเงินที่ลงทุนไป ยกตัวอย่างเช่น

- ❖ ท้าเรือภาคที่ 1 กองทัพเรือสัตหีบได้มีการเปิดโครงการที่เกี่ยวข้องกับการทดลองศึกษาวิจัยเพื่ออนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมในทะเล โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยสงครามพิเศษทางเรือ และนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นต้น เพื่อเปิดรับการสร้างแนวปะการังเทียมขึ้นในบริเวณเกาะขาม สัตหีบ จังหวัดชลบุรี



3 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประติมากรรมใต้น้ำเพื่อส่งเสริมแหล่ง/จุดดำน้ำใหม่ๆ  
ประติมากรรมใต้น้ำจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำได้มากขึ้น เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น  
ทุกปีแต่แหล่งดำน้ำยังมีอยู่ปริมาณเท่าเดิม ประกอบกับขณะนี้สภาพทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลยังไม่  
ฟื้นตัวเท่าที่ควร จึงทำให้ต้องมีการพัฒนาแหล่งดำน้ำแห่งใหม่เพื่อที่จะลดปริมาณการใช้พื้นที่เดิมลง

โดยการสร้างประติมากรรมใต้น้ำจะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวดำน้ำที่อาจจะยังไม่เก่งนัก มาท่องเที่ยวดู  
ประติมากรรมแทนการไปดำน้ำดูปะการังและสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลอื่นๆ (ซึ่งขณะนี้ควรได้รับการพักผ่อนเพื่อ  
ฟื้นฟู) เพื่อเป็นการลดจำนวนคนเข้าไปรบกวนปะการังของจริง

โดยภาครัฐสามารถเลือกพื้นที่ทรายลึกแห่งในแหล่งดำน้ำอันเป็นที่นิยม จะเป็นจุดที่มีแต่ทรายหรือมีก้อน  
หิน แต่ไม่ใช่แนวปะการังหรือแหล่งดำน้ำที่ผู้คนนิยม ซึ่งหากเรานำประติมากรรมลงไปวางไว้ กระตุ้น  
ความสนใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวก็สามารถกระตุ้นความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะการ  
ดำน้ำแบบ **Check Dive (หมายถึง การดำน้ำครั้งแรกในทริป)**

ยกตัวอย่าง เช่น พื้นที่ทรายความลึก 10 – 18 เมตร เนื้อที่ประมาณ 2 ไร่ น้ำใสพอมองเห็นได้ไกล มีประติมากรรม  
ขนาดสูง 1.5 – 2.0 เมตรเรียงรายเป็นจุดๆ ทั้งหมด 12 อันหรือ 12 นักชัต (เช่น อาจจะเป็นรูปเด็กน้อยวิ่งไล่หนูหรือ  
"ชีวดู") จุดขาย คือ การดำน้ำเพื่อหาปีเกิดของตนเองและถ่ายรูปไว้เป็นที่ระลึก ซึ่งหากมีการพลัดปลั้งตะโดนก็  
สามารถซ่อมแซมได้ (เพราะทำจากไฟเบอร์หรือวัสดุคงทนอื่นๆ)

ในความเป็นจริง นโยบายในส่วนนี้มีเป้าหมายหลักมิใช่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่เพื่อดึงนักดำน้ำออก  
จากแนวปะการังจริง ซึ่งอาจทำให้จำนวนนักดำน้ำในแนวปะการังลดลง และสิ่งมีชีวิตใต้ทะเลมีโอกาสฟื้น  
ตัวมากขึ้น ซึ่งแน่นอนว่า อาจมีผลพลอยได้โดยการเกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่นักดำน้ำให้ความสนใจ  
เป็นหนึ่งในตัวชูโรงสำหรับอุตสาหกรรมดำน้ำในรูปแบบใหม่ และอาจเกิดประโยชน์ต่อคนในพื้นที่อีกด้วย

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประติมากรรมใต้น้ำเพื่อส่งเสริมแหล่ง/จุดดำน้ำ  
ใหม่ๆอาจส่งผลพลีที่ดีทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ กล่าวคือ

#### ผลในเชิงคุณภาพ

- ลดความเสียหายของปะการังและแหล่งดำน้ำ
- เพิ่มพื้นที่และรูปแบบการเรียนรู้ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม 'นอกห้องเรียน'  
ให้เยาวชนท้องถิ่น และผู้มาเยือน
- เป็นการประชาสัมพันธ์ทางอ้อม เพื่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปะ วัฒนธรรม และ  
ประวัติศาสตร์ ในแนวทางอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

#### ❖ ผลในเชิงปริมาณ

- จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ประสงค์จะเดินทางมาชมงานศิลปะ และประวัติศาสตร์ ในวิธีนำเสนอที่มีความโดดเด่น
- มีประโยชน์ต่อการอนุบาลสัตว์ทะเล เพื่อเศรษฐกิจชุมชน
- เป็นการประหยัดงบประมาณสัมพันธด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพราะจะได้รับความสะดวกจากสื่อมวลชนทั่วโลก มีการประชาสัมพันธ์ทางอ้อมจากความประทับใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังสามารถเพิ่มกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงศิลปะ วัฒนธรรมได้อย่างต่อเนื่อง

#### 4 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่อย่างเคร่งครัด

ความไม่เข้มงวดของหน่วยงานภาครัฐในการที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือตามกฎหมายที่มีอยู่ โดยปล่อยให้มีการขออนุญาตจดทะเบียนบริษัทกันแบบไม่จำกัดจำนวน ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้หากไม่มีการจำกัดจำนวนหรือปริมาณ ในระยะยาวจะมีผลเสียมากกว่าผลดี คือแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลาย ประการที่มีอยู่หากถูกรบกวนมากก็จะตาย และไม่สามารถฟื้นกลับคืนมาได้ ดังนั้นแนวทางในการดำเนินการในส่วนนี้อาจจะเป็นไปในแนวทางดังต่อไปนี้

- ❖ เพิ่มความเข้มงวดในการดูแลนักท่องเที่ยวแบบดำน้ำตื้น (Snorkeling)
- ❖ ป้องกันการลักลอบทำการประมงผิดกฎหมายในพื้นที่แนวปะการังโดยองค์การของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (ยกตัวอย่าง เช่น กรมประมง กรมเจ้าท่า กรมอุทยาน เป็นต้น) ต้องกำกับดูแลพื้นที่ในการทำประมงให้เข้มงวดมากกว่าในปัจจุบัน เนื่องจากการลักลอบเข้าไปจับปลาในเขตอุทยานทำให้จำนวนของปลาลดลง และยังทำลายทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลอีกด้วย โดยเหตุผลหลักมาจากการจอดเรือ โดยไม่ได้ผูกกับทุ่นจอดเรือแต่เป็นการทิ้งสมอลงในทะเลแทน ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายกับปะการังและแนวปะการังใต้ทะเล
- ❖ ควบคุมการก่อสร้างบริเวณใกล้ชายฝั่ง เพราะการพัฒนาที่ดินตามแนวชายฝั่งทะเลอาจสร้างความเสียหายให้กับทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลในเรื่องของการทิ้งตะกอนลงในทะเล หรือการปนเปื้อนของของเสีย (เช่น เศษหิน เศษไม้ ตะกอนของปูน เป็นต้น)
- ❖ ควบคุมมาตรฐานของเรือที่จะเข้าในแนวปะการังและที่พิกใกล้เคียง
- ❖ บริหารจัดการองค์กรที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลแนวปะการังให้มีคุณภาพ
- ❖ มีมาตรการในการบริหารรายได้จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมดำน้ำในเขตอุทยานแห่งชาติ
- ❖ กำหนดพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวและช่วงเวลาในการเปิดให้ประชาชนมาท่องเที่ยว เพื่อเป็นการหมุนเวียนให้มีการฟื้นฟูสภาพของทรัพยากรในแต่ละพื้นที่
- ❖ การกำหนดเส้นทางเรือท่องเที่ยว ตำบลที่จอดเรือ ด้วยการวางทุ่นหมายเขตและทุ่นผูกเรือ
- ❖ ตรวจสอบการดำเนินธุรกิจหลังการจัดตั้ง โดยสอบถามความคิดเห็นหรือตรวจใบอนุญาตดำน้ำ เพราะกลุ่มคนเหล่านี้ เป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องของความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว แต่ในความเป็นจริงภาครัฐยังไม่สามารถตรวจสอบได้ครบถ้วนและยังไม่สามารถควบคุมได้ จึงก่อให้เกิดปัญหาขึ้น

- ❖ ภาครัฐอาจต้องเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนแหล่งเงินทุนในการปรับปรุงมาตรฐานของเรือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำน้ำเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำลึก
- ❖ ติดตามและตรวจสอบการฟื้นฟูแนวปะการัง โดยติดตามตรวจสอบและปรับปรุงแผนที่สภาพแนวปะการัง จัดทำพื้นที่สาธิตในการย้ายปลูกและการเพิ่มพื้นที่การลงเกาะของตัวอ่อนปะการัง ตลอดจนติดตามตรวจสอบและควบคุมมลพิษจากแผ่นดิน

### สำหรับผู้ประกอบการ

- ❖ ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำที่มากขึ้นทะเลเบียนและมีใบอนุญาตจะต้องแจ้งให้ภาครัฐที่ตนเองอยู่ภายใต้การควบคุมและดูแลทราบว่าประกอบการที่จุดใดบ้าง นำนักท่องเที่ยวลงไปดำน้ำกี่คน ที่จุดไหน ไปกี่วัน และรายได้ที่เกิดขึ้นด้วย เพื่อเป็นผลประโยชน์ให้กับภาครัฐในเชิงสถิติและการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านนี้ ตลอดจนจะส่งผลดีให้การจัดเก็บภาษีอีกด้วย
- ❖ ทำการปรับปรุงมาตรฐานของเรือและอุปกรณ์ที่มีไว้บริการนักท่องเที่ยว เนื่องจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำมีความคิดเห็นว่าจะจ่ายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำเป็นจุดต่อของประเทศไทย โดยมีประเด็นที่ต้องปรับปรุงดังนี้
  - The organization of water entries and exits
    - การวางแผนในการขึ้นหรือลงเรือให้กับนักดำน้ำมีความสำคัญ โดยจะต้องดูทั้งกระแสน้ำ (คลื่น) และกระแสนลม เพื่อเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับนักดำน้ำ
  - The dive boat service
    - การบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นพนักงานที่อยู่บนเรือจะต้องมีความพร้อมในการบริการและต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในเวลาที่เกิดอุบัติเหตุได้
  - Rental dive equipment
    - การรักษาคุณภาพของอุปกรณ์ที่มีไว้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญ เนื่องจากการดำน้ำเป็นการท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยง ดังนั้นอุปกรณ์ที่ดีและมีคุณภาพจะช่วยลดปัญหาหรืออุบัติเหตุที่ไม่คาดคิดได้
  - Dive briefings before each dive and underwater knowledge of dive master
    - การอธิบายถึงสภาพใต้น้ำก่อนการลงดำน้ำในจุดต่างๆ ถือว่ามีความสำคัญเช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่มีความคุ้นเคยเท่ากับ dive master ดังนั้นควรให้คำอธิบายที่ชัดเจนถึงพื้นที่ที่สามารถดำน้ำได้หรือไม่สามารถดำน้ำได้ เนื่องจากกระแสน้ำใต้ทะเลมีความผันผวนและมีความแรงที่แตกต่างกัน ซึ่งหากนักท่องเที่ยวไม่มีความรู้และความเข้าใจในจุดนี้อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ (อาจถูกกระแสน้ำพัดออกไปจนไม่สามารถว่ายน้ำกลับมาขึ้นเรือได้)

- ปัจจุบันธุรกิจสอนดำน้ำและทัวร์ดำน้ำได้เกิดขึ้นมากมายในประเทศไทย เป็นเหตุให้เกิดการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจึงหันมาเล่นสงครามราคาเพื่อให้ได้จำนวนลูกค้ามากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มนี้ไม่ได้เป็นนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพอย่างที่รัฐบาลต้องการ ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลของประเทศไทยเสียหายเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรทำการคัดเลือกกลุ่มลูกค้าด้วย ไม่ใช่เพียงแค่หวังจะสร้างรายได้ให้กับตนเองเพียงฝ่ายเดียวโดยไม่คำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลของประเทศไทย

### สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสทางการตลาดในแต่ละประเทศ
  - จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำที่น่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มที่มีใบอนุญาตอยู่ในระดับ open water หรือ advanced open water ซึ่งผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำกลุ่มนี้มีจำนวนมากที่สุด
  - เรื่องความสามารถของนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำในระดับ open water นั้นต้องระวังในเรื่องของประสบการณ์ในการดำน้ำ เพราะถือว่าเป็นประเด็นที่มีอิทธิพลต่อทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำกลุ่มนี้ยังไม่ค่อยมีทักษะในการทรงตัวและอาจยังขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรอยู่
  - หากมองในหัวข้อของช่วงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำที่เป็นกลุ่มเป้าหมายจะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25 – 40 ปีเป็นหลัก ไม่ว่าจะมาจากประเทศใดก็ตาม
- กลยุทธ์/วิธีการทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเป้าหมาย
  - จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำมักจะหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ททท. ควรที่จะสร้างเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการดำน้ำในประเทศไทยขึ้นมาอย่างเป็นทางการและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสำนักงานสาขาในแต่ละประเทศที่ตั้งอยู่เพื่อให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำเป้าหมายสามารถเข้าไปหาข้อมูลที่ตนเองต้องการได้โดยตรง
  - เนื้อหาที่ควรจะนำเสนอในเว็บไซต์ต้องประกอบด้วย
    - แหล่ง/จุดดำน้ำที่มีชื่อเสียงและที่มีอยู่ในปัจจุบัน
    - จุดขายของแต่ละแหล่ง/จุดดำน้ำ ว่ามีปะการังหรือสัตว์ใต้น้ำหายากชนิดใดบ้าง
    - ความยาก-ง่ายของแต่ละแหล่ง/จุดดำน้ำ โดยอาจจะใช้ระดับใบอนุญาตของ PADI ในการเปรียบเทียบเป็นเกณฑ์
    - อุณหภูมิและช่วงเวลาที่เหมาะสมในการมาดำน้ำในแต่ละแหล่ง/จุดดำน้ำในประเทศไทย
    - รายชื่อของผู้ประกอบการทั้งฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทย พร้อมเบอร์หรือ email ที่สามารถใช้ในการติดต่อได้จริง

- การจัด event หรือ roadshow อาจจะไม่มีความจำเป็น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำจะหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลักอยู่แล้ว แต่อาจจะมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์หรือไปปลิว/แผ่นพับเพื่อนำไปวางไว้ที่สนามบินของประเทศคู่แข่ง เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำตลาดมากขึ้น
- ❖ กำหนดตำแหน่งทางการตลาดสำหรับประเทศไทย
  - ตำแหน่งทางการตลาดของประเทศไทยควรจะผนวกในเรื่องของความตื่นเต้น ความท้าทายและความสวยงามที่เกิดขึ้นจากแหล่ง/จุดดำน้ำใหม่ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม สำหรับแหล่ง/จุดดำน้ำเดิมก็ไม่ควรละเลย ททท.ควรจะทำกรโปรโมทควบคู่กันไป
  - ฝั่งอันดามันอาจจะกำหนดให้เป็นแหล่งดำน้ำที่มีความตื่นเต้นท้าทายสวยงาม ทั้งจากทรัพยากรธรรมชาติใต้ทะเลและจุดดำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น
  - ฝั่งอ่าวไทย (โดยเฉพาะเกาะเต่า) อาจจะกำหนดให้เป็นแหล่งเรียนดำน้ำสำหรับนักดำน้ำมือใหม่หรือเป็นแหล่งผลิตนักดำน้ำที่มีคุณภาพในอันดับต้นๆของโลก
- ❖ แนวทางและช่องทางการส่งเสริมการตลาดร่วมกับผู้ประกอบการสินค้าและบริการดำน้ำ
  - ณ ปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจดำน้ำโดยส่วนใหญ่จะใช้ word of mouth เป็นหลักในการโฆษณา ควบคู่ไปกับการใช้ agency และเว็บไซต์ในการส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์ต่างๆ ซึ่งถือว่ายังไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร ดังนั้น ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในข้างต้น ททท. ควรเป็นแกนหลักในการประชาสัมพันธ์โดยการสร้างเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการดำน้ำโดยตรงและรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการไว้บนเว็บไซต์เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ
  - สำหรับในช่องทางที่ผู้ประกอบการสามารถทำหรือเข้าร่วมกับ ททท. ได้ มีดังนี้
    - เข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย Dive Expo ในแต่ละปี
    - เผยแพร่ข้อมูลของบริษัทตนเองผ่านบริษัทนำเที่ยว โรงแรม หรือสมาคมนักดำน้ำต่างๆ
    - เข้าร่วมกับ ททท. ในการสร้าง/ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการสร้างเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการดำน้ำ

- สำหรับแนวทางในการร่วมมือกับบัตรเครดิตและสายการบิน สามารถทำได้ดังนี้
  - ททท. อาจทำรายการที่เกี่ยวข้องกับการดำน้ำในประเทศไทยและขอความร่วมมือจากสายการบินต่างๆในการเปิดให้กับผู้โดยสารบนเครื่องบินขณะเดินทาง โดยไม่จำเป็นต้องจะเป็นเที่ยวบินที่มาจากประเทศไทยหรือไม่ แต่อาจจะเป็นเที่ยวบินที่มาในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเราต้องการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งสอนดำน้ำในอันดับต้นๆของโลก ดังนั้น รายการดังกล่าวจึงควรที่จะเปิดในทุกเที่ยวบินที่มาจากประเทศไทย เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดความสนใจและอยากมาเรียนดำน้ำมากขึ้น
  - สำหรับแนวทางในการส่งเสริม/ร่วมมือกับบัตรเครดิตรั้น กลุ่มเป้าหมายน่าจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำชาวไทยมากกว่าชาวต่างประเทศ เนื่องจากโปรโมชันที่เกิดขึ้นจะเป็นโปรโมชันที่ใช้ได้กับบัตรเครดิตที่ออกในประเทศไทยเท่านั้น ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจดำน้ำสามารถติดต่อไปยังบัตรเครดิตต่างๆเพื่อเข้าร่วมกับโปรแกรมส่วนลดของบัตรเครดิตเพื่อกระตุ้นความสนใจกับนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำชาวไทย อีกทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้ (Awareness) ให้กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะทำให้รู้จักกับบริษัทของผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากบัตรเครดิตจะมีการส่ง email และแผ่นพับไปให้ลูกค้าอยู่เป็นประจำ

#### ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ท้ายสุดนี้ ที่ปรึกษามีความคิดเห็นว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำลึก (Scuba diving) ยังไม่ควรที่จะทำ หากเรายังไม่สามารถปรับปรุง ติดตาม ตรวจสอบ ดูแล และบังคับใช้กฎหมายต่างๆ ตามที่เสนอไว้ในข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้ เนื่องจากในปัจจุบัน ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลของประเทศไทยมีความเสื่อมโทรมมาก ดังนั้นการส่งเสริมให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำเพิ่มมากขึ้นอาจจะส่งผลกระทบต่อสร้างความเสียหายให้กับทรัพยากรฯได้

อย่างไรก็ตาม การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มดำน้ำในแต่ละแหล่ง/จุดดำน้ำอาจไม่มีความสำคัญเทียบเท่ากับการควบคุมคุณภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เนื่องจากจำนวนคนมีผลกระทบน้อยกว่าการขาดประสบการณ์ในการดำน้ำ ยกตัวอย่าง เช่น หากเรามีนักดำน้ำที่มีประสบการณ์และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรฯ จำนวน 100 คนต่อจุดดำน้ำแห่งหนึ่ง อาจจะดีกว่าการที่มีนักดำน้ำที่ไม่มีประสบการณ์และขาดจิตสำนึกจำนวน 50 คนก็เป็นได้ เพราะนักดำน้ำที่มีประสบการณ์มากกว่าจะสามารถพยุงตัวและควบคุมการทรงตัวของตนเองได้ดีกว่านักดำน้ำมือใหม่ และนักดำน้ำที่มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ก็จะช่วยสอดส่องและดูแลทรัพยากรฯในขณะที่ลงดำน้ำด้วย

สำหรับข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ มีดังนี้

- ❖ ควรมีการศึกษาวิจัยและติดตามการเปลี่ยนแปลงสภาพแนวปะการัง หรือสนับสนุนงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงสัตว์ทะเลที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เพื่อเปลี่ยนแนวทางในการดำรงชีวิตหรืออาชีพของกลุ่มที่ทำประมงผิดกฎหมาย
- ❖ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลที่ถูกต่องถึงสถานการณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว
- ❖ ควรมีการจัดนิทรรศการและการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ให้ตระหนักถึงความจำเป็นในการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเล
- ❖ ควรฝึกอบรมเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชายฝั่งและการดูแลทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลในเรื่องของความเข้าใจที่ถูกต่องสำหรับกฎหมายและการบังคับใช้
- ❖ จัดทำฐานข้อมูลปะการังและสัตว์ทะเลในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ เพื่อประโยชน์ในการติดตามและดูแลทรัพยากรฯ
- ❖ ศึกษาขีดความสามารถของแหล่ง/จุดดำน้ำในการรองรับนักท่องเที่ยว (หากต้องการให้มีการบังคับใช้)
- ❖ จัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติใต้น้ำ พร้อมแผ่นข้อมูลกันน้ำแสดงรายชื่อปะการัง และสิ่งมีชีวิตในแนวปะการัง
- ❖ สนับสนุนทางวิชาการแก่ชุมชนท้องถิ่นและภาคเอกชนเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการแนวปะการัง และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ





