หัวข้อวิจัย	การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราด เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้
ผู้ดำเนินการวิจัย	รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณี สวนเพลง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ทองตัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุดา หาญภาคภูมิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรนุช ฉายศิริโชติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรมาลย์ บุญธรรม อาจารย์จารุณี วิเทศ
หน่วยงาน	โรงเรียนการเรือน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2562

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด (2) เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด (3) เพื่อหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) มีกระบวนการศึกษาแบบบูรณาการ ทั้งการวิจัยเชิงเชิงปริมาณ (Quantitative research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และ การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม (Research & Development) มีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

(1) ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 800 คน เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด และมีการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 30 คน เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

(1.1) การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดจันทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 35 - 44 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชนมาก มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมากกว่า 3 ครั้ง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 1,000 – 4,999 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=3.22, SD=1.04) มีความสนใจบริการนวด อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.50, SD=1.02) มีความพึงพอใจโดยรวมและคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.41,SD=0.86) ด้านศักยภาพของการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดจันทบุรี ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.71,SD=0.85) นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดจันทบุรีมีทรัพยากรท้องถิ่น สวนผลไม้ ชายหาด ที่เอื้อต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.85, SD=0.85) รองลงมา คือ จังหวัดจันทบุรีมีวัตถุดิบและพืชสมุนไพร ที่เอื้อต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.73, SD=0.83) จังหวัดจันทบุรีมีบริบท อาทิ สภาพอากาศ ภูมิทัศน์ ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.71,SD=0.90) ตามลำดับ

(1.2) การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตราด พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 45 - 59 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดตราดเป็นครั้งที่ 2 – 3 ใช้รถยนต์ส่วนตัว เดินทางกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด นิยมพักค้างคืน 2 คืน มีค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางประมาณ 10,000 – 14,999 บาท มีค่าใช้จ่ายส่วนของที่พักที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายในราคาต่ำกว่า 1,000 บาท มีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและของที่ระลึกในราคาประเภทละ 1,000 – 4,999 บาท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่ามีความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภาพรวมมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=2.90,SD=0.88) มีความสนใจการบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ เช่น ทานอาหารสุขภาพ อาหารชีวจิต และอาหารมังสวิรัติ อยู่ในระดับมาก มี($\overline{X}$= 3.52, SD=0.73) ความพึงพอใจโดยรวมและคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดตราด ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.57, SD=0.69) โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้ท่านมีสุขภาพกายที่ดีขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.81, SD=0.67) ด้านศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดตราด ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.82,SD=0.56) อันดับหนึ่ง นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดตราดมีอัตลักษณ์ วิถีชีวิตและภูมิปัญญา ที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.88,SD=0.60) รองลงมา คือ จังหวัดตราดมีบริบท อาทิ สภาพอากาศ ภูมิทัศน์ ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.84,SD=0.55) และจังหวัดตราดมีทรัพยากรท้องถิ่น สวนผลไม้ ชายหาด ที่เอื้อต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.82,SD=0.54) ตามลำดับ

(1.3) การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดจันทบุรีและตราด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 - 100,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ร้อยละ 44.75 เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดตราดเป็นครั้งที่ 2 – 3 เดินทางมากับบริษัททัวร์ นิยมพักค้างคืน 2 - 5 คืน มีค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางประมาณมากกว่า 400 ดอลลาร์สหรัฐ มีค่าใช้จ่ายส่วนของที่พักที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายในราคามากกว่า 200 ดอลลาร์สหรัฐ มีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารตลอดการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตราด และซื้อของที่ระลึกประเภทละมากกว่า 200 ดอลลาร์สหรัฐ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า มีความสนใจในเรื่องการนวด เช่น นวดแผนไทย ($\overline{X}$=4.24, SD=1.02) การใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พบว่ามีความสนใจตำรับอาหารเพื่อสุขภาพ ($\overline{X}$=4.39,SD=0.82) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยวิ่ง มีความสนใจการว่ายน้ำ ($\overline{X}$=3.52,SD=1.12) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยเป็นจิต

อาสา มีความสนใจที่จะเป็นจิตอาสา ($\bar{X}$=4.10,SD= 1.04) มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ($\bar{X}$=3.95,SD= 1.07)

(1.4) การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด พบว่า (1) แหล่งท่องเที่ยว พบว่ามีหลากหลายรูปแบบทั้งในส่วนที่เป็นชายฝั่งทะเลและส่วนที่เป็นสวนผลไม้ อีกทั้งยังเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้แก่ กัมพูชา และเวียดนาม ทำให้เกิดการไหลของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่มีการจัดการเชิงสุขภาพที่น่าสนใจ เช่น บ้านช้างทูล เป็นต้น (2) โรงแรม/สปา ส่วนมากจะเป็นโรงแรมขนาดเล็กและขนาดกลาง มีโรงแรมที่มีสปาและมีโปรแกรมของทางรีสอร์ทจะเน้นรับลูกค้าที่ต้องการมีสุขภาพดีด้วยการ detox ไม่มากนักที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ (3) ร้านอาหาร นับได้ว่าเป็นจุดแข็งของพื้นที่ มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของกลุ่มชุมชน ทำให้เกิดความหลากหลายของอาหารท้องถิ่น ประกอบการมีพืชผัก ผลไม้ และพืชสมุนไพรที่ขึ้นชื่อของประเทศสามารถนำใช้พัฒนาตำรับอาหารเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดี (4) บริษัทนำเที่ยว ความพร้อมของบริษัททัวร์ที่มีอย่างเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดในปัจจุบัน แหล่งท่องเที่ยวที่มีอย่างหลากหลาย ความเข้มแข็งของชุมชนและความหลายหลายของชาติพันธุ์ท้องถิ่น ความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบที่จะนำมาสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ณ ปัจจุบัน ในส่วนของบริษัททัวร์ จึงมีการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

(2) ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด มีกระบวนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม (Research & Development) ได้แก่ การพัฒนาตำรับอาหารเชิงสุขภาพ ได้แก่ เค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรอง, ครีมคัสตาร์ดมะม่วงลดความหวาน, ครีมคัสตาร์ดทุเรียนลดความหวาน และตำรับผลิตภัณฑ์สปา ได้แก่ ครีมขัดผิวกระวาน,ครีมนวดตัวพริกไทยดำ,ครีมพอกผิวถ่านมังคุด,แชมพูสปามังคุด, ครีมนวดผมมังคุด และน้ำมันนวดตัว

(3) แนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) เป็นการการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีทั้งหมด 8 แนวทางได้แก่ (1) กำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดหลักได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior tourist) (2) เจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกำลังซื้อสูง (3) พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพ (4) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (5) โปรโมตอาหารเชิงสุขภาพจากพืชผักสมุนไพรในท้องถิ่น (6) พัฒนาทักษะของผู้ให้บริการทางด้านสุขภาพ (7) พัฒนาตราสินค้าและให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Brand Destination) (8) เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน และ (9) ใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ (9.1) วิเคราะห์ธุรกิจและวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อรองรับการนำใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (9.2) อบรมให้ความรู้ และพัฒนาทักษะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ให้กับพนักงานและธุรกิจ (9.3) สร้างการตลาดออนไลน์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (9.4) วิเคราะห์ธุรกิจและเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพเพื่อการเติบโตทางการตลาด (9.5) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (9.6) ส่งเสริมกิจกรรมที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสร้างการมีส่วนร่วม เช่น การประกวดภาพถ่าย การประกวดทำคลิปวีดีโอ เป็นต้น (9.7) สร้างกระแสความนิยมที่เกี่ยวข้องกับความผิดรับชอบต่อสังคม (Cooperate Social Responsibility: CSR) ทางด้านท่องเที่ยวโดยใช้การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์