

หัวข้อวิจัย	การพัฒนานวัตกรรมการผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราด เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้
ผู้ดำเนินการวิจัย	รองศาสตราจารย์ ดร.พรณี 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) เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด (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 ($\bar{X}=3.22, SD=1.04$) มีความสนใจบริการนวด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50, SD=1.02$) มีความพึงพอใจโดยรวมและคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.41, SD=0.86$) ด้านศักยภาพของการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดจันทบุรี ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71, SD=0.85$) นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดจันทบุรีมีทรัพยากรท่องเที่ยว สวนผลไม้ ชายหาด ที่เอื้อต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85, SD=0.85$) รองลงมา คือ จังหวัดจันทบุรีมีวัดถุดิบและพีชสมุนไพร ที่เอื้อต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73, SD=0.83$) จังหวัดจันทบุรีมีบริบท อาทิ สภาพอากาศ ภูมิทัศน์ ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71, SD=0.90$) 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 ($\bar{X}=2.90, SD=0.88$) มีความสนใจการบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ เช่น ทานอาหารสุขภาพ อาหารชีวจิต และอาหารมังสวิรัต อยู่ในระดับมาก มี ($\bar{X}= 3.52, SD=0.73$) ความพึงพอใจโดยรวมและคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดตราด ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57, SD=0.69$) โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้ท่านมีสุขภาพกายที่ดีขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81, SD=0.67$) ด้านศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดตราด ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82, SD=0.56$) อันดับหนึ่ง นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดตราดมีอัตลักษณ์ วิถีชีวิตและภูมิปัญญา ที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88, SD=0.60$) รองลงมา คือ จังหวัดตราดมีบริบท อาทิ สภาพอากาศ ภูมิทัศน์ ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84, SD=0.55$) และจังหวัดตราดมีทรัพยากรท่องเที่ยว สวนผลไม้ ชายหาด ที่เอื้อต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82, SD=0.54$) 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 ($\bar{X}=4.24, SD=1.02$) การใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พบว่ามีความสนใจตำรับอาหารเพื่อสุขภาพ ($\bar{X}=4.39, SD=0.82$) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยวิ่ง มีความสนใจการว่ายน้ำ ($\bar{X}=3.52, SD=1.12$) 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 บ้านช้างมูล เป็นต้น (2) โรงแรม/สปา ส่วนมากจะเป็นโรงแรมขนาดเล็กและขนาดกลาง มีโรงแรมที่มีสปาและมีโปรแกรมของทางรีสอร์ทที่จะเน้นรับลูกค้าที่ต้องการมีสุขภาพดีด้วยการ detox ไม่มากนักที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ (3) ร้านอาหาร นับได้ว่าเป็นจุดแข็งของพื้นที่ มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของกลุ่มชุมชน ทำให้เกิดความหลากหลายของอาหารท้องถิ่น ประกอบการมีพืชผัก ผลไม้ และพืชสมุนไพรที่ขึ้นชื่อของประเทศสามารถนำมาใช้พัฒนาตำรับอาหารเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดี (4) บริษัทนำเที่ยว ความพร้อมของบริษัททัวร์ที่มีอยู่อย่างเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดในปัจจุบัน แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างหลากหลาย ความเข้มแข็งของชุมชนและความหลากหลายของชาติพันธุ์ท้องถิ่น ความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบที่จะนำมาสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ณ ปัจจุบัน ในส่วนของบริษัททัวร์ จึงมีการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

(2) ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด มีกระบวนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม (Research & Development) ได้แก่ การพัฒนาตำรับอาหารเชิงสุขภาพ ได้แก่ เค้กไข่ผสมวุ้นผลสัปปะรด, ครีมคัสตาร์ดมะม่วงลดความหวาน, ครีมคัสตาร์ดทุเรียนลดความหวาน และตำรับผลิตภัณฑ์สปา ได้แก่ ครีมขัดผิวกระวาน, ครีมนวดตัวพริกไทยดำ, ครีมพอกผิวถ่านมั่งคุด, แชมพูสปามั่งคุด, ครีมนวดผมมั่งคุด และน้ำมันนวดตัว

(3) แนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) เป็นการการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีทั้งหมด 8 แนวทางได้แก่ (1) กำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดหลักได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior tourist) (2) เจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติกำลังซื้อสูง (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 การประกวดทำคลิปวิดีโอ เป็นต้น (9.7) สร้างกระแสความนิยมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Cooperate Social Responsibility: CSR) ทางด้านท่องเที่ยวโดยใช้การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

Research Title	The Development of innovation spa product in Chanthaburi and Trad province to become Hub of Wellness Tourism in Southern Economic Corridor : SEC
Researcher	Associate Professor Pannee Suanpang, Ph.D. Associate Professor Jiraporn Thongtan, Ph.D. Associate Professor Srisuda Hanpakphoom, Ph.D. Associate Professor Teeranuch Chaysirichote, Ph.D. Associate Professor Piramal Buntham, Ph.D. Miss Jarunee Witad
Organization	Graduated School Faculty of Science and Technology Suan Dusit University
Year	2019

Abstract

The objective of this research is (1) to study the potential and readiness of the wellness products business in Chanthaburi and Trat Provinces (2) to study and develop wellness tourism products based on local wisdom to support quality tourists in Chanthaburi and Trat Province (3) To find a guide line to create value of wellness tourism from wellness product innovation in Chanthaburi and Trat Provinces and to be a health tourism center on the Southern Economic Corridor (SEC) with an integrated educational process. The research methodology was both quantitative and qualitative research with research and development (R&D). The result found that:

(1) The potential and readiness of health product business in Chanthaburi and Trat Provinces is a quantitative study collecting data from 800 Thai and foreign tourists' using questionnaires to study behavior and attitudes towards wellness tourism in Chanthaburi and Trat Provinces. The qualitative study by interviewing key informants including wellness tourism business operators, government agencies and the community that manages health tourism for 30 people, to study the potential and readiness of the health products business in Chanthaburi and Trat Provinces.

(1.1) The study of behavior of Thai tourists in Chanthaburi province found that most of them are female, aged between 35 and 44 years old, having a bachelor's degree education, being a private employee with an average income of 15,001 - 30,000 baht/month, who travelled to Chanthaburi Province more than 3 times

by private car, with travel expenses of around 1,000 - 4,999 baht. Wellness tourism behavior found that interest in the form of wellness tourism activities in a moderate level ($\bar{X}=3.22$, $SD=1.04$), interested in massage services in a high level ($\bar{X}=3.50$, $SD=1.02$), overall satisfaction and value of wellness tourism in Chanthaburi Province is at a high level ($\bar{X}=3.41$, $SD=0.86$), the potential of wellness tourism in Chanthaburi Province is satisfied at a high level ($\bar{X}=3.71$, $SD=0.85$), tourists see that Chanthaburi Province has local resources, fruit orchards, beaches that are conducive to tourism development at a high level ($\bar{X}=3.85$, $SD=0.85$), Chanthaburi Province has raw materials and medicinal plants, which is conducive to the development of health products at a high level ($\bar{X}=3.73$, $SD=0.83$), Chanthaburi Province has a context such as weather and a suitable landscape for health promotion tourism development at a high level ($\bar{X}=3.71$, $SD=0.90$) respectively.

(1.2) The study of behavior of Thai tourists in Trat Province found that most of them are female, aged between 45 and 59 years old, having a bachelor's degree education, being a private employee, an average income of 15,001 - 30,000 baht/month, who travelled to Chanthaburi Province more than 2-3 times, by private car, with travel expenses of around 10,000 - 14,999 baht/trip. The cost of accommodation that tourists are willing to pay for is less than 1,000 baht. There are expenses for food and souvenirs at the price of 1,000 - 4,999 baht. Wellness tourism behavior found that there was interest in the form of wellness tourism activities, the overall picture has a moderate level ($\bar{X}=2.90$, $SD=0.88$). There is interest in the service of food and herbal drinks for health such as eating healthy food, bio-food and vegetarian food at a high level ($\bar{X}=3.52$, $SD=0.73$). Overall satisfaction and value of wellness tourism in Trat Province is satisfied at a high level ($\bar{X}=3.57$, $SD=0.69$). Tourists see that health tourism makes you have better physical health at a high level. ($\bar{X}=3.81$, $SD=0.67$). The potential of health tourism in Trat Province is satisfied at a high level. ($\bar{X}=3.82$, $SD=0.56$). Tourists see that Trat Province has identified a life style and wisdom to promote the development of health tourism at a high level ($\bar{X}=3.88$, $SD=0.60$). Trat Province has a context such as weather and a suitable landscape for health promotion tourism development at a high level ($\bar{X}=3.84$, $SD=0.55$). Trat province has local resources, fruit orchards, beaches that are conducive to tourism development at a high level ($\bar{X}=3.82$, $SD=0.54$) respectively.

(1.3) The study of behavior of foreign tourists in Chanthaburi and Trat Provinces found that most of them are female, aged between 20 - 40 years. Most of them have a bachelor's degree and are personal business / business owners with an

average income of 45,001 - 100,000 US dollars / year. 44.75%, travel to Chantaburi and Trat Province for the 2nd or 3rd time with a tour company, preferring to stay overnight for 2 - 5 nights, with a cost of traveling approximately US \$400, with the cost of accommodation that tourists are willing to pay at over 200 US dollars. There are expenses for food throughout the trip and buying souvenirs of more than 200 US dollars.

Regarding wellness tourism behavior, it was found that there was an interest in massage, such as Thai massage ($\bar{X}=4.24, SD=1.02$), that there was an interest in healthy food recipes ($\bar{X}=4.39, SD=0.82$), an interest in running and swimming ($\bar{X}=3.52, SD=1.12$), an interest in being a volunteer ($\bar{X}=4.10, SD= 1.04$) and interest in adventure tourism ($\bar{X}=3.95, SD= 1.07$)

(1.4) The study of the potential and readiness of the wellness product business in Chanthaburi and Trat Provinces found that:

(1) Tourist attraction found that there are various forms, both in the coastal area and the fruit gardens, also linking to neighboring countries such as Cambodia and Vietnam, causing a flow of tourists from abroad. There are also tourist attractions in communities that have interests in health management such as Ban Chang Thool etc.

(2) Most hotels / spas are small and medium sized hotels. There are hotels that have a spa and there is a program of wellness resorts that focus on getting customers who want to have good health with detox, not much more that can support health tourists.

(3) Restaurants are considered to be the strength of the area. There is a cultural diversity of community groups, causing a variety of local food including vegetables, fruits and herbs that are famous in the Country, which can be used to develop health-oriented recipes as well.

(4) Travel agent availability of tour companies are sufficient for the number of tourists in the province, with a variety of tourist attractions, the strength of the community and the many ethnicities of the local community. The abundance of raw materials can be used to create tourism identity as part of the tour company, therefore creating a new tourism program.

(2) Study and develop wellness tourism products based on local wisdom to support quality tourists in Chanthaburi and Trat Provinces.

There is a research and development process for innovation (Research & Development), including the development of healthy food recipes, including Egg cake, jelly-backed fruit, Mango custard cream sweetness reduction, Custard cream durian reduce sweetness and the spa product formulas: cardamom scrub cream, black pepper

body massage cream, mangos teen charcoal mask, mangos teen spa shampoo, mangos teen hair conditioner and massage oil.

(3) Guidelines for creating value of wellness tourism from wellness product innovation in Chanthaburi and Trat Provinces to be a center for wellness tourism on the Southern Economic Corridor: SEC

This is qualitative research. There are 8 guidelines including (1) determine the target group of tourists that are the main market, namely the elderly tourist group. (2) penetrate the target market, foreign tourists are buying high value products (3) develop innovative wellness products (4) linking tourism to neighboring countries (5) promoting healthy food from local vegetables and herbs (6) develop skills of wellness service providers (7) develop brand destination (8) linking with community based tourism (CBT) (9) online marketing strategies including (9.1) analyze business and customer behavior to support the use of social networks online (9.2) training and develop social networking skills for employees and businesses (9.3) create online marketing for competitive advantage in wellness tourism. (9.4) analyze business and penetrate potential customers for market growth (9.5) wellness tourism marketing mix strategy (9.6) promote activities related to tourism by using social networks as a tool to create participation, such as a photo contest and video clip contest (9.7) create popular trends related to Cooperative Social Responsibility: CSR on tourism using the participation of tourists through online social networks.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์จากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยในการติดต่อประสานงานกับผู้วิจัยอย่างมีประสิทธิภาพเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ ให้ข้อเสนอแนะ ในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ นักวิจัย และทุกท่านที่มีได้เอ่ยนามที่ได้มีส่วนร่วมในการทำวิจัยครั้งนี้ให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ด้วยดี

คณะผู้วิจัย

2562