

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

แนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC) เป็นการพัฒนาแนวเส้นทางเชื่อมระหว่างไทย-กัมพูชา-เวียดนาม มีเส้นทางสำคัญ 2 เส้นทางคือ เส้นทาง R1 และ R10 ครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัด คือ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด และจังหวัดสระแก้ว แนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค สนับสนุนการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ สนับสนุนการขยายตัวของการค้าและการลงทุน และอำนวยความสะดวกการแลกเปลี่ยนและการพัฒนาตามแนวพื้นที่ด้านตะวันออก-ตะวันตก ระหว่างไทย กัมพูชา เวียดนาม และบางส่วนของตอนใต้ของลาว (2) เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเขตเศรษฐกิจที่ครอบคลุมเมืองสำคัญในไทย กัมพูชา และเวียดนามโดยผ่านโครงสร้างเครือข่ายถนนและทางรถไฟ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)



ภาพที่ 1.1 แนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC)

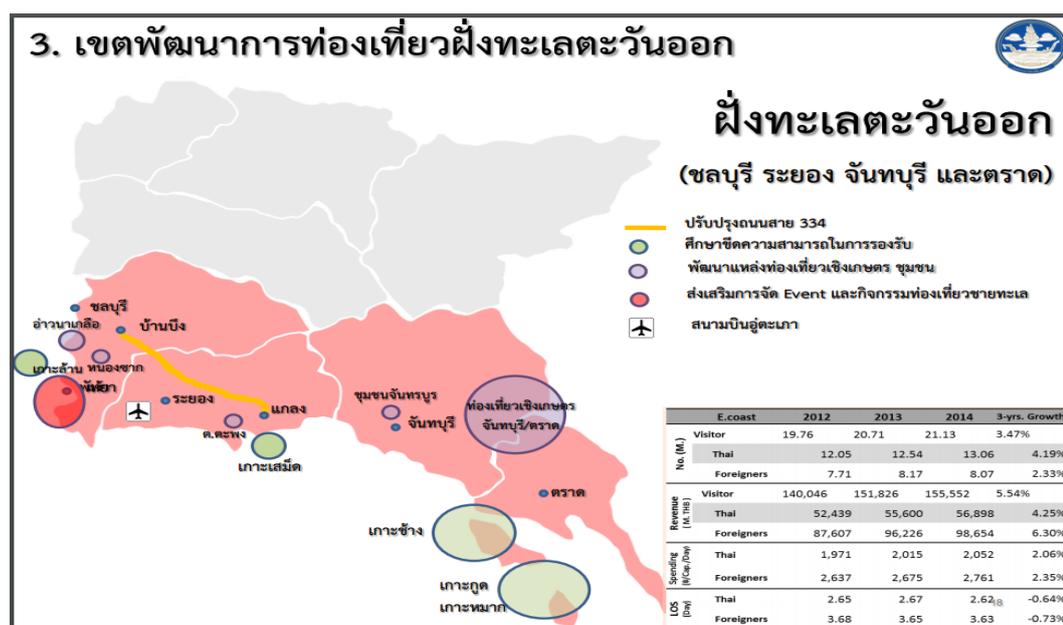
ที่มา: ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB)

จังหวัดจันทบุรี มีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว การเกษตรกรรม และการผลิตผลไม้ที่ปลอดภัย การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ระดับโลก การก่อสร้างท่าเทียบเรือที่แหลมสิงห์ ซึ่งจะทำให้มีการเชื่อมโยงการเดินทาง การท่องเที่ยว และการค้าขายระหว่างท่าเรือสีหนุวิลล์ ประเทศกัมพูชาและท่าเรือเกียนยาง ประเทศเวียดนาม

จังหวัดตราด มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางทะเล ระหว่างไทย-กัมพูชา (ตราด เกาะกง โปธิสัตว์ พระตะบองและสีหนุวิลล์)

จังหวัดสระแก้ว มีวิสัยทัศน์ในการเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โลจิสติกส์ ความปลอดภัยทางอาหาร และการปลูกพืชพลังงาน เช่น มันสำปะหลัง อ้อย และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ นอกจากนี้จังหวัดมีแผนพัฒนาการค้าชายแดนมีถนนเชื่อมโยงมายังด่านพรมแดน และการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการศุลกากร เพื่อส่งเสริมกิจกรรมข้ามพรมแดนเชื่อมโยงจังหวัดตามแนว SEC

หากเมื่อกล่าวถึงศักยภาพและความเป็นไปได้เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ กระตุ้นการค้าการลงทุนด้วยการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวนี้ แนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC) ยังมีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ว่าด้วย ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ในประเด็น “กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่: 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว 12 เมืองต้องห้าม...พลาด และ 8 เขตพื้นที่เมืองชายแดน” ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพให้พำนักนานและใช้จ่ายเงินสูง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)



ภาพที่ 1.2 เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560

รัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยส่งเสริมการท่องเที่ยวจากทั้งภายนอกและภายในประเทศ จัดให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งหลักประกันความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในภาวะปกติและภาวะวิกฤต รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม เชิงสุขภาพและสปาที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าตัวในเวลา 5 ปี (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ) ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

มีขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็น สมดุล และยั่งยืน” โดยมีเป้าประสงค์ที่สำคัญ คือ สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่าและคุณค่า และสร้างได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็น สมดุลและยั่งยืน

ตารางที่ 1.1 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

จังหวัด	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)			จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)		
	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559	ปี พ.ศ. 2560	ปี พ.ศ. 2558	ปี พ.ศ. 2559	ปี พ.ศ. 2560
จันทบุรี	1,733.92	5,700.99	7,628.47	1,039,031	1,943,860	2,360,286
ตราด	4,180.77	15,785.84	17,498.74	1,655,063	1,978,489	2,089,125
รวม	5,914.69	21,486.83	25,127.21	2,694,094	3,922,349	4,449,411

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2562)

จากตารางที่ 1.1 ข้อมูลเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2560 มีรายได้รวม 25,127.21 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2559 มีรายได้รวม 21,486.83 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2558 มีรายได้รวม 5,914.69 ล้านบาท ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการท่องเที่ยวในแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ ยังมีปริมาณนักท่องเที่ยวน้อย อีกทั้งยังมีการเติบโตในด้านของตลาดการท่องเที่ยวที่ไม่แน่นอน หากแต่ในความจริงแล้วพื้นที่ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดล้วนแต่มีแหล่งท่องเที่ยวอันอุดมสมบูรณ์ มีความหลากหลายทางชีวภาพ อีกทั้งคนในพื้นที่มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ **กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น**

นายอนุชา วิชเวช ผู้อำนวยการโครงการบริษัท ยูบีเอ็ม เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า มูลค่าของตลาดสินค้าความงามทั่วโลกมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี โดยตลอด 20 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5% ซึ่งที่มาของการเติบโตนั้นเกิดจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ประชากรต่อหัว พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของประชากรโลกในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจเรื่องภาพลักษณ์และดูแลสุขภาพ มากกันมากขึ้น โดยคาดการณ์ว่าในปี 2017 ตลาดสินค้าความงามทั่วโลกจะมีมูลค่ารวมกว่า 9.3 ล้านล้านบาท และในส่วนของเอเชียพบว่าตั้งแต่ปี 2012 จนถึงปัจจุบัน ตลาดเครื่องสำอางระดับพรีเมียมได้เติบโตขึ้นเป็นอันดับ 1 โดยโตถึง 19% และมีมูลค่ากว่า 210,000 ล้านบาท สำหรับกลุ่มอาเซียน มีมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมความงามมากกว่า 500,000 ล้านบาทในปัจจุบัน และมีการคาดการณ์ว่าจะเติบโตขึ้น 3-6% ในแต่ละปี ส่วน ในไทยตลาดสินค้าความงามมีมูลค่ามากถึง 250,000 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าจากการซื้อ-ขายภายในประเทศ 150,000 ล้านบาท และการส่งออกอีก 100,000 ล้านบาท โดยมีการเติบโตต่อเนื่อง 8-10% ในทุกปี และที่สำคัญคือ 27% ของการส่งออกสินค้าความงามของไทยนั้น เป็นการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนทั้งสิ้น อุตสาหกรรมความงามจึงเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สำคัญและมีส่วนช่วยในการผลักดันระบบเศรษฐกิจของไทยให้ขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ตามกลางภาวะวิกฤตและการเข้าสู่

ประชาคมอาเซียน เพราะไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพมากในส่วนของการผลิตที่กล่าวได้ว่าเหนือไปกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน อีกทั้งยังเป็นประเทศที่ครอบคลุมตลาดความงามที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน เป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเส้นผม อันดับ 1 ของโลก เป็นผู้ผลิตเครื่องสำอางอันดับที่ 17 ของโลกและยังเป็นผู้ส่งออกสกินแคร์ อันดับที่ 12 ของโลกอีกด้วย (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, เมษายน, 2559)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยสถาบันองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศ กำหนดจัดโครงการสัมมนาเรื่อง “ช่องทางส่งออกสินค้าสุขภาพและความงามของผู้ประกอบไทย” ปี 2557 กล่าวว่า ภูมิปัญญาดั้งเดิมด้านสุขภาพ ความงาม มีมาคู่กับวิถีชีวิตการดำรงอยู่ของคนไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยมีการแยกเป็นสาขาต่างๆ มากมาย แต่ที่ได้รับความนิยมและมีการพัฒนาเรื่อยมาจนเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย คือ “สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม” ตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพและความงามโลกมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง และจากกระแสความต้องการดูแลสุขภาพที่กระจายไปสู่คนทุกเพศทุกวัย ทำให้สินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติได้รับความนิยมมากกว่าสินค้าที่ผลิตจากสังเคราะห์ ซึ่งนับเป็นโอกาสดีที่ผู้ประกอบการไทยจะได้ใช้วัตถุดิบกลุ่มดังกล่าวมาผลิตสินค้า ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้น ภาครัฐจึงควรสนับสนุนด้วยการยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดสู่การเป็น “Quality Leisure Destination” และปรับโครงสร้างตลาดสู่ High Value จากความสำคัญดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC)” โดยการนำ “นวัตกรรม” ที่เป็นผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปใช้กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีกำลังซื้อสูงและนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาผู้ประกอบการ/ธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดให้กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) เพื่อเป็นการสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐาน “มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน” ของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด
2. เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด
3. เพื่อหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC)

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ศึกษาพฤติกรรม ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ครอบคลุมถึงการใช้บริการโปรแกรมสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยมีเนื้อหาที่เป็นตัวแปรที่ต้องการศึกษาดังนี้

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ประเทศ อายุ เพศ การศึกษา ระดับรายได้)
- พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
- พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- ความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.2 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราด

1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในโรงแรม โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

2) ดำรับอาหารเชิงสุขภาพที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดจันทบุรีและตราด ด้วยพืช ผัก สมุนไพรในจังหวัดจันทบุรีและตราด

1.3 การหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC)

มีตัวแปรที่ต้องการศึกษา คือ แนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด จำนวน 1,200 คน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

2.2 การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราด

เป็นการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ที่จะต้องมีการทำการทดลอง ผลิตภัณฑ์สปา จำนวน 50 คน และดำรับอาหารเชิงสุขภาพ จำนวน 50 คน

2.3 การแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC)

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 30 คน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ชุมชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจโดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพรการฝึกปฏิบัติสมาธิ เป็นต้น

ระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC) หมายถึง เส้นทางเลียบริมชายฝั่งด้านใต้ (Southern Coastal Sub-corridor) หรือเรียกว่าเส้น R10 มีจุดเริ่มต้นที่กรุงเทพฯ เลียบริมชายฝั่งทะเลไปยังจังหวัดเกาะกงและพระสีหนุของกัมพูชา โดยมีปลายทางที่เมืองนามคานของเวียดนาม

สปา (Spa) หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีตามธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัด ควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีทางการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียงและสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์

นักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง มีศักยภาพสูงในการใช้จ่ายใช้สอย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลผลิต (Output)

1.1 ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

1.2 ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1.3 ได้ผลิตภัณฑส์สปา บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดและก่อให้เกิดการสร้างประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพในรูปแบบใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว

1.4 ได้ตำรับอาหารสุขภาพ โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นพืชสมุนไพรในจังหวัดจันทบุรีและตราด

1.5 ได้แนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราด เพื่อที่เป็น “คู่มือ” ในการบริหารจัดการ/การปฏิบัติงานของสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพได้

2. ผลลัพธ์ (Outcomes)

2.1 โรงแรม/สปา ในจังหวัดจันทบุรีและตราด สามารถนำผลิตภัณฑส์สปาที่ได้จากการวิจัยไปใช้เพื่อก่อให้เกิดการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสปาได้

2.2 ร้านอาหารในจังหวัดจันทบุรีและตราด สามารถนำตำรับอาหารไปใช้ในการประกอบเพื่อสุขภาพ ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

2.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการ Promote การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดจันทบุรีและตราด เพื่อเป็นการสร้างกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัด ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

3. เป้าหมาย

3.1 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ชุมชนที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราด มีรายได้เพิ่มขึ้น ปีละ 10-20%

3.2 ทำให้โรงแรม/สปา ในจังหวัดจันทบุรีและตราด มีกำไรเพิ่มขึ้นปีละ 5-10% ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้ผลิตภัณฑส์สปาที่ได้พัฒนาขึ้น

3.3 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดจันทบุรีและตราด เพิ่มขึ้น 10% ภายใน 3 ปีเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้กับ จังหวัด จันทบุรีและตราด

4. ผลกระทบ (Impact)

ด้านเศรษฐกิจ: สร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้นโดยเน้นการพัฒนากิจกรรมที่สร้างมูลค่าและคุณค่า รวมถึงการสร้างและกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน