

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด (2) เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด (3) เพื่อหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

(1) การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 35 - 44 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชนมาก มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท เคยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมากกว่า 3 ครั้ง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางประมาณ 1,000 - 4,999 บาท และมีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อาหาร การซื้อของที่ระลึกอยู่ประมาณประเภทละ 1,000 - 4,999 บาท

ในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี เคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพครั้งนี้เป็นครั้งแรก นักท่องเที่ยวเคยร่วมกิจกรรมการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 26.29 โดยร้อยละ 51.85 มีการค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับรูปแบบกิจกรรมที่น่าสนใจและหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน/ผ่อนคลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.20 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี คิดเป็นร้อยละ 53.80 และมีความสนใจกิจกรรมอาบน้ำแร่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.35 และต้องการทำกิจกรรมนวดแผนไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.27

ความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน มีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 (SD=1.04) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจบริการนวด เช่น นวดแผนไทย นวดเท้า นวดประคบสมุนไพร เป็นต้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 (SD=1.02) ความพึงพอใจโดยรวมและคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่

ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 (SD=0.86) นักท่องเที่ยวเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้ท่านมีสุขภาพจิตที่ดีขึ้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 (SD=0.74)

ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดจันทบุรี เพื่อให้เป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 (SD=0.85) นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดจันทบุรีมีทรัพยากรท้องถิ่น สวนผลไม้ ชายหาด ที่เอื้อต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (SD=0.85) รองลงมา คือ จังหวัดจันทบุรีมีวัตถุดิบและพืชสมุนไพร ที่เอื้อต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 (SD=0.83) จังหวัดจันทบุรีมีบริบท อาทิ สภาพอากาศ ภูมิทัศน์ ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 (SD=0.90) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดตราด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย 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

ในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวในจังหวัดตราดเคยใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2 - 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.41 มีความสนใจกิจกรรมการอบ/ประคบสมุนไพรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.11 โดยร้อยละ 63.47 มีการค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรูปแบบกิจกรรมที่น่าสนใจและหลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.51 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความสนใจกิจกรรมโยคะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.95 มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน/ผ่อนคลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.37 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดตราด คิดเป็นร้อยละ 81.14

ความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน ภาพรวมมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 (SD=0.88) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจการบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ เช่น ทานอาหารสุขภาพ อาหารชีวจิต และอาหารมังสวิรัต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 (SD=0.73) ความพึงพอใจโดยรวมและคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดตราด ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 (SD=0.69) โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้ท่านมีสุขภาพกายที่ดีขึ้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 (SD=0.67)

ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดตราด เพื่อให้เป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 (SD=0.56) อันดับหนึ่ง นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดตราดมีอัตลักษณ์ วิถีชีวิตและภูมิปัญญา ที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 (SD=0.60) รองลงมา คือ จังหวัดตราดมีบริบท อาทิ สภาพอากาศ ภูมิทัศน์ ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 (SD=0.55) และจังหวัดตราดมี

ทรัพยากรท้องถิ่น สวนผลไม้ ขายขาด ที่เอื้อต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 (SD=0.54) ตามลำดับ

(2) การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 - 100,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปี ร้อยละ 44.75 เคยเดินทางมาเที่ยงจังหวัดตราดเป็นครั้งที่ 2 – 3 เดินทางมากับบริษัททัวร์ นิยมพักค้างคืน 2 - 5 คืน มีค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทางประมาณมากกว่า 400 ดอลลาร์สหรัฐ มีค่าใช้จ่ายส่วนของที่พักที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายในราคามากกว่า 200 ดอลลาร์สหรัฐ มีค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารตลอดการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดตราด และซื้อของที่ระลึกประเภทละ มากกว่า 200 ดอลลาร์สหรัฐ

ในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความสนใจกิจกรรมนวดเท้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.23 ค้นหาข้อมูลผ่านงานเทศกาลท่องเที่ยวไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.43 นักท่องเที่ยวมีความสนใจการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 31.45 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความสนใจการนวดเท้า คิดเป็นร้อยละ 24.83 มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน/ผ่อนคลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.92

การใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มสปาและทรีตเมนต์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เคยใช้ผลิตภัณฑ์ ครีมนวดมม โลชั่นโดยใช้สารสกัดจากธรรมชาติมากที่สุด โดยเมื่อเดินทางมาเที่ยวจันทบุรีและตราดนักท่องเที่ยงมีความสนใจในเรื่องการนวด เช่น นวดแผนไทย มีค่าเฉลี่ย 4.24 (SD=1.02) การใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า เคยทานอาหารออแกนิกมากที่สุด โดยเมื่อเดินทางมาเที่ยวจันทบุรีและตราดนักท่องเที่ยงมีความสนใจตำรับอาหารเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.39 (SD=0.82) การใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มการออกกำลังกาย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เคยวิ่ง โดยเมื่อเดินทางมาเที่ยวจันทบุรีและตราดนักท่องเที่ยง มีความสนใจการว่ายน้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.52 (SD=1.12) การใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มการบริหารจิตใจ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยเป็นจิตอาสา โดยเมื่อเดินทางมาเที่ยวจันทบุรีและตราดนักท่องเที่ยงมีความสนใจที่จะเป็นจิตอาสา มีค่าเฉลี่ย 4.10 (SD= 1.04) การใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มกิจกรรมอื่น ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยเยี่ยมชมแหล่งประวัติศาสตร์ โดยเมื่อเดินทางมาเที่ยวจันทบุรีและตราดนักท่องเที่ยงมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย มีค่าเฉลี่ย 3.95 (SD= 1.07)

(3) ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

เป็นการศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัด นำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียบเศรษฐกิจตอนใต้ (SEC) สามารถวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์โดยจำแนกตาม กลุ่มธุรกิจ 4 กลุ่ม

(1) ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดตราด

(1.1) แหล่งท่องเที่ยว

บริบทด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดตราดเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวบนระเบียบเศรษฐกิจตอนใต้ (SEC) ทั้งนี้หากจังหวัดตราดสามารถสร้างความร่วมมือและพัฒนาการท่องเที่ยวให้โดดเด่น น่าสนใจมากยิ่งขึ้นแล้วนั้น ก็จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางโดยอาศัยเส้นทาง R10 ก็จะมาแวะเที่ยวที่จังหวัดตราดมากขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ในปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวยังมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างน้อย ในส่วนของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดตราดนั้น ภาพรวมของทิศทางการท่องเที่ยวจังหวัดตราด ในส่วนของภาครัฐและเอกชน ได้มีนโยบายผลักดันการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดตราด กล่าวคือปัจจุบันทางสมาคมธุรกิจส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตราด ได้มีการดำเนินงานร่วมกับ โรงพยาบาลกรุงเทพตราดและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตราด หากแต่ในการขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น จังหวัดตราดยังคงมีข้อจำกัดที่ยากต่อการพัฒนาหลายประการ ทั้งนี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราดที่มีแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อนำมาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว มีหลายแห่ง อาทิ ชุมชนบ้านช้างหลุ ชุมชนบ้านยายหม่อม

(1.2) โรงแรม สปา /

ธุรกิจประเภทโรงแรมของจังหวัดตราด สามารถแบ่งออกได้เป็น กลุ่มหลักๆ คือ กลุ่ม 2 บนเกาะช้าง และกลุ่มบนฝั่งตัวเมืองตราด ซึ่งทั้งสองพื้นที่ ส่วนมากจะเป็นโรงแรมขนาดเล็กและขนาดปีที่ผ่านมาจังหวัดตราดเองก็ประสบปัญหาในเรื่องของ 5 กลาง เนื่องด้วยผลกระทบจากการท่องเที่ยวในภาพรวมที่หดตัวลง การขาดแคลนแรงงานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันนี้จังหวัดตราดมีเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นส่วนหนึ่งก็มาจากนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชาที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดตราดเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ยังโรงแรม เช่น เดอะสปาเกาะช้าง ที่มีโปรแกรมของทางรีสอร์ทที่จะเน้นรับลูกค้าที่ต้องการมีสุขภาพดีด้วยการ detox ซึ่งมีโปรแกรมให้ลูกค้าเลือกประมาณ แบบ ซึ่งหลัก 3 -2 ใดๆ ก็จะได้รับประทานเฉพาะอาหารจำพวกน้ำผัก ผลไม้ ทางรีสอร์ทมีลูกค้าตลอดปี อีกทั้งยังมีแนวโน้มสัดส่วนลูกค้าเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ตลาดหลักก็จะเป็นกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ

(1.3) ร้านอาหาร

จังหวัดตราดขึ้นชื่อในด้านความอร่อยของอาหารทั้งของควาและของหวาน มาเนิ่นนาน อาหารพื้นเมืองที่ทำง่ายและอร่อย สามารถทำกินกันในครัวเรือน อาหารพื้นเมืองของชาวตราด เป็นอาหารที่กินกันเป็นประจำ

(1.4) บริษัทนำเที่ยว

หากกล่าวถึงบริษัททัวร์ในจังหวัดตราดนั้น ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ที่เกาะช้าง ซึ่งลักษณะการขายทัวร์ก็จะขายแบบทัวร์ดำน้ำ พายเรือ ตัวเครื่องบิน หรือตัวการเดินทางไปพัตยา ซึ่งบริษัททัวร์จะขายแพคเกจทัวร์ควบคู่กับบริการเรือเฟอร์รี่ ปัจจุบันมีบริษัททัวร์หลายแห่งต้องปิดตัวลงเนื่องจากลูกค้านิยมเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถซื้อตัวเครื่องบิน จองโรงแรมที่พักได้เองโดยไม่ผ่านบริษัททัวร์ ในประเด็นของการแข่งขันในเรื่องราคา บริษัททัวร์ในเกาะช้างส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาการตัดราคาแข่งกัน เนื่องจากมีการรวมกลุ่มและขายทัวร์ร่วมกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้เยอะมาก จนส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่ง จะสามารถดำเนินธุรกิจเพียงลำพังได้

ศักยภาพและความพร้อมของบริษัทนำเที่ยว พบว่า (1) ความพร้อมของบริษัททัวร์ที่มีอยู่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดในปัจจุบัน (2) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่หลากหลาย (3) ความเข้มแข็งของชุมชนและความหลากหลายของชาติพันธุ์ท้องถิ่น (4) ความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบที่จะนำมาสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว ณ ปัจจุบัน ในส่วนของบริษัททัวร์ จึงมีการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

(2) ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี

(2.1) แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว ของจังหวัดจันทบุรี มีหลากหลายรูปแบบทั้งในส่วนที่เป็นชายฝั่งทะเล และส่วนที่เป็นสวนผลไม้ หากจะพูดถึงทิศทางทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ฐานทรัพยากรของจังหวัดจันทบุรีเพื่อต่อยอดไปยังการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น่าจะมีจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรก่อน

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ในภาพรวมจังหวัดจันทบุรี มีถนนที่มีลักษณะที่ดี ได้รับการดูแล ตลอดจนมีการจัดทำเส้นทางสำหรับจักรยานเพื่อเพิ่มความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้เส้นทางทางการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด ในพื้นที่ภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้โดยใช้ถนนเฉลิมบูรพาชลทิต

ร้านสมุนไพรชุมชนเทพโอสถ ตั้งอยู่ที่ตำบลคลองนารายณ์ อำเภอเมืองจันทบุรี เป็นร้านขายพืชสมุนไพรไทยที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดจันทบุรี มีจัดจำหน่ายทั้งในส่วนของสมุนไพรสด และยาแผนโบราณ มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าตลอดวัน อาทิ น้ำมันนวดเถาเอ็นอ่อน ครึมนวดผมใบหมี่ สบู่เปลือกมังคุด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติ มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาซื้อเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึกตลอดทั้งวัน

(2.2) โรงแรมสปา

ในภาพรวมของโรงแรมที่มีสปา พบว่า เป็นโรงแรมมณีจันทร์รีสอร์ท จ.จันทบุรี เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ใจกลางตัวเมืองจันทบุรี มีบริการนวด และบริการสปา จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสปา ถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและผู้มาใช้บริการสปา พบว่า มักจะนิยมผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่มีคุณสมบัติในเรื่องของผิวพรรณ ความงาม อาทิ สครับขัดผิวที่มีส่วนผสมของขมิ้น น้ำมัน และผลิตภัณฑ์จากข้าวซึ่งมีคุณสมบัติให้ด้านการบำรุงผิวพรรณมากเป็นพิเศษ ซึ่งความต้องการดังกล่าวค่อนข้างแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จะนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นไทย หรือเป็นวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ทางสปานำมาใช้ อาทิ สารสกัดจากมังคุด กลิ่นน้ำมันข้าว หรือกลิ่นที่มีความ

เป็นไทย ในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางโรงแรมจะมีสูตรเฉพาะที่ผ่านการคิดค้นเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ และไม่เหมือนที่อื่น ซึ่งค่อนข้างที่จะได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทน้ำมันนวด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักนิยมซื้อกลับไปใช้ต่อ ซึ่งจากการสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชอบกลิ่นที่มีความเป็นไทย สามารถซื้อไปเป็นสินค้าของฝาก ของที่ระลึกได้

(2.3) ร้านอาหาร

เมืองจันทบุรีมีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของกลุ่มชุมชนชาวไทยและชุมชนชาวคริสต์ ทำให้เกิดความหลากหลายของอาหารท้องถิ่นขึ้นชื่อ อาทิ กวยเตี๋ยวหมูเลี้ยง หมูชะมวง ข้าวคลุกพริกเกลือ เป็นต้น มีสินค้า OTOP ที่โดดเด่น คือ พริกไทยเม็ด กวยเตี๋ยวเส้นจันท์ อาหารทะเลแปรรูป เสื้อจันทบุรี ฯลฯ

(2.4) บริษัทนำเที่ยว

ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีพบว่า บริษัททัวร์ในจังหวัดจันทบุรีนั้นมีจำนวนน้อย นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มักจะนิยมเดินทางมาเที่ยวด้วยตนเอง ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังเดินทางมาเที่ยวด้วยตนเองน้อยแต่ก็มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นทุกปี โรงแรมในจังหวัดจันทบุรีจะมีบริการการจัดการนำเที่ยวด้วยตนเอง มีลักษณะโปรแกรมทัวร์แบบหนึ่งวัน (Day Trip) มีเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัดให้นักท่องเที่ยวเลือกแบบหลากหลาย อาทิ โปรแกรมการท่องเที่ยวทัวร์สวนผลไม้ โปรแกรมการท่องเที่ยวทางทะเล ทัวร์ชมแหล่งท่องเที่ยวเก่าของจังหวัดจันทบุรี ฯลฯ

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

(1) สรุปผลการวิจัยผลิตภัณฑ์อาหารภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

1. เค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรอง

การศึกษาตำรับที่เหมาะสมของเค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรอง โดยนำตำรับเค้กไข่ (บัตเตอร์สปันจ์คัพเค้ก) ที่ใช้ในการอบรมหัตสูตรขนมอบระยะสั้นของศูนย์ฝึกปฏิบัติการนานาชาติ (ม.ป.ป.) เป็นตำรับพื้นฐาน ทำการศึกษาปริมาณวุ้นผลสำรองทดแทนนมข้นจืดร้อยละ 0, 10, และ 20 ของน้ำหนักนมข้นจืด และทดแทนเนยสดร้อยละ 25 และ 50 ของน้ำหนักเนยสด พบว่า การเพิ่มปริมาณวุ้นผลสำรองมีผลให้เค้กไข่มีความสูงกว่าตำรับพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และปริมาตรจำเพาะมีแนวโน้มลดลง ผิวหน้าของเค้กขรุขระ มีคราบสีขาวที่หน้าเค้ก ซึ่งสีผิวของหน้าเค้กสำรองจะมีค่าความสว่าง (L^*) และค่าสีเหลือง (b^*) เพิ่มขึ้น ส่วนค่าสีแดง (a^*) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ส่วนเนื้อเค้กมีจุดสีน้ำตาลในเนื้อเค้ก และมีสีอ่อนลง มีค่าความสว่าง (L^*) และค่าสีเหลือง (b^*) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ส่วนค่าสีแดง (b^*) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ด้านเนื้อสัมผัส พบว่า ด้านความแข็ง (Hardness) ของเค้กไข่ที่ทดแทนวุ้นผลสำรองทุกระดับ ยกเว้นตำรับที่ทดแทนนมข้นจืดร้อยละ 20 และทดแทนเนยสดร้อยละ 25 จะมีความแข็งน้อยกว่าตำรับพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ด้านการยึดติด (Adhesiveness) ทุกตำรับยกเว้นตำรับที่ทดแทนนมข้นจืดร้อยละ 0 และทดแทนเนยสดร้อยละ 25 มีค่ามากกว่าตำรับพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ทั้งนี้ด้านความยืดหยุ่นของเค้กไข่ทุกตำรับไม่มีความ

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) เมื่อทำการทดสอบความชอบกับผู้ทดสอบจำนวน 55 คน พบว่าความชอบด้านลักษณะปรากฏ และการตกค้างในปากของเค้กไข่ที่ทดแทนนมชั้นจืดร้อยละ 0 และการทดแทนเนยสดร้อยละ 25 ได้คะแนนความชอบมากกว่าตำรับอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ในเกณฑ์ชอบปานกลาง ความชอบด้านกลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวมของเค้กไข่ที่ทดแทนนมชั้นจืดร้อยละ 10 และเนยสดร้อยละ 25 ได้คะแนนความชอบมากกว่าตำรับอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ในเกณฑ์ชอบปานกลาง ส่วนคะแนนความชอบด้านสี และความนุ่มนั้น ทุกตำรับไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) โดยมีค่าคะแนนความชอบในเกณฑ์ชอบปานกลาง ทั้งนี้ตำรับเค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรองที่ทดแทนนมชั้นจืดร้อยละ 10 และทดแทนเนยสดร้อยละ 25 ได้รับคะแนนด้านลักษณะปรากฏ และการตกค้างในปากได้คะแนนไม่แตกต่างจากตำรับที่ได้รับคะแนนสูงสุด ส่วนด้านกลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวมได้รับคะแนนความชอบมากกว่าตำรับอื่นอยู่ในเกณฑ์ชอบปานกลาง ผู้วิจัยจึงเลือกตำรับเค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรองซึ่งทดแทนนมชั้นจืดร้อยละ 10 และเนยสดร้อยละ 25 ซึ่งมีส่วนผสมประกอบด้วยแป้งเค้กร้อยละ 24.03 ผงฟูร้อยละ 0.47 ไข่ไก่ร้อยละ 24.03 นมชั้นจืดร้อยละ 6.49 น้ำตาลทรายร้อยละ 24.03 เกลือป่นร้อยละ 0.19 อิมัลซิฟายเออร์ (SP) ร้อยละ 1.80 กลิ่นวานิลลาร้อยละ 0.19 เนยสดละลายร้อยละ 13.52 และวุ้นผลสำรองร้อยละ 5.23

การศึกษาองค์ประกอบทางเคมี พบว่า เค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรองที่คัดเลือก 100 กรัม ประกอบด้วย ความชื้น 22.72 กรัม โปรตีน 6.68 กรัม ไขมัน 16.20 กรัม เถ้า 0.90 กรัม คาร์โบไฮเดรต 53.51 กรัม โยอาหาร 3.76 กรัม โคลเลสเตอรอล 114.22 กรัม และพลังงานทั้งหมด 386.54 กิโลแคลอรี ซึ่งปริมาณโยอาหารเพิ่มขึ้น ส่วนไขมัน โคลเลสเตอรอล และพลังงานทั้งหมดน้อยกว่าตำรับพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

การศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคจำนวน 120 คน ที่มีต่อเค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรอง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความชอบด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ ความนุ่ม และความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ชอบมาก ส่วนการตกค้างในปากมีความชอบในเกณฑ์ชอบปานกลาง และหากมีการจำหน่ายเค้กไข่นี้ ผู้บริโภคให้ความสนใจซื้อร้อยละ 67.50

2. ครีมหักน้ำตาลมะม่วงลดความหวาน

การศึกษาตำรับที่เหมาะสมของครีมหักน้ำตาลมะม่วงลดความหวาน โดยนำตำรับครีมหักน้ำตาลของศูนย์ฝึกปฏิบัติการอาหารนานาชาติ (ม.ป.ป.) เป็นตำรับพื้นฐาน ทำการศึกษาปริมาณเนื้อมะม่วงสุกทดแทนของเหลว คือ น้ำมะม่วงและนมชั้นจืด ในระดับร้อยละ 50 และ 75 ของน้ำหนักของเหลวในตำรับ และลดน้ำตาลทรายลงร้อยละ 0, 10 และ 20 ของน้ำหนักน้ำตาลทรายในตำรับ พบว่า การเพิ่มปริมาณเนื้อมะม่วงมีผลให้ครีมหักน้ำตาลมีความชื้นเพิ่มขึ้นเล็กน้อย มีสีเหลืองเข้มและค่อนข้างทึบ สีน้ำตาลเพิ่มขึ้น มีกลิ่นมะม่วงเพิ่มขึ้น มีรสหวานเพิ่มขึ้น และเมื่อปาดบนขนมปังจะมีความหนืดลดลงเล็กน้อย และไม่มีผลต่อค่าความสว่าง (L^*) และค่าสีแดง (a^*) ของครีมหักน้ำตาล ($p > 0.05$) แต่มีผลให้ ค่าสีเหลืองของแต่ละตำรับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ด้านความหนืดมีแนวโน้มลดลง ซึ่งการใช้มะม่วงน้ำดอกไม้สุกร้อยละ 50 โดยไม่ลดปริมาณน้ำตาลทรายจะมีความหนืดสูงกว่าตัวอย่างอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ด้านค่าความเป็นกรด-เบส (pH) พบว่า ครีมหักน้ำตาล

คัสตาร์ดมะม่วงแต่ละตำรับมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยการใช้มะม่วง น้ำดอกไม้สุกที่ระดับร้อยละ 75 มีค่าเป็นเบสสูงกว่าคัสตาร์ดที่ใช้มะม่วง น้ำดอกไม้สุกในระดับร้อยละ 50 เมื่อทำการทดสอบความชอบกับผู้ทดสอบจำนวน 55 คน พบว่า ความชอบด้านลักษณะปรากฏ รสชาติ ความข้นหนืด การตกค้างในปาก ความชอบโดยรวม และการรับประทานกับขนมปัง ของ ตำรับที่ใช้เนื้อมะม่วง น้ำดอกไม้สุกร้อยละ 50 และลดน้ำตาลทรายร้อยละ 0, 10 และ 20 ได้คะแนน ความชอบใกล้เคียงกัน ($p > 0.05$) ในเกณฑ์ชอบเล็กน้อยถึงปานกลางแต่แตกต่างจากตำรับที่ใช้เนื้อ มะม่วง น้ำดอกไม้สุกร้อยละ 75 ลดน้ำตาลทรายร้อยละ 20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ด้านสี พบว่า ตำรับที่ใช้มะม่วง น้ำดอกไม้สุกร้อยละ 50 ลดน้ำตาลทรายร้อยละ 0 และ 20 ได้คะแนน ความชอบสูงกว่าตำรับอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ในเกณฑ์ชอบปานกลาง ส่วนด้านกลิ่น พบว่า ไม่มีผลต่อคะแนนความชอบของครีมคัสตาร์ดมะม่วง น้ำดอกไม้แต่ละตำรับ ($p > 0.05$) อยู่ใน เกณฑ์ชอบเล็กน้อย ผู้วิจัยจึงเลือกตำรับครีมคัสตาร์ดที่ใช้มะม่วง น้ำดอกไม้สุกร้อยละ 50 และลด น้ำตาลทรายร้อยละ 20 ของน้ำหนักน้ำตาลทรายทั้งหมด โดยมีส่วนผสมประกอบด้วย เนยสดร้อยละ 25 ไข่ไก่ ร้อยละ 25 น้ำตาลทรายร้อยละ 30 นมข้นจืดร้อยละ 25 น้ำมะนาวร้อยละ 5 มะม่วง น้ำดอกไม้สุกบดร้อยละ 10

การศึกษาองค์ประกอบทางเคมี พบว่า ครีมคัสตาร์ดมะม่วงลดความหวานที่ผ่านการ คัดเลือก 100 กรัม ประกอบด้วย ความชื้น 31.35 กรัม โปรตีน 4.12 กรัม ไขมัน 25.90 กรัม เถ้า 0.415 กรัม คาร์โบไฮเดรต 38.22 กรัม โยอาหาร 0.44 กรัม พลังงานทั้งหมด 402.46 กิโลแคลอรี ปริมาณน้ำตาลทั้งหมด 38.42 กรัม เบต้าแคโรทีน 327.50 ไมโครกรัม วิตามินซี 1.69 มิลลิกรัม และ ความสามารถต้านออกซิเดชัน 15.26 มิลลิกรัม

การศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคจำนวน 120 คน ที่มีต่อครีมคัสตาร์ดมะม่วงลดความ หวาน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความชอบต่อครีมคัสตาร์ดในคุณลักษณะด้านสีและรสชาติอยู่ใน เกณฑ์ชอบมาก ด้านลักษณะปรากฏ กลิ่น ความข้นหนืด การตกค้างในปาก ความชอบโดยรวมอยู่ใน เกณฑ์ชอบปานกลาง ส่วนความชอบเมื่อรับประทานกับขนมปังในคุณลักษณะด้านการทาหรือปาด ขนมปังและความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ชอบมาก และการตกค้างในปากอยู่ในเกณฑ์ชอบปานกลาง และหากมีการจำหน่ายคัสตาร์ดนี้ ผู้บริโภคให้ความสนใจซื้อร้อยละ 75

3. ครีมคัสตาร์ดทุเรียนลดความหวาน

การศึกษาสูตรที่เหมาะสมของครีมคัสตาร์ดทุเรียนลดความหวาน โดยนำตำรับครีม คัสตาร์ดของธีรณัฐ ฉายศิริโชติ และคณะ (ม.ป.ป.) เป็นตำรับพื้นฐานทำการศึกษาปริมาณเนื้อทุเรียน (Du) ทดแทนน้ำและนมข้นจืดในระดับ 25 และ 50 ของน้ำหนักของน้ำและนมข้นจืดในตำรับ และลด น้ำตาลทราย (RS) ลงร้อยละ 0, 10 และ 20 ของน้ำหนักน้ำตาลทรายในตำรับ พบว่า การเพิ่มปริมาณ เนื้อทุเรียนมีผลให้สีของครีมคัสตาร์ดมีสีเหลืองเข้ม กลิ่นทุเรียนแรงขึ้น และเมื่อมีการลดปริมาณ น้ำตาลร่วมด้วย มีผลให้ความหนืดของครีมคัสตาร์ดเพิ่มขึ้น จากการศึกษาคุณภาพทางกายภาพ พบว่า การเพิ่มปริมาณทุเรียนและลดปริมาณน้ำตาลทรายมีผลให้ค่าความสว่าง (L^*) เพิ่มขึ้น และค่าสีแดง (a^*) ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แต่ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของค่าสีเหลือง (b^*) ($p > 0.05$) และยังมีผลให้ความหนืดและค่าความเป็นกรด (pH) ของครีมคัสตาร์ดลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติ ($p < 0.05$) เมื่อทำการทดสอบความชอบกับผู้ทดสอบจำนวน 55 คน พบว่า ความชอบด้านลักษณะปรากฏ สี รสชาติ ความชอบโดยรวมที่มีต่อครีมคัสตาร์ด และการตกค้างในปากเมื่อรับประทานกับขนมปังของครีมคัสตาร์ดแต่ละตำรับไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) โดยอยู่ในเกณฑ์ชอบเล็กน้อยถึงชอบปานกลาง ส่วนความชอบด้านกลิ่น ความขื่นหนืด การตกค้างในปากที่มีต่อครีมคัสตาร์ด และความชอบเมื่อทาหรือปาดบนขนมปัง และความชอบโดยรวมเมื่อรับประทานกับขนมปังมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยครีมคัสตาร์ดทุเรียนตำรับที่ผสมทุเรียนร้อยละ 50 และลดน้ำตาลทรายร้อยละ 10 ได้รับคะแนนความชอบด้านต่าง ๆ สูงกว่าครีมคัสตาร์ดทุเรียนตำรับอื่น โดยมีส่วนผสมประกอบด้วย แป้งสาลีเอนกประสงค์ร้อยละ 4.19 แป้งข้าวโพดร้อยละ 2.09 น้ำตาลทรายร้อยละ 15.07 เกลือร้อยละ 0.17 ไข่ไก่ร้อยละ 15.70 น้ำร้อยละ 14.65 นมข้นจืดร้อยละ 16.74 และเนื้อทุเรียนร้อยละ 31.39

การศึกษาองค์ประกอบทางเคมี พบว่า ครีมคัสตาร์ดทุเรียนลดความหวานที่ผ่านการคัดเลือก 100 กรัม ประกอบด้วย ความชื้น 56.68 กรัม โปรตีน 4.69 กรัม ไขมัน 3.57 กรัม เกลือ 0.87 กรัม คาร์โบไฮเดรต 34.19 กรัม ใยอาหาร 0.94 กรัม พลังงานทั้งหมด 187.65 กิโลแคลอรี ปริมาณน้ำตาลทั้งหมด 24.86 กรัม เบต้าแคโรทีน 33.67 ไมโครกรัม และความสามารถต้านออกซิเดชัน 12.84 มิลลิกรัม

การศึกษารายอมรับของผู้บริโภคจำนวน 120 คน ที่มีต่อครีมคัสตาร์ดทุเรียนลดความหวาน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้คะแนนความชอบคัสตาร์ดทุเรียนด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ชอบมาก ส่วนด้านความขื่นหนืด และการตกค้างในปากอยู่ในเกณฑ์ชอบปานกลาง เมื่อรับประทานครีมคัสตาร์ดทุเรียนนี้กับขนมปัง พบว่า ความชอบเมื่อทาหรือปาดบนขนมปังและความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ชอบมาก ส่วนการตกค้างในปากมีความชอบในเกณฑ์ชอบปานกลาง และหากมีการจำหน่ายคัสตาร์ดนี้ ผู้บริโภคให้ความสนใจซื้อร้อยละ 81.67

(2) สรุปผลผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ

การเลือกสมุนไพรประจำถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาและเครื่องใช้ในห้องพักของโรงแรม ต้องคำนึงถึงการเก็บวัตถุดิบ การสกัดสมุนไพร และการทดสอบสเปกตรัมเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สปา จังหวัดจันทบุรี ได้เลือกมังคุด และกระวานซึ่งเป็นพืชประจำถิ่น และมีสมบัติเป็นสมุนไพรพื้นบ้าน โดยเลือกวิธีการสกัด ตัวทำละลายที่เหมาะสม และเลือกชนิดของสมุนไพรให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยเลือกกระวานใช้กับครีมขัดผิว พริกไทยดำใช้กับครีมนวดผิว ถ่านมังคุดใช้กับครีมพอกผิว และเลือกสารสกัดมังคุดใช้ในแชมพู และครีมนวดผม เลือกลิ้นโดยใช้น้ำมันหอมระเหยผสมกับน้ำหอมในอัตราส่วนที่เหมาะสม

3. แนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC)

(1) ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดจันทบุรีและตราดโดยใช้แบบจำลองระบบเพชร (Diamond Model)

(1.1) สถานะของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ผลการวิเคราะห์สถานะของปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดจันทบุรีและตราดพบว่า มีทั้งปัจจัยเชิงบวก และเชิงลบดังนี้ ปัจจัยเชิงบวก (1) มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม โดยเฉพาะเกาะช้าง เกาะกูด เกาะหมาก จ. ตราด ซึ่งเป็นจุดปลายทางในระดับโลกที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้แก่ การดำน้ำดูปะการัง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (2) มีสปาและศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ (Wellness resort) ที่มีชื่อเสียง เช่น The Spa Resort เกาะช้าง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก (3) จังหวัดจันทบุรีและตราดเป็นแหล่งสมุนไพรที่ใช้เป็นยา อาหารไทยและสปา รวมถึงนวดแผนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดจันทบุรีมีแหล่งเครื่องเทศเช่น กระวาน พริกไทย อีกทั้งยังมีผลไม้ที่อร่อยมาก ได้แก่ ทุเรียน มังคุด ลำไย จึงทำให้เป็นพื้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัจจัยเชิงลบ เนื่องจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดส่วนใหญ่เพิ่งอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาธุรกิจ ทำให้ศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังอาจจะไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืน

(2) สถานะด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ผลการวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดมี ปัจจัยเชิงบวก (1) แนวโน้มที่ผู้คนจะให้ความสนใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น (2) ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้เกิดโอกาสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับกลุ่มผู้สูงอายุ (3) รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) ได้แก่ ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ (2) ธุรกิจเกี่ยวกับความงาม (3) ธุรกิจโรงแรม (4) ธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยเชิงบวก (1) มีสายการบินที่บินตรงไปจังหวัดตราด (2) อาหารไทยเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว (3) สถาบันการศึกษามีหลักสูตรเพื่อผลิตและพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัจจัยเชิงลบ การให้บริการของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาจจะไม่ทันต่อการขยายตัว

(4) บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm Strategy, Structure and Rivalry) มี ปัจจัยเชิงบวก (1) ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงกว่าค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในประเภทอื่นๆ ทำให้การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น มีปัจจัยสนับสนุนหลัก 3 ประการ (1) การขยายตัวของชนชั้นกลางทั่วโลกที่มีระดับรายได้ที่สูงขึ้นซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายด้านท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย (2) ผู้บริโภคทั่วโลกหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพของตนเองมากขึ้น ซึ่งถูกกระตุ้นจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases, NCDs) และความเครียดจาก

การทำงาน และ (3) เทรนด์การท่องเที่ยวที่นิยมการสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม (2) ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ประโยชน์อย่างมากจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความก้าวหน้าและความนิยมที่มีต่อการใช้ Social Media ของผู้คนในยุคปัจจุบัน จึงทำให้ธุรกิจและผู้ประกอบการร้านอาหารไทยสามารถอาศัย Social Media สื่อออนไลน์และเครื่องมือ Digital ในรูปแบบต่างๆ ในการสร้างสรรค์กิจกรรม การสื่อสารทางการตลาด สร้างกระแสและความนิยมให้แก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(2) SWOT Analysis

(1) จุดแข็ง (Strength)

S_1 จังหวัดจันทบุรีและตราดมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและสวยงาม มีเกาะช้าง เกาะหมาก เกาะกูด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระดับโลก อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่ยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์

S_2 รัฐบาลมีนโยบายในการสนับสนุนพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ครอบคลุมพื้นที่จังหวัด ฉะเชิงเทรา-ระยอง โดยจะสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดจันทบุรี-ชลบุรี-ตราด เพื่อเป็นการขยายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้าสู่เมืองรอง อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศกัมพูชาและเวียดนาม ซึ่งนับได้ว่าเป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC) อย่างแท้จริง

S_3 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและสปาที่มีเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีการพัฒนาธุรกิจร่วมกันเป็นเครือข่าย

S_4 มีศูนย์ดูแลสุขภาพที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ

S_5 มีการให้บริการแบบไทย (Thainess) เป็นจุดขายในการให้บริการ

S_6 มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน ที่ผสมผสานกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น สปาสมุนไพร สปาหาดทรายดำ ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่น่าสนใจ

S_7 มีแพทย์แผนไทยในพื้นที่ เช่น ชุนเทพโอสถ ในจังหวัดจันทบุรี ที่ได้นำมาประยุกต์ใช้กับการนวดแผนไทย ซึ่งนอกจากช่วยทำให้ร่างกายผ่อนคลายแล้ว ยังสามารถใช้รักษาโรคได้อีกด้วย เช่น รักษาโรค Office Syndrome เป็นต้น

(2) จุดอ่อน (Weakness)

W_1 ส่วนมากสถานประกอบการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดยังมีจำนวนน้อย

W_2 มีข้อจำกัดด้านมาตรฐานการให้บริการ การบริหารจัดการ ทักษะของบุคลากรที่ให้บริการ และการตลาด

W_3 ขาดนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าของบริการและผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ

W_4 ขาดการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของการบริการด้านสุขภาพ

W₅ ยังขาดการเชื่อมโยงไปสู่บริการทางด้านการแพทย์อย่างเต็มรูปแบบ เช่น การฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

(3) โอกาส (Opportunity)

O₁ ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกมีการเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ซึ่งในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงเป็นอันดับที่ 2 ของเอเชีย

O₂ การเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มากขึ้นเป็นผลจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียด ทำให้การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เป็นการฟื้นฟูสภาพร่างกาย และจิตใจจึงได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

O₃ มีการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ประเทศกัมพูชา และเวียดนาม ซึ่งสามารถเดินทางข้ามชายแดนที่ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศเกิดการเดินทางที่สะดวก

O₄ รัฐบาลให้ความสนใจ และมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(4) อุปสรรค (Threat)

T₁ ในการนำนโยบายสู่การปฏิบัติยังขาดเอกภาพในการดำเนินงาน ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในด้านต่างๆ ได้แก่ การสื่อสาร การขับเคลื่อนพัฒนา และการสนับสนุนด้านงบประมาณ เพื่อการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

T₂ เกิดการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับนานาชาติอย่างรุนแรงในตลาดโลก

(3) ผลการวิเคราะห์ BCG Matrix

ผลการวิเคราะห์ BCG Matrix ตกอยู่ในตำแหน่ง Star (0.70+, +0.43) หมายถึง ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราด กำลังเติบโตมีทั้งจุดและโอกาสให้สามารถพัฒนาต่อยอดทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

(4) แนวทางการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC)



ภาพที่ 5.1 รูปแบบการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC)

(1) กำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดหลักได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior tourist) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่น่าจะเป็นตลาดหลักของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สามารถท่องเที่ยวได้เป็นระยะเวลาเวลานาน โดยมีรูปแบบท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay Travel) แนวโน้มของกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เพราะประชากรโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ทำให้มีจำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกเพิ่มขึ้นมีสัดส่วนเพิ่มมากถึง 20% ของประชากรโลก อีกทั้งเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับการรักษาสุขภาพ เช่น การตรวจสุขภาพ การนวด ทำสปาเพื่อผ่อนคลาย เป็นต้น

(2) เจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติกำลังซื้อสูง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติกำลังซื้อสูง 3 ลำดับแรกในปี 2558 (1) จีน 823,296 คน (2) มาเลเซีย 682,367 คน และ (3) ญี่ปุ่น 239,378 คน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 4.9 พันบาท นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,728 บาท (ต่ำกว่านักท่องเที่ยวโดยรวมที่ใช้จ่ายเฉลี่ย 4,919.63 บาท) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงสุด 3 ลำดับแรก (1) สิงคโปร์ 5,965 บาท (เน้นใช้จ่ายด้านที่พักและบริการ เช่น บริการเชิงสุขภาพ, กิจกรรมกีฬา ฯลฯ) (2) สหรัฐอเมริกา 5,475 บาท (เน้นใช้จ่ายด้านที่พักและอาหาร-เครื่องดื่ม) และ (3) ออสเตรเลีย 5,235 บาท (เน้นใช้จ่ายด้านที่พักและอาหาร-เครื่องดื่ม)

(3) พัฒนานวัตกรรม/ผลิตภัณฑ์สปา การพัฒนาพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านธุรกิจ โดยงานวิจัยโครงการนี้ได้มีการพัฒนานวัตกรรมที่สำคัญ 2 นวัตกรรม คือ นวัตกรรมอาหารเชิงสุขภาพที่พัฒนาจากพืชผักสมุนไพรในท้องถิ่น และ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สปา และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องพักของโรงแรม ได้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม (มณีจันทร์ รีสอร์ทและสปอร์ตคลับ จ. จันทบุรี และโรงแรมบ้านทะเลภู จ. ตราด) พบว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลมาจากโครงการวิจัยได้รับจากตอบรับจากนักท่องเที่ยวและแขกที่มาใช้บริการเป็นอย่างดี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถสร้างกำไรให้ธุรกิจสปาได้มากกว่า 30-40% อีกทั้งนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะให้พัฒนา “นวัตกรรม” ที่ส่งเสริมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ครบวงจร

(4) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เป้าหมายสำคัญของจังหวัดตราดพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับเพื่อนบ้าน กับกัมพูชา เวียดนาม ตามเส้นทางสาย R 10 ที่ผ่านมาได้เชื่อมสัมพันธ์ และทำข้อตกลงร่วมกับเมืองท่องเที่ยวของกัมพูชา 6 เมือง คือ เกาะกง โพธิ์สัตว์ พระตะบอง กัมปอต แกป สีหนุวิลล์ และเมืองเกียนยาง ของเวียดนาม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวร่วมกันได้ดำเนินการมาได้ผลในระดับหนึ่งแล้ว ตามข้อตกลงต่อไปจะพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ จากเกาะฟูกิว เวียดนาม ผ่านมาทางกัมปอต สีหนุวิลล์ เกาะกง และเชื่อมโยงกับหมู่เกาะของจังหวัดตราด เกาะกูด เกาะช้าง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปจันทบุรี ระยอง และชลบุรี (พัทยา)

(5) โพรโมตอาหารเชิงสุขภาพจากพืชผักสมุนไพรในท้องถิ่น จุดแข็งและจุดเด่นที่เป็นศักยภาพหลักของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดจันทบุรีและตราด คือ “อาหารเชิงสุขภาพ” ซึ่งทั้งสองจังหวัดมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านอาหาร ไม่ว่าจะเป็นอาหารพื้นเมือง อาหารทะเล ผลไม้ ซึ่งควรมีการสนับสนุนเพื่อโปรโมตอาหารเชิงสุขภาพจากพืชและผักสมุนไพรในท้องถิ่น ซึ่งจะกลายเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของทั้งสองจังหวัด

(6) พัฒนาทักษะของผู้ให้บริการทางด้านสุขภาพ การพัฒนาทักษะของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันขาดแคลนฝีมือแรงงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของทั้งสองจังหวัด (จันทบุรีและตราด) ทั้งนี้ควรมีการส่งเสริมให้มีจำนวนบุคลากรด้านนี้เพิ่มมากขึ้น และมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานให้มากขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงาน ตลอดจนไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในอาชีพการนวด โดยการ

ประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในอาชีพนวด นำตัวอย่างผู้ที่ประสบความสำเร็จมาเป็นกรณีตัวอย่างเพื่อจูงใจให้เข้าสู่อาชีพนี้มากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถลดการขาดแคลนได้

(7) พัฒนาตราสินค้าและให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Brand Destination) รัฐบาลมีนโยบายที่จะผลักดันให้กลุ่ม EEC (ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง) ให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาตราสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญของประเทศ

(8) เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีการบูรณาการเข้ากับการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่น่าดึงดูด ซึ่งมีการผนวกเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยชุมชน

(9) ใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) เนื่องจากปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อค้นหาข้อมูลรวมถึงมีการวางแผนเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดังนั้นควรมีกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: วิเคราะห์ธุรกิจและวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อรองรับการนำใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

กลยุทธ์ที่ 2: อบรมให้ความรู้ และพัฒนาทักษะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ให้กับพนักงานและธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 3: สร้างการตลาดออนไลน์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กลยุทธ์ที่ 4: วิเคราะห์ธุรกิจและเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพเพื่อการเติบโตทางการตลาด

กลยุทธ์ที่ 5: กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 6: ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสร้างการมีส่วนร่วม เช่น การประกวดภาพถ่าย การประกวดทำคลิปวิดีโอ เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 7 : สร้างกระแสความนิยมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม (Cooperate Social Responsibility: CSR) ทางด้านท่องเที่ยวโดยใช้การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

อภิปรายผล

1. ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด อภิปรายโดยสังเขปได้ดังนี้

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด มีความสนใจและความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สปา อยู่ในระดับมาก อีกทั้งผลการวิจัยเชิงปริมาณ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความสนใจในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้งยังมีแนวโน้มการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการวิจัยในส่วนของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวล้วนส่งผลไปในทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งและบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว ศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia or Medical Hub of Asia) ตามนโยบายการปรับโครงสร้าง ได้มีการกำหนดเป้าหมายไว้ 3 กลุ่ม คือกลุ่มบริการด้านการแพทย์ กลุ่มส่งเสริมสุขภาพ และกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพสมุนไพรไทย โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (สิริกร เลิศลักษณ์ธาร, 2560) เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลากหลาย ดังนั้น จึงควรบูรณาการแนวความคิดการวัดความพึงพอใจหลายๆ วิธีเข้าด้วยกัน ส่วนใหญ่การศึกษาที่ผ่านมานิยมวัดความพึงพอใจรวมมากกว่าความพึงพอใจในกิจกรรมท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มิ่งสรรพ ชาวสะอาด และคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่องการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งได้ผลการวิจัยสรุปว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาในประเทศไทย ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันสูงกว่านักท่องเที่ยวทั้งหมด และเคยใช้บริการสปาในประเทศไทยประมาณ 2 ครั้ง โดยการท่องเที่ยวใน Trip นี้ได้ใช้บริการสปาไทยเฉลี่ย 2 ครั้ง เช่นเดียวกัน เมื่อนวดไทยเป็นเมนูที่นิยมมากที่สุด ผู้ใช้บริการสปาที่ใช้ที่ Destination Spa มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 12,133 บาท / ทริป เพื่อหรือญาติเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการใช้สปาในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 70 จะใช้บริการสปาโดยไม่จองล่วงหน้า ขณะที่ผู้จองการใช้สปาผ่านเว็บไซต์สปามีค่าใช้จ่ายในการใช้สปาสูงกว่าช่องทางอื่น ๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจกับการให้บริการของสปาไทยในระดับสูง

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ในส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร อภิปรายโดยสังเขปได้ดังนี้

(1) การพัฒนาตำรับอาหารเชิงสุขภาพ

(1.1) เค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรอง

การเพิ่มปริมาณวุ้นผลสำรองมีผลให้สีของหน้าและเนื้อเค้กอ่อนลง มีจุดสีน้ำตาลในเนื้อเค้ก ผิวหน้าเค้กมีความขรุขระเพิ่มขึ้น ซึ่งการใช้วุ้นผลสำรองซึ่งมีคุณสมบัติอุ้มน้ำในตำรับมีผลต่อน้ำตาลในส่วนผสมเค้กมีโอกาสละลายลดลง ทำให้เกิดผลึกหรือจุดของเม็ดน้ำตาลที่ผิวหน้าเค้กได้ และผลึกน้ำตาลเมื่อสัมผัสความร้อนจึงเกิดสีน้ำตาลไม่สม่ำเสมอที่ผิวหน้าได้ ทั้งนี้การลดนมข้นจืดและเนยสด ร่วมกับการใช้วุ้นผลสำรองทำให้ส่วนผสมมีสีเหลืองจากนมและเนยสดลดลง เนื้อเค้กมีสีอ่อนลง และมีจุดสีน้ำตาลของวุ้นผลสำรองเพิ่มขึ้นได้ เนื้อสัมผัสของเค้กยังมีความแน่น การขึ้นฟูลดลง ความยืดหยุ่นลดลง ซึ่งการเพิ่มปริมาณวุ้นผลสำรองเป็นการเพิ่มปริมาณน้ำ เพราะใยอาหารของผลสำรองมีความสามารถในการอุ้มน้ำ และมีคุณสมบัติของกัม รวมถึงการลดไขมันในสูตรทำให้เค้กที่ได้โครงสร้างของเค้กมีความแข็งแรงลดลง (อุลิสถาณ์ พาชีศรีพาทล และคณะ, 2552; ทศนีย์ ชาเจียมเจน และคณะ, 2560) สอดคล้องกับงานวิจัยของทศนีย์ ชาเจียมเจน และคณะ (2560) ที่ใช้วุ้นผลสำรองทดแทนไขมันในเค้กบราวนี่ มีผลให้ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงลดลง อย่างไรก็ตามการใช้วุ้นผลสำรองทดแทนนมข้นจืด ร้อยละ 20 และเนยสดร้อยละ 25 จะมีผลให้เค้กไข่มีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น ส่วนค่าการยึดติด (Adhesiveness) ของเค้กตำรับ C (RM0/RB50), ตำรับ D (RM10/RB25) และ ตำรับ F (RM20/RB25) มากกว่าตำรับพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แต่การใช้วุ้นผลสำรองทดแทนเนยสดร้อยละ 25 หรือตำรับ B (RM0/RB25) ไม่มีผลให้ค่าความยึดติดของเค้กไข่แตกต่างจากตำรับพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ส่วนค่าความยืดหยุ่นของเค้กไข่ทุกตำรับไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) ส่วนด้านคุณภาพทางประสาทสัมผัสนั้น การใช้วุ้นผลสำรองทดแทนนมข้นจืดและเนยสดมีผลให้สารให้กลิ่นรสในนมและเนยสดลดลง รวมถึงเค้กไข่ยังมีองค์ประกอบของไข่ซึ่งเป็นโปรตีนจึงส่งผลต่อความชอบด้านกลิ่นได้ (อินทาวุธ สรรพพรสถิตย์, 2557; Gisslen, 2013) นมข้นจืดและเนยสดที่เป็นส่วนผสมยังมีผลต่อความนุ่มและการละลายในปากของผลิตภัณฑ์ การลดปริมาณของส่วนผสมทั้ง 2 ชนิด มีผลต่อการตกค้างในปาก (จิตธนา แจ่มเมฆ และอรอนงค์ นัยวิกุล, 2556; Gisslen, 2013) ซึ่งผู้ทดสอบได้ให้คะแนนความชอบเค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรองตำรับ D (RM10/RB25) ได้รับคะแนนความชอบโดยรวมมากกว่าตำรับอื่นในเกณฑ์ชอบปานกลางซึ่งสอดคล้องกับคะแนนความชอบในด้านต่าง ๆ เค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรองมีปริมาณความชื้น โปรตีนและใยอาหารสูงกว่าตำรับพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) มีปริมาณไขมัน คาร์โบไฮเดรต โคลเลสเตอรอล และพลังงานทั้งหมดน้อยกว่าตำรับพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) เป็นเพราะสารเมือกหรือมิวซิเลจ (Mucilage) จากลูกสำรองที่ได้จากเปลือกหุ้มชั้นนอกที่มีองค์ประกอบเส้นใยอาหารสูง และมีความสามารถในการดูดซับน้ำได้ถึง 40–45 มิลลิลิตรต่อกรัม (น้ำฝน ปิยะตระกูล, 2556) สอดคล้องกับงานวิจัยของทศนีย์ ชาเจียมเจน และคณะ (2560) ที่พบว่าคูกี้บาร์ที่ใช้ลูกสำรองทดแทนไขมันและพลังงานน้อยกว่าคูกี้บาร์พื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

(1.2) ครีมน้ำตาลมะม่วงลดความหวาน

การเพิ่มปริมาณเนื้อมะม่วงมีผลให้ครีมน้ำตาลมีความชื้นเพิ่มขึ้นเล็กน้อย มีสีเหลืองเข้มและค่อนข้างน้ำตาลเพิ่มขึ้น มีกลิ่นมะม่วงเพิ่มขึ้น มีรสหวานเพิ่มขึ้น และเมื่อปาดบนขนมปัง จะมีความหนืดลดลงเล็กน้อย ทั้งนี้การใช้เนื้อมะม่วงสุกทดแทนน้ำมะนาวและนมข้นจืด และลด

ปริมาณน้ำตาลทราย มีผลต่อสีเหลือง เพราะมะม่วงสุกจะมีสารให้สีกลุ่มแคโรทีนอยด์ รวมถึงเบต้าแคโรทีน (พืชเกษตรไทย, ม.ป.ป.) กลิ่นมะม่วงที่เกิดขึ้น รสหวาน ซึ่งมะม่วงที่สุกจะมีน้ำตาลซูโครส มากกว่าฟรุคโตสและกลูโคส (มณฑาทิพย์ ยุ่นฉลาด และคณะ, 2544) และการเพิ่มมะม่วงสุกเป็นการเพิ่มปริมาณน้ำตาลในสูตรจึงอาจมีผลต่อการคงตัวของแ่งสุกได้ (อบเชย วงศ์ทอง และชนิษฐา พูนผลกุล, 2558)และการลดปริมาณน้ำตาลทรายลง พบว่า ความหนืดมีแนวโน้มลดลง อาจเป็นเพราะปริมาณมะม่วงสุก น้ำมะนาว และนมข้นจืด ซึ่งใช้ทดแทนกันมีปริมาณของแ่งต่างกัน โดยมะม่วง น้ำดอกไม้สุกมีปริมาณของแ่งที่ละลายน้ำได้ทั้งหมดมากกว่า 14°Brix (สว่างนภา, 2560) น้ำมะนาวมีปริมาณของแ่งที่ละลายน้ำได้ทั้งหมด 7–8°Brix (กรมวิชาการเกษตร, ม.ป.ป.) และนมข้นจืดมีปริมาณของแ่งทั้งหมดร้อยละ 20 (Gisslen, 2013) มะม่วงน้ำดอกไม้ยังมีค่าความเป็นกรด-เบส (pH) สูงกว่าน้ำมะนาว โดยมะม่วงน้ำดอกไม้มีปริมาณกรดทั้งหมดร้อยละ 0.31–0.63 และมีค่าความเป็นกรด-เบส (pH) ประมาณ 3.36–4.33 (มณฑาทิพย์ ยุ่นฉลาด และคณะ, 2544) ซึ่งมีค่าความเป็นกรดต่ำกว่าน้ำมะนาวที่มีปริมาณกรดทั้งหมดซึ่งคิดในรูปกรดซิตริกเท่ากับร้อยละ 7.51 (ดวงพร สามัตถิยะ, 2540) และมีปริมาณกรดทั้งหมดร้อยละ 1.87–2.18 (โรงเรียนศรีสวัสดิ์วิทยาการ, 2556) ความเป็นกรดอ่อนมีค่าประมาณ 6.6 (Gisslen, 2013) อาจมีผลต่อความชอบด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ ความข้นหนืด การตกค้างในปาก ความชอบโดยรวม และเมื่อรับประทานกับขนมปังจึงมีผลต่อความชอบด้านลักษณะเนื้อ ความนุ่ม การรับกลิ่นและรสชาติซึ่งมีผลต่อความชอบโดยรวมของผู้ทดสอบ นอกจากนี้เมื่อตำรับที่ผ่านการคัดเลือกที่มีมะม่วงน้ำดอกไม้สุกร้อยละ 50 ของน้ำหนักน้ำมะนาวและนมข้นจืด น้ำตาลทรายร้อยละ 20 ของน้ำหนักน้ำตาลทรายทั้งหมดไปทดสอบการยอมรับเมื่อผู้บริโภคทดสอบเฉพาะส่วนครีม พบว่า ความชอบด้านสีและรสชาติ ได้รับคะแนนความชอบในเกณฑ์ชอบมาก ส่วนด้านลักษณะปรากฏ กลิ่น ความข้นหนืด การตกค้างในปาก และความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ชอบปานกลาง เมื่อนำครีมคัสตาร์ดนี้มารับประทานพร้อมกับขนมปัง พบว่าความชอบเมื่อนำมาทาหรือปาดบนขนมปัง และความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ชอบมาก ส่วนการตกค้างในปากมีความชอบในเกณฑ์ชอบปานกลาง

(1.3) ครีมคัสตาร์ดทุเรียนลดความหวาน

การเพิ่มปริมาณเนื้อทุเรียนมีผลให้สีของครีมคัสตาร์ดมีสีเหลืองเข้มขึ้น กลิ่นทุเรียนแรงขึ้น เป็นผลจากสีของเนื้อทุเรียน และสารประกอบซัลเฟอร์และเอสเทอร์ รวมถึงสารพวกแอลกอฮอล์ อัลดีไฮด์ และคีโตน (Laohakunjit, et. al., 2007) และเมื่อมีการลดปริมาณน้ำตาลทรายในส่วนผสม ร่วมกับการเพิ่มปริมาณเนื้อทุเรียน มีผลให้ครีมคัสตาร์ดมีความหนืดเพิ่มขึ้น เป็นผลจากเนื้อทุเรียนมีปริมาณน้ำตาล และเป็นแหล่งของคาร์โบไฮเดรต โปรตีน และไขมัน และการลดน้ำตาลในส่วนผสมยังมีผลต่อการตกตะกอนของโปรตีน และความหนืดของครีม (จิตธนา แจ่มเมฆ และอรอนงค์ นัยวิกุล, 2556; Gisslen, 2013) การทดลองนี้ใช้เนื้อทุเรียนทดแทนน้ำและนมข้นจืดซึ่งการลดปริมาณนมข้นจืดอาจมีผลให้ค่าความเป็นกรดลดลงได้ (จิตธนา แจ่มเมฆ และอรอนงค์ นัยวิกุล, 2556; รสสุคนธ์ พุ่มพันธุ์วงศ์, ม.ป.ป.) และอาจมีผลต่อความชอบด้านลักษณะปรากฏ สี รสชาติ ความชอบโดยรวมที่มีต่อครีมคัสตาร์ด และการตกค้างในปากเมื่อรับประทานกับขนมปัง โดยครีมคัสตาร์ดทุเรียนตำรับที่ผสมทุเรียนร้อยละ 50 และลดน้ำตาลทรายร้อยละ 10 ได้รับคะแนนความชอบแต่ละด้านสูงกว่าครีม

คัสตาร์ดทุเรียนตำรับอื่น ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้คะแนนความชอบคัสตาร์ดครีมทุเรียนด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ชอบมาก ด้านความขื่นหนืดและการตกค้างในปากอยู่ในเกณฑ์ชอบปานกลาง เมื่อรับประทานครีมคัสตาร์ดทุเรียนนี้กับขนมปัง พบว่า ความชอบเมื่อทาหรือปาดบนขนมปังและความชอบโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ชอบมาก ส่วนการตกค้างในปากมีความชอบในเกณฑ์ชอบปานกลาง

5.2.3 แนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC)

แนวทางการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) ประกอบด้วย 8 แนวทางที่สำคัญ ดังนี้

(1) กำหนดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดหลักได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ (Senior tourist)

ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ สามารถท่องเที่ยวได้เป็นระยะเวลาชานาน โดยมีรูปแบบท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay Travel) แนวโน้มของกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เพราะประชากรโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ทำให้มีจำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกเพิ่มขึ้นมีสัดส่วนเพิ่มมากถึง 20% ของประชากรโลก ซึ่งสอดคล้องกับ ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ

ธีระวัฒน์ จันทิก (2561) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนับว่าเป็นกลุ่มตลาดที่มีคุณค่า มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและเพื่อการศึกษาเรียนรู้ (Chiang, L. et al., 2014) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาพำนักราววัน เช่น มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวชานาน (นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2559: 2) มีการใช้จ่ายค่อนข้างสูง และเป็น กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีส่วนช่วยฟื้นฟูธุรกิจการท่องเที่ยวไทยได้ เนื่องจากมีศักยภาพและมีกำลังซื้อ (สมยศ วัฒนามลชัย และ เยวาลักษณ์ ยิมอ่อน, 2553: 101)

อีกทั้งเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับการรักษาสุขภาพ เช่น การตรวจสุขภาพ การนวด ทำสปาเพื่อผ่อนคลาย เป็นต้น ทั้งนี้มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับผู้สูงอายุได้แก่ (1) ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงกลุ่มอาหารเสริมที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างมาก โดยความต้องการของผู้สูงอายุ คือ อาหารที่มีไขมันต่ำ ไม่มีคอเลสเตอรอล น้ำตาลน้อยหรือไม่มีเลย และมีส่วนประกอบที่ป้องกัน ลดความเสี่ยงโรคที่เกิดกับผู้สูงอายุ เช่น โรคหัวใจ มะเร็ง เบาหวาน รวมถึงสามารถย่อยได้ง่ายเมื่อรับประทานเข้าไปแล้ว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ ธีระวัฒน์ จันทิก (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการจัดบริการเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ โดยพิจารณาการเลือกร้านอาหารและประเภท ของอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีความต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัยและการดูแล สุขภาพที่ดี (2) ธุรกิจเกี่ยวกับความงาม

แม้ว่าจะเข้าสู่วัยสูงอายุแล้ว แต่ก็ยังอยากดูแลตัวเองให้ดีอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะเครื่องแต่งกาย รวมถึงเครื่องสำอางประเภทออร์แกนิกที่ผลิตมาจากธรรมชาติหรือสมุนไพร ยังมีสรรพคุณต่อต้านชะลอริ้วรอย ลดรอยกระ จุดต่างดำ นำมาผสมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ด้วยแล้วจะได้รับความสนใจอย่างแน่นอน (3) ธุรกิจบริการสุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุที่เจ็บป่วย ไม่สามารถดูแลตนเองได้มีเยื่อพอสสมควร ซึ่งต้องมองหาสถานบริการให้มาดูแลตามที่อยู่อาศัย ดังนั้นจึงเป็นโอกาสของการทำธุรกิจโดยมุ่งเป้าไปที่กลุ่มผู้สูงอายุที่เจ็บป่วย โดยการบริการต้องมีคุณภาพ ผู้ประกอบการต้องคัดกรองบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีจิตเมตตา รักในงานบริการ รวมถึงการสร้าง ความแตกต่าง หาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้มีความหลากหลายมากขึ้น และ (4) ธุรกิจนำเที่ยวผู้สูงอายุ กลุ่มผู้สูงอายุยังต้องการสังคมเพื่อพบปะเพื่อนฝูงร่วมพูดคุยสังสรรค์กัน หลังจากตรากตรำทำงานมาอย่างหนักตลอดเวลาที่ผ่านมา ดังนั้นการจัดทริปไปเที่ยวถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่น่าสนใจ โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวอาจไม่หักโหมมากเหมือนกับคนวัยอื่น ผู้สูงอายุจะมีสนิยมท่องเที่ยวในเชิงศิลปวัฒนธรรม ทำบุญไหว้พระ ตักบาตร ฟังเทศน์ ตามวัดวาอารามต่างๆ สวดมนต์ ก็เป็นที่นิยมมากในยุคนี

(2) เจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติกำลังซื้อสูง

แนวทางที่สำคัญในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีและตราดเพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนระเบียงเศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) คือ การเจาะตลาดเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติกำลังซื้อสูง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกำลังซื้อสูง 3 ลำดับแรกในปี 2558 (1) จีน 823,296 คน (2) มาเลเซีย 682,367 คน และ (3) ญี่ปุ่น 239,378 คน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 4.9 พันบาท นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,728 บาท (ต่ำกว่านักท่องเที่ยวโดยรวมที่ใช้จ่ายเฉลี่ย 4,919.63 บาท) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงสุด 3 ลำดับแรก (1) สิงคโปร์ 5,965 บาท (เน้นใช้จ่ายด้านที่พักและบริการ เช่น บริการเชิงสุขภาพ, กิจกรรมกีฬา ฯลฯ) (2) สหรัฐอเมริกา 5,475 บาท (เน้นใช้จ่ายด้านที่พักและอาหาร-เครื่องดื่ม) และ (3) ออสเตรเลีย 5,235 บาท (เน้นใช้จ่ายด้านที่พักและอาหาร-เครื่องดื่ม) ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแรงจูงใจ 3 ประการในการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ คือ การพักผ่อนและคลายเครียด การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และการเรียนรู้ หาประสบการณ์ใหม่ (สิริกิ เลิศลักษณ์ธาร, ไพบูลย์ อ่อนมั่ง และ ไอยเรศ ลิบลับ, ม.ป.ป.)

(3) พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพ

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านธุรกิจโดยงานวิจัยโครงการนี้ได้มีการพัฒนานวัตกรรมที่สำคัญ 2 นวัตกรรม คือ นวัตกรรมอาหารเชิงสุขภาพที่พัฒนาจากพืชผักสมุนไพรในท้องถิ่น และ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สปา และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องพักของโรงแรม ได้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม (มณีจันทร์ ธีรสิทธิ์และสปอร์คลับ จ. จันทบุรี และโรงแรมบ้านทะเลภู จ. ตราด) พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลมาจากโครงการวิจัยได้รับจากตอบรับจากนักท่องเที่ยวและแขกที่มาใช้บริการเป็นอย่างดี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถสร้างกำไรให้ธุรกิจสปาได้มากกว่า 30-40% อีกทั้งนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะให้พัฒนา “นวัตกรรม” ที่ส่งเสริมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ครบวงจร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรพนี สวน

เพลงและคณะ (2560) เรื่องการสร้างคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ให้ในโรงแรมทำให้กำไรให้ธุรกิจสปาได้มากกว่า 50% พร้อมกับเป็นการเพิ่มค่าของการให้บริการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

(4) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของจังหวัดตราดพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับเพื่อนบ้าน กับกัมพูชา เวียดนาม ตามเส้นทางสาย R 10 และได้มีการ ทำข้อตกลงร่วมกับเมืองท่องเที่ยวของกัมพูชา 6 เมือง คือ เกาะกง โพธิสัตว์ พระตะบอง กัมปอต แกป สีหนุวิลล์ และเมืองเกียนยาง ของเวียดนาม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวร่วมกันได้ดำเนินการมาได้ในระดับหนึ่งแล้ว ตามข้อตกลงต่อไปจะพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ จากเกาะฟูกิว เวียดนาม ผ่านมาทางกัมปอต สีหนุวิลล์ เกาะกง และเชื่อมโยงกับหมู่เกาะของจังหวัดตราด เกาะกูด เกาะช้าง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปจันทบุรี ระยอง และ พัทยา ซึ่งนับได้ว่าการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวของทั้ง 3 ประเทศเข้าด้วยกัน เป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มรักษาสุขภาพ ที่เดินทางเข้ามาเป็นลักษณะทัวร์สุขภาพ เช่น มาร์กษาและเชคสุขภาพที่โรงพยาบาลกรุงเทพตราด

(5) โพรโมตอาหารเชิงสุขภาพจากพืชผักสมุนไพรในท้องถิ่น

จุดแข็งและจุดเด่นที่เป็นศักยภาพหลักของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดจันทบุรีและตราด คือ ซึ่งทั้งสองจังหวัดมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านอาหาร ไม่ว่าจะเป็น ”อาหารเชิงสุขภาพ“ อาหารพื้นเมือง อาหารทะเล ผลไม้ ซึ่งควรมีการสนับสนุนเพื่อโปรโมตอาหารเชิงสุขภาพจากพืชผักและสมุนไพรในท้องถิ่น ซึ่งจะกลายเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของทั้งสองจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลได้มีการทำบันทึกข้อตกลงการเชื่อมโยงตลาดผลไม้ แหล่งผลิต และมีนโยบายให้จังหวัดจันทบุรี เป็นเมืองมหานครแห่งผลไม้เมืองร้อน (Fruit Corridor) (คมชัดลึก, 2561)

(6) พัฒนาทักษะของผู้ให้บริการทางด้านสุขภาพ

การพัฒนาทักษะของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากปัจจุบันขาดแคลนฝีมือแรงงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของทั้งจังหวัดจันทบุรีและตราด) ควรมีการส่งเสริมให้มีจำนวนบุคลากรด้านนี้เพิ่มมากขึ้น และมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานให้มากขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงาน ตลอดจนไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในอาชีพการนวด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของราณี อิศัยกุล และรชพร จันทรสว่าง (2559) พบว่าศักยภาพของบุคลากร เช่น ผู้ดำเนินการสปาต้องสอบผ่าน ให้ได้รับใบอนุญาตจึงจะปฏิบัติงานได้ ผู้ให้บริการสปาต้อง ผ่านการฝึกอบรมตามที่กระทรวงกำหนด บุคลากรมี จิตสำนึกในการให้บริการ และมีทักษะในการนวดไทย เป็น ต้น อย่างไรก็ตาม บุคลากรด้านสปาของไทย แม้จะได้รับการ ยอมรับจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการให้บริการที่ มีฝีมือในการนวดและมีมารยาทตามเอกลักษณ์ของไทย แต่ปัญหาหลักที่ผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่มกล่าวถึงคือปัญหาการขาด แคลนผู้ให้บริการสปา ผู้ดำเนินการสปา และพนักงานต้อนรับบางส่วนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบัน พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2550) ที่ระบุว่า ธุรกิจสปาในประเทศไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีได้มี

การเตรียมตัวรองรับสถานการณ์มาก่อน ทำให้มีการขาด แคลนนักบำบัดหรือผู้ให้บริการทั้งจำนวน และคุณภาพ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการเชิงสุขภาพในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กันไป เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(7) พัฒนาตราสินค้าและให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Brand Destination)

รัฐบาลมีนโยบายที่จะผลักดันให้กลุ่ม EEC (ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง) ให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดย

(1) ยกย่องระดับประสบการณ์และคุณค่าจากการท่องเที่ยว (Value Proposition) เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลางถึงสูงจากประเทศแถบเอเชียแปซิฟิก

(2) การจัดระเบียบและส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่หลากหลายตามสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มคุณค่าและประสบการณ์ เช่น กีฬาทางน้ำ (Water Sports)

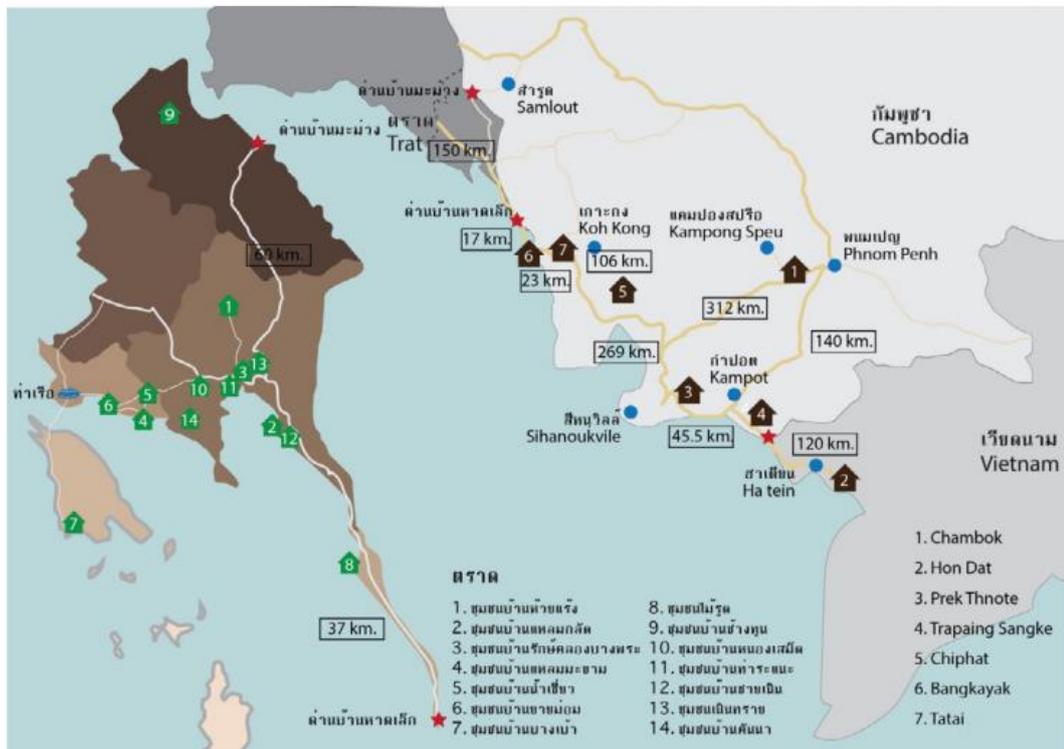
(3) การสนับสนุนธุรกิจทางการแพทย์และศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ (Wellness and Rehabilitation) โดยต่อยอดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical tourism) ที่เข้มแข็ง

(4) รวมทั้งส่งเสริมประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางรวมของการแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติ (MICE)

ดังนั้นควรมีการพัฒนาตราสินค้าและให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Brand Destination) ทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างแท้จริง (EEC, Online)

(8) เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน

การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีการบูรณาการเข้ากับการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่นำดึงดูด ซึ่งมีการผนวกเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ วรรณดี สุทธินรากร และคณะ (ม.ป.ป.) พบว่า ศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดตราดอยู่ในระดับดีมีสองประเด็นหลัก คือ ความสามารถของผู้นำและความร่วมมือของคนในชุมชนที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนศักยภาพที่อยู่ในระดับปานกลางคือ การเตรียมความพร้อม ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว การวางรูปแบบและการบริหาร จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก และผลที่เกิดกับชุมชน



ภาพที่ 5.2 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดตราดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน
ที่มา วรรณดี สุทธินรากร และคณะ (2561).

(2) ใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

เนื่องจากปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อค้นหาข้อมูลรวมถึงมีการวางแผนเดินทางไปที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีสอดคล้องกับ รายงานการศึกษาขั้นสุดท้าย (Final Report) การจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา (สสว, 2556) พบว่า ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีโดยเฉพาะ การมีเครือข่ายสังคมทางอินเทอร์เน็ต (Social Media) ส่งผลให้เกิดการส่งต่อข้อมูล ด้านต่างๆ ถึงกันระหว่างคนที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้นเมื่อลูกค้าที่เข้ามาใช้ บริการสปาหรือบริการสุขภาพอื่นๆ แล้วเกิดความประทับใจ และบอกต่อในเครือข่าย สังคมอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสปาของไทย เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกได้อย่างไม่มีต้นทุนภายในระยะเวลาสั้น และสอดคล้องกับ Shimp (2010) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ของกระบวนการการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ส่วนหนึ่งว่า ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) ทำให้เกิดเครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่มากมายการติดต่อสื่อสารกับตลาดหรือลูกค้าทำได้โดยสะดวกและรวดเร็ว ลูกค้าสมัยใหม่ยุคไอที เป็นศูนย์รวมของเครื่องมือสื่อสารรอบตัว ดังนั้น นักการตลาดจึงหันมาใช้วิธีโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ระบบการตลาดเจาะตรงจึงเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้มีอิทธิพลสำคัญ ทำให้การติดต่อสื่อสารการตลาดเปลี่ยนไปจากแนวความคิดดั้งเดิม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1) ภาคธุรกิจและสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(1.1.1) โรงแรมที่เข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ได้แก่ โรงแรมมณีจันทร์รีสอร์ท แอนด์ สปอร์ต คลับ จ. จันทบุรี และโรงแรมภูทะเล รีสอร์ท จ. ตราด สามารถนำผลผลิตที่เป็น นวัตกรรมอาหารเชิงสุขภาพสู่การขายในเชิงพาณิชย์ มีรายละเอียด ดังนี้

(1) จัดอนุสิทธิบัตรเพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ร่วมกับคณะผู้วิจัยที่ได้ พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสุขภาพ ได้แก่ เค้กไข่ผสมวุ้นผลสำรอง, ครีมน้ำตาลดมะม่วงลด ความหวาน และ ครีมน้ำตาลดทุเรียนลดความหวาน

(2) จัดทำเบียนการรับรองจาก อย .

(3) เปิดการขายผลิตภัณฑ์ ร่วมกับการออกบูธโปรแกรมการท่องเที่ยวของ + โรงแรม และมุ่งเน้นกลุ่มตลาดคนไทยและตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

(1.1.2) พัฒนา ในรูปแบบใหม่ๆ ที่มีการผสมผสานกับภูมิปัญญาโดยใช้ ”นวัตกรรมสปา“ ร่วมกับผลิตภัณฑ์สปาที่คณะผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น

(1.1.3) พัฒนาฝีมือแรงงานของพนักงานนวด / สปา ให้ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษ และทักษะการทำสปาที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยจะต้องมีการสนับสนุนให้มีการจัดการฝึกอบรมให้กับพนักงานเพื่อผ่านหลักสูตรมาตรฐานต่างๆ

(1.1.4) ทำการตลาดโดยเฉพาะตลาดออนไลน์ โดยใช้ การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Channel) การตลาดในหลากหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) ร่วมกับการงาน Event ต่างๆ เป็นต้น

(1.1.5) สร้างความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และชุมชน เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นศูนย์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชั้นนำของโลก (World class destination)

1.2) ชุมชน

(1.3.1) ควรมีการพัฒนา ที่ร่วมกันผลิตผัก ผลไม้และสมุนไพรที่ใช้ ”วิสาหกิจชุมชน“ สำหรับธุรกิจเชิงสุขภาพ ซึ่งควรมีความร่วมมือกับผู้ประกอบการเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีการกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่นอย่างแท้จริง

(1.3.2) ควรมีการสนับสนุนให้ชุมชนได้มีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์สปาที่ผลิตจากสมุนไพรธรรมชาติที่ได้จากท้องถิ่นและชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาสมุนไพรชนิดอื่นๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ไพล ข้าวนางพญาดำ เพื่อนำมาพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์สปาต่อไป

2) ควรมีการพัฒนาตำรับอาหารเชิงสุขภาพโดยใช้พืช ผัก สมุนไพรในท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic health)

3) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่ม EEC (ชลบุรี-ระยอง-จันทบุรี-ตราด)

4) ควรมีการศึกษาเรื่อง การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นบริการมูลค่าสูง (High value) ในกลุ่ม EEC (ชลบุรี-ระยอง-จันทบุรี-ตราด) เพื่อเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชั้นนำของโลก (World class wellness destination)