

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลฝั่งตะวันออก (Active beach) ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด โดยถูกกำหนดขึ้นตามประกาศพระราชกฤษฎีกาเบกษา ว่าด้วย ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก พ.ศ. 2559-2563 (ค.ศ. 2015-2019) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ คือ “การท่องเที่ยวชายทะเล สีสันตะวันออกกระดับสากล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงสู่กัมพูชาและเวียดนาม” โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่เน้นการเพิ่มคุณค่า (Value added) การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมาตรฐานความปลอดภัยในระดับสากล เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวประเทศกัมพูชาและเวียดนาม โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่สำคัญ กล่าวคือ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างระบบกระตุ้นและขับเคลื่อนเครือข่ายการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวในทุกระดับของคลัสเตอร์การท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมและธรรมาภิบาล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวหาดทราย ชายทะเล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่แหล่งท่องเที่ยวมาตรฐานสากล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างนวัตกรรมการตลาดส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวสมัยใหม่ (Modern marketing) เพื่อรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวเดิม และเพิ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวหาดทราย ชายทะเลสู่การท่องเที่ยวสีเขียวเชื่อมโยงกันภายในคลัสเตอร์ ระหว่างคลัสเตอร์ และเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กัมพูชาและเวียดนาม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 เร่งสนับสนุนและขับเคลื่อนมาตรการด้านความปลอดภัยมาตรฐานธุรกิจการท่องเที่ยวและการใช้ที่ดิน

จากยุทธศาสตร์ฯ ฉบับดังกล่าว มีความสอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์การท่องเที่ยวในเขตจังหวัดชลบุรี จันทบุรี ระยอง และตราด เพราะเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลฝั่งตะวันออก ล้วนแล้วแต่เป็นเขตพื้นที่ท่องเที่ยวหลักสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย อีกทั้งยังมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมาเยือนจำนวนมาก โดยมีเมืองท่องเที่ยวหลักที่มีชื่อเสียงใน

ระดับนานาชาติ คือ เมืองพัทยา เกาะช้าง และเกาะเสม็ด และยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากทุกภูมิภาค เนื่องจากมีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม นอกจากนี้ ในพื้นที่ดังกล่าวยังเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยพบว่าใน ปี 2559 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 9,716,330 คน โดยจังหวัดชลบุรีมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด จำนวน 8,636,951 คน รองลงมา คือ จังหวัดระยอง จำนวน 510,679 คน จังหวัดตราด จำนวน 487,838 คน และจังหวัดจันทบุรี จำนวน 80,862 คน ตามลำดับ ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวปี พ.ศ.2559

จังหวัด	นักท่องเที่ยวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน	รายได้ (ล้านบาท)
ชลบุรี	7,615,058	44,014.17	8,636,951	162,257.71
ระยอง	6,419,164	26,383.53	510,679	4,230.91
จันทบุรี	1,862,998	5,311.73	80,862	389.26
ตราด	1,490,651	9,226.56	487,838	6,559.28
รวม	17,387,871	84,935.99	9,716,330	173,437.16

ที่มา: กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2562)

หากเมื่อกล่าวถึงศักยภาพและความเป็นไปได้เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ กระตุ้นการค้าการลงทุนด้วยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตท่องเที่ยวภาคตะวันออก พบว่า นโยบายรัฐบาลได้มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาโดยได้มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณให้ความสำคัญกับตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ จากความพร้อมทางด้านฐานทรัพยากรอันทรงคุณค่าตลอดจนศักยภาพทางธุรกิจของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว แล้วนั้น กลุ่ม Active beach นับเป็นกลุ่มจังหวัดที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวตามแนววิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ที่เน้นในเรื่อง การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และสินค้าบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์วิถีไทยที่มีแนวทางในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม

และนิเวศ (Ecotourism) เป็นต้น ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการ ซึ่งส่งเสริมอัตลักษณ์และภูมิปัญญาไทย อีกทั้งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 13 ของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก
ค่าใช้จ่าย 8.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ประเทศที่มีขนาดตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหญ่ที่สุด 20 อันดับแรกของโลก ในปี 2556

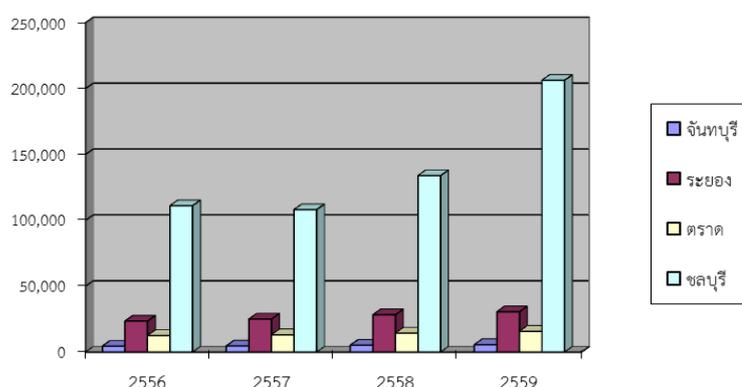
ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)	นักท่องเที่ยว (คน)	ค่าใช้จ่าย (พันล้านดอลลาร์)	อันดับในปี 2556 (อันดับในปี 2555)
สหรัฐอเมริกา	148.6	1,836,311	180.7	1 (1)
เยอรมนี	50.2	490,092	46.2	2 (2)
ฝรั่งเศส	25.8	259,295	27.2	3 (4)
ญี่ปุ่น	36.0	194,606	22.2	4 (3)
ออสเตรีย	12.1	143,779	15.7	5 (5)
แคนาดา	23.1	191,423	14.8	6 (6)
อิตาลี	6.6	143,237	13.3	7 (8)
สวิตเซอร์แลนด์	11.6	101,266	12.7	8 (9)
จีน	30.1	1,037,685	12.3	9 (11)
สหราชอาณาจักร	18.9	163,187	12.0	10 (7)
แคนาดา	12.0	392,043	10.5	11 (10)
อินเดีย	32.7	5,113,703	9.2	12 (16)
ไทย	8.3	537,312	8.8	13 (14)
สเปน	11.3	77,313	7.9	14 (12)
เกาหลีใต้	15.6	121,918	5.8	15 (13)
ออสเตรเลีย	4.6	55,650	5.3	16 (15)
อินโดนีเซีย	4.0	433,868	4.8	17 (41)
เช็กีย	10.3	127,763	4.6	18 (17)
ตุรกี	8.7	57,979	4.5	19 (20)
โปรตุเกส	3.6	74,446	3.4	20 (18)

ภาพที่ 1.1 การจัดอันดับประเทศไทยให้เป็นตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับที่ 13 ของโลก
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552)

จากภาพที่ 1.1 จะเห็นว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและความพร้อมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) ซึ่งอยู่ที่อันดับ 13 ของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก โดยมีเอกลักษณ์ที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยเป็นส่วนหนึ่งของการนำภูมิปัญญาตามแนวทาง และศาสตร์ในการดูแลสุขภาพดั้งเดิมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการบริการทางสุขภาพ

ส่งผลให้การบริการเชิงสุขภาพของไทยมีความหลากหลายและมีความโดดเด่น จนเป็นที่ยอมรับและรู้จักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นแนวทางการดูแลสุขภาพองค์รวม การนวดไทย ฤาษีดัดตน การฟื้นฟูจิตใจ และร่างกาย ควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพองค์รวม ตลอดจนการล้างพิษ และการดูแลอาหารการกินตามธาตุเจ้าเรือน สิ่งเหล่านี้ทำให้การบริการทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย มีบริบทเฉพาะที่สามารถรองรับความต้องการในทุกระดับตั้งแต่ High-end ไปจนถึงผู้ใช้บริการในระดับทั่วไป ซึ่งจะรวมการท่องเที่ยว ประเภทนี้ไว้เป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการนำเที่ยวของกรุ๊ปทัวร์ และแพ็คเกจทัวร์ หรือการบริการเสริมของที่พัก อาทิ สปา รีสอร์ท เป็นต้น ซึ่งในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อการดูแลสุขภาพเป็นหลักยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควรโดยส่วนใหญ่จะผนวกกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นเข้าด้วยกัน แต่มีการดูแลสุขภาพไปด้วย อาทิ ทัวร์แพทย์แผนไทย ทัวร์อาหารสมุนไพร ทัวร์เกษตรธรรมชาติ ทัวร์สมุนไพรชนบท ทัวร์น้ำพุร้อน อาบน้ำแร่ ทัวร์ฝึกสมาธิ บำเพ็ญภาวนา และทัวร์แหล่งธรรมชาติ เป็นต้น

ทั้งนี้หากมีการประมาณการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตั้งใจเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อใช้บริการเชิงสุขภาพหรือนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourists) มีเพียงร้อยละ 1.1% (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเชิงสุขภาพ (Wellness tourists) ในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) ประมาณ 106,880 คน (โดยค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนประมาณ 2,000 เหรียญสหรัฐ) ดังนั้นประมาณการได้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (Wellness tourists) สร้างรายได้ประมาณ 7,481 ล้านบาท โดยสรุปประมาณการว่าขนาดของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน Active Beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) ประมาณอย่างน้อย 11,160 ล้านบาทต่อปี¹ คิดเป็น 4.32% ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) ซึ่งนับได้ว่ามีขนาดของตลาดที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงมาก



ภาพที่ 1.2 แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลฝั่งตะวันออก (ล้านบาท)

¹ จากการประมาณการ

จากตารางที่ 1.2 แสดงถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดในกลุ่ม Active beach นับตั้งแต่ปี 2556-2559 พบว่า มีแนวโน้มของเม็ดเงินทางเศรษฐกิจสูงขึ้นเป็นลำดับ กล่าวคือ ในปี 2556 กลุ่มคลัสเตอร์ แอคทีฟ บีช มีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 151,826.00 ล้านบาท ในปี 2557 มีรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงเหลือ 151,112.82 ล้านบาท ในปี 2558 รายได้จากการท่องเที่ยวปรับตัวสูงขึ้นเป็น 182,026.36 ล้านบาท และ ปี 2559 มีรายได้เพิ่มสูงถึง 258,373.15 ล้านบาท ซึ่งขยับตัวสูงขึ้น 15 เปอร์เซ็นต์ภายในระยะเวลา 4 ปี

ดังนั้น ภาครัฐ ควรสนับสนุนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทะเลฝั่งตะวันออก (Active beach) ด้วยการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวให้เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่สอดคล้องกับความเป็นไทย ลดปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวและการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

ด้วยเหตุผล ที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้คณะผู้วิจัยศึกษา “การวิจัยตลาดเชิงลึกและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) เพื่อเจาะตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ โดยยกนำข้อมูลมาวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า ตลอดจนการพัฒนาโจทย์วิจัยของชุดโครงการนี้ร่วมกับภาคเอกชน ได้แก่ โรงแรมที่มีแผนกสปา โรงแรมที่เป็นที่พักของนักท่องเที่ยวระยะยาว Day spa บริษัท นำเที่ยว และสามารถสรุปความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากภาคเอกชนที่ร่วมทุนกับโครงการ เพื่อนำไปสู่การวางแผนธุรกิจเพื่อให้รองรับกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างมีกลยุทธ์ โดยเฉพาะต้องการเปิดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ตลาดชาวจีน ชาวยุโรป และตะวันออกกลาง เป็นต้น โดยมุ่งหวังให้พื้นที่ในจังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economics Corridor Development – EEC) ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิจัยการตลาดเชิงลึกและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด)
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับเจาะตลาดใหม่ที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด)

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1) การพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาดังนี้

1.1.1) ตัวแปรต้น ประกอบไปด้วย

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ประเทศ อายุ เพศ การศึกษา ระดับรายได้)
- ลักษณะบุคลิกลักษณะ (ความสนใจทางด้านการท่องเที่ยว)
- วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.1.2) ตัวแปรอิสระ

- ความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ความสนใจผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ความต้องการสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.2) ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active Beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด)

มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาดังนี้

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ประเทศ อายุ เพศ การศึกษา ระดับรายได้)
- รูปแบบการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

1.3) พัฒนากลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) เพื่อเจาะตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1) การพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) มีประชากรคือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด โดยทำการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,600 คน และชาวต่างชาติ จำนวน 1,600 คน

2.2) การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) ประชากร คือ สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 20 แห่ง

2.3) พัฒนากลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) เพื่อเจาะตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ มีการจัดประชุมกลุ่มย่อย ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน อย่างน้อย 40 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ครอบคลุมจังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด

4. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยนี้ใช้เวลา 12 เดือน

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

การตลาดเชิงลึก (Marketing) หมายถึง รูปแบบการตลาดแบบใหม่ ที่เจาะลึกไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น ตามช่วงอายุ ตามประเทศของนักท่องเที่ยว ตามกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจโดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพรการฝึกปฏิบัติสมาธิ เป็นต้น

Active beach (แอกทีฟ บีช) หมายถึง กลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวฝั่งทะเลภาคตะวันออก ประกอบด้วย ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีชายหาดที่สวยงามเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ได้แก่

1.1) สถานประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถนำผลการศึกษาพฤติกรรมและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active beach มากำหนดเป็นแผนการตลาดเฉพาะกลุ่มของธุรกิจเพื่อสร้างบริการมูลค่าสูง (High value)

1.2) บริษัททัวร์สามารถนำผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม Active Beach มากำหนดเป็นแผนการตลาดเฉพาะกลุ่มของธุรกิจเพื่อสร้างบริการมูลค่าสูง (High value)

2. ประโยชน์ในเชิงสาธารณะ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สามารถนำผลผลิต (Output) ของโครงการนำไปสู่การส่งเสริมการตลาดในการกระตุ้นการตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง โดยเฉพาะตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเดินทางมาท่องเที่ยวสุขภาพใน Active Beach (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) มากขึ้น เพื่อยกระดับให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชีย (Wellness hub of Asia)

3. ประโยชน์ในเชิงวิชาการ สามารถตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ