

| | |
|-------------------|--|
| หัวข้อวิจัย | การสร้างคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ |
| ผู้ดำเนินการวิจัย | รองศาสตราจารย์ ดร. พรรณี สนวนเพลง ดร. จิราภรณ์ ทองตัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชุติมา จักรจรัส อาจารย์ณัฐปรีญา โพธิ์พันธ์ อาจารย์ศรียา ประเสริฐสุด |
| หน่วยงาน | คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| ปี พ.ศ. | 2561 |

การวิจัยเรื่อง “การสร้างคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์” มีวัตถุประสงค์การวิจัย (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ โดยมีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน (2) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ มีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและสปา จำนวน 20 คน (3) เพื่อศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เป็นการทดลองด้านวิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และ (4) เพื่อหาแนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เป็นการศึกษาศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการเก็บข้อมูลจากการจัดประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 25 คน มีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์เป็นระยะเวลา 2 วัน เดินทางมาที่ครอบครัว มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ผ่อนคลาย มีการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านช่องทางเว็บไซต์ ตามลำดับ ด้านพฤติกรรมและแนวโน้มการใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่าส่วนใหญ่เพิ่งมาใช้บริการเป็นครั้งแรก เคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนและยังคงมีความสนใจในกิจกรรมนวดแผนไทยมากที่สุด ราคาที่นักท่องเที่ยวต้องการ คือ 100-300 บาทต่อครั้งโดยมีอุปนิสัยชอบประสบการณ์แปลกใหม่จากการท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทสปา

สมุนไพร และมีความสนใจที่จะใช้ / ที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทโลชั่น และคิดว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ความไม่สะดวกในการเดินทาง

1.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ มีรายได้ 36,001-45,000 ดอลลาร์ / ปี ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์เป็นระยะเวลา 3 วัน เดินทางมากับครอบครัว มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ผ่อนคลาย มีการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านช่องทางเว็บไซต์ ตามลำดับ ด้านพฤติกรรมและแนวโน้มการใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้บริการครั้งที่ 2-3 ครั้ง เคยใช้บริการนวดแผนไทยมาก่อนและยังคงมีความสนใจในกิจกรรมนวดแผนไทยมากที่สุด ราคาที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ 100-300 บาทต่อครั้ง โดยมีอุปนิสัยชอบไปเที่ยวคนเดียว ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทแชมพูมากที่สุด และมีความสนใจที่จะใช้ / ที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทแชมพู โลชั่น ครีมนวดม และคิดว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ราคา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุก ๆ ด้านยกเว้นด้านรายได้ และในส่วน of นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุก ๆ ด้านยกเว้นด้านเพศของนักท่องเที่ยว

ผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยน (Invariance) เชิงโครงสร้างของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความพึงพอใจในการใช้บริการผลิตภัณฑ์สปาและรูปแบบกิจกรรมของสปา ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปรากฏว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความพึงพอใจในการใช้บริการผลิตภัณฑ์สปาและรูปแบบกิจกรรมของสปา ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความไม่แปรเปลี่ยน ($p\text{-value} > .05$) กล่าวคือ ความพึงพอใจในการใช้บริการผลิตภัณฑ์สปาและรูปแบบกิจกรรมของสปา ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีผลการประเมินไม่ต่างกัน

2. การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์สปาในจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้สัมผัสเพื่อการพักผ่อนที่สมบูรณ์แบบ ทั้งความสวยของชายหาด น้ำตก ภูเขา แม่น้ำ อีกทั้งมีบริการทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น มีสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานโลกพร้อมสรรพสำหรับผู้เล่นกอล์ฟได้มาพักผ่อนในรีสอร์ท สปา และการกีฬาเพื่อสุขภาพ การบริการมีทั้งระดับมาตรฐานและระดับพิเศษสำหรับบุคคลสำคัญ และมีการบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงในระดับโลก ได้แก่ Chivasom, Six Senses เป็นต้น ธุรกิจสปา เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ธุรกิจสปาได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โรงแรมที่เกิดขึ้นใหม่จะสนามกอล์ฟ สปาเป็นส่วนประกอบเสริมเข้าไปด้วย ส่งผลให้ขณะนี้ธุรกิจสปาเป็นจำนวนมากทั้งเดย์สปาและไฮเต็ลแอนด์รีสอร์ทสปา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกำลังซื้อสูง โรงแรมธารามันตรา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และวาสุกรี ริโซวิลล่า

กยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ถือว่ามีศักยภาพและความพร้อม เนื่องจากเป็นโรงแรมขนาดกลาง มีเอกลักษณ์ของตนเองอย่างเด่นชัด มีความโดดเด่นของบริการของโรงแรม มีการให้บริการสปาที่ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว / ลูกค้าอย่างครบวงจร

3. การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโรงแรมธารามันตรา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น 2 ชุดผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) ชุดเครื่องใช้ในห้องพัก ได้แก่ เจลอาบน้ำ ครีมอาบน้ำ แชมพู 2 in 1 ครีมนวดผม โลชั่นบำรุงผิว และสบู่อ่อน และ (2) ชุดผลิตภัณฑ์สปา ได้แก่ ตาลโตนด-เกลือ-มะนาวขัดผิว เจลพอกผิว ครีมพอกผิว และ Bath bomb ที่ผลิตจากสมุนไพรในท้องถิ่น เช่น มะนาว ตาลโตนด เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ วาฏิกา ริโซวิลล่า ((Vartika Resovilla kuiburi) กยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แบ่งออกเป็น 2 ชุดผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) ชุดเครื่องใช้ในห้องพัก ได้แก่ เจลอาบน้ำ แชมพูสระผม ครีมนวดผม โลชั่นบำรุงผิว และเจลว่านหางจระเข้ โดยใช้กลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อำเภอถ้ำกยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ สับปะรด มะพร้าว ว่านหางจระเข้ และกลิ่นผักบุ้งทะเล (2) ชุดผลิตภัณฑ์สปา ได้แก่ Coffee body scrub, Coffee body massage, Coffee body mask, Coffee facial scrub, Coffee facial massage, Coffee facial mask and Foot massage ที่ผลิตจากสมุนไพรในท้องถิ่น เช่น สับปะรด มะพร้าว ว่านหางจระเข้ และกาแฟ เป็นต้น

ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพให้กับสถานประกอบการทั้ง 2 แห่งนี้ สามารถลดต้นทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ 40-50%

4. แนวทางในการสร้างคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

4.1 ด้านอุปสงค์ (Demand) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ มีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ ทำการตลาดเพื่อกระตุ้นกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดย (1) บูรณาการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ผ่านสื่อระดับ Global และระดับท้องถิ่นในพื้นที่ตลาดทั้งสื่อ Online และ Offline และ (2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ได้รับการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ ผ่านโครงสร้าง Digital media platforms เช่น Facebook, Line, Twitter, Instagram

4.2 ด้านอุปทาน (Supply) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย

- การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และด้านการตลาด โดยส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการเชิงสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สนับสนุนการจัดทำเว็บไซต์กลางเพื่อการบริการด้านสุขภาพของประเทศไทยให้มีหลากหลายภาษา จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยและร่วมงานแสดงสินค้ากิจกรรม

- การพัฒนามาตรฐานการให้บริการ สถานประกอบการควรมีพัฒนาคุณภาพของการให้บริการของพนักงานให้ได้มาตรฐาน

- การพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการเชิงสุขภาพให้ได้มีมาตรฐาน ส่วนนี้ถือเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจทั้งในระดับประเทศและระดับสากล โดยการพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการเชิงสุขภาพในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กันไป เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- การพัฒนา Destination Brand ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ของจังหวัดให้ชัดเจน อาทิ เช่น การพัฒนา “หัวหิน” ให้เป็นเมือง Hua Hin Wellness City เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกำลังซื้อสูง เป็นต้น

- การพัฒนาและยกระดับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ได้มาตรฐาน โดยมีการส่งเสริม และสนับสนุนภาคเอกชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ศูนย์สมุนไพรมะเขือเทศเพื่อการท่องเที่ยว ศูนย์บริการเชิงสุขภาพแบบสร้างสรรค์ที่สามารถ สร้างมูลค่า อาทิ การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่โดดเด่นแบบผสมผสานในระดับจังหวัดและภูมิภาค การบริการ เชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โยคะ สมาธิ อาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้บริการแก่ชาวต่างชาติ เป็นต้น

- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรจะ มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน โดยพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชน โดยการส่งเสริม สนับสนุนการวิจัยเพื่อนำองค์ความรู้ หรือทรัพยากรของชุมชน มาต่อยอดพัฒนา มาตรฐานการให้บริการเชิงสุขภาพชุมชน ตลอดจนการสร้างชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่สามารถ เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด และการเน้น การบริการเชิงสุขภาพแบบอนุรักษ์ต่อยอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่ม

- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาครัฐเป็นกลไกที่สำคัญใน การกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพให้เป็นรูปธรรม ตลอดจนการร่วมมือกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และภาคเอกชน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการ กระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิง “มิติมูลค่า” และ “มิติคุณค่า” เพื่อความสมดุลทาง สังคม และการเติบโตของเศรษฐกิจ การเร่งพัฒนาการตลาดและแผน ประชาสัมพันธ์ดึงดูด นักท่องเที่ยวต่างชาติภายใต้ Brand ที่เข้มแข็ง คงความเป็นเอกลักษณ์

| | |
|-----------------------|--|
| Research Title | The Value Creation of Wellness Tourism Products for High Quality Tourists in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Provinces |
| Researcher | Associate Professor. Dr. Pannee Suanpang, Dr. Jiraporn Thongtan Chutima Jakjarus Miss. Natpreeya Phopun Miss Sariya Prasertsut |
| Organization | Faculty of Science and Technology School of Tourism and Hospitality Management Suan Dusit University |
| Year | 2018 |

The objectives of the research on “The Value Creation of Wellness Tourism Products for High Quality Tourists in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province” are (1) to study the behavior and attitude of high quality tourists in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province by collecting data from a questionnaire in order to study the behaviour and attitude of 400 Thai tourists and 400 foreign tourists (2) to study the potential and availability of spa product businesses in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province by collecting qualitative data from interviewing 20 hotel and spa business entrepreneurs (3) to study and develop products for qualitative tourism based on local wisdom to support high quality tourists in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province that is scientifically based, to develop cosmetic products and (4) to find guidelines for value creation of qualitative tourism to support qualitative tourists in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province that is qualitative research by collecting data from a brainstorming meeting of 25 stakeholders. The results are as follows:

1. The study of behaviour and attitude of high quality tourists in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province

1.1 Thai tourists are mostly female, having an age of between 25-34 years, graduating with a bachelor’s degree, working in a private organization with an average salary between 15,001-30,000 Baht / month, having a 2 day trip with family in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province, with the purpose of relaxation and searching for information on health tourist attractions through respective websites. On the behaviour and trend of using wellness tourism activities, most of them use the service for the first time; they have previously used Thai massage and are still

interested in Thai massage the most. The popular price is 100 – 300 Baht per time. They enjoy the exotic experiences. They are satisfied using herbal soap and are interested in using and buying lotion. They think that the factor resulting in an obstacle to the attention of health tourism is the inconvenience of travel.

1.2 Most foreign tourists are female, having age between 41-60 years, graduating with a Bachelor's degree, working in a personal business / business owner, having an income 36,001 - 45,000 dollars/year and taking 3 day trips with family in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province, with the purpose of relaxation and searching for information on health tourist attractions through respective websites. On the behaviour and trend of using wellness tourism activities, most of them have used the service for 2 or 3 times, they have previously used Thai massage and are interested in Thai massage the most. The popular price is 100-300 Baht per time. They love to go alone. They are satisfied using Shampoo products the most. They are also interested in using / buying shampoo, lotion and hair conditioner. They think that the factor resulting in an obstacle to the attention of health tourism is price.

The hypothesis test found that the different demographic characteristics of Thai tourists influences wellness tourism behaviour in all aspects except income. Simultaneously, the different demographic characteristics of foreign tourists influences wellness tourism behaviour in all aspects except gender.

The test of Structural Invariance of causal relationship model for the satisfaction in using spa products and activities of between Thai and foreign tourists found that the causal relationship model of the satisfaction in using spa products and activities of between Thai and foreign tourists has an invariance ($p\text{-value} > .05$) that is the satisfaction in using spa products and activities between Thai and foreign tourists is not different.

2. The study of potential and availability of Spa products business in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province

Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province is the province that has various tourism attractions and activities for Thai and foreign tourists to experience, perfect for relaxation, such as beautiful beaches, waterfalls, mountains and rivers. Important tourism services such as world-class golf courses for golfers who stay in resorts and spa and sports for health. The service in standard and premium levels for VIP guests and world-class wellness tourism services are Chivasom and Six Senses. Spa business is an activity that gets more attention from tourists every year and has continuously expanded as well. The emerging hotels will offer a golf course and spa as complementary as many spa businesses both day spas and spa hotel and resorts

support foreign tourists who have a high purchasing power. Tara Mantra, Cha-Am district, Phetchaburi province and Vartika Resovilla Kuiburi, Prachuap Khiri Khan Province have potential and availability because they are medium-sized hotels, have their own distinct identity and outstanding service with spa services that are fully integrated available for tourists / customers.

3. The study and development of wellness tourism products based on local wisdom to support high quality tourists in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province

The product development of the Tara Mantra resort, Cha-Am district, Phetchaburi province can be classified into 2 sets as follows (1) In-room amenities that are shower gel, bath lotion, 2 in 1 hair shampoo, hair conditioner, body lotion, soap and (2) Spa products that are palm sugar-salt-lemon body scrub, body mask gel, body mask cream and Bath bomb made from local herbs such as lemon, palm sugar, etc.

The product development of the Vartika Resovilla Kuiburi, Prachuap Khiri Khan Province can be classified into 2 sets as follows (1) In-room amenities that are shower gel, hair shampoo, hair conditioner, body lotion and aloe vera gel by using local unique scents of Kuiburi district, Prachuap Khiri Khan Province that are pineapple, coconut, aloe vera and beach morning glory and (2) Spa products that are Coffee body scrub, Coffee body massage, Coffee body mask, Coffee facial scrub, Coffee facial massage, Coffee facial mask and Foot massage made from local herbs such as pineapple, coconut, aloe vera and coffee.

The development of wellness products of both hotels can reduce the cost of product development by 40-50%.

4. Guidelines of Value Creation of Wellness Tourism Products for High Quality Tourists in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province

4.1 To stimulate demand for wellness tourism in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province, the key element is the study of behaviour and demand of wellness tourists and marketing to stimulate a trend of wellness tourism by (1) integrating public relations to create an image of wellness tourism in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province through Global and local media in the market both online and offline media and (2) to encourage tourism operators and personnel in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province to develop online marketing knowledge through the structure of Digital Media Platforms such as Facebook, Line, Twitter, Instagram.

4.2 The supply of wellness tourism in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province includes:

- The potential development of wellness tourism operators and marketing by encouraging and supporting marketing to wellness operators in various activities such as supporting a central website preparation for wellness services of Thailand that provides various languages, organizes activities to promote wellness tourism in Thailand and participates in trade fairs.

- Development of a service standard of business should improve the quality of service of employees to meet the standards.

- Personnel development of wellness service to meet standards are regarded as the heart of both national and international business operation by having both quantitative and qualitative personnel development of wellness service at the same time in order to meet the needs of the wellness tourism business.

- Destination Brand development of wellness tourism in Phetchaburi and Prachuap Khiri Khan Province to be cleared, such as the development of “Hua Hin” to be Hua Hin Wellness City, to support high purchasing power foreign tourists.

- Development and upgrading the quality of wellness tourism attractions to be standardized by promoting and supporting private sectors to develop wellness tourism attractions in various forms such as a center of herb for tourism, a creative wellness service center that can create value such as preparation of an integrated unique wellness tourism routes in both provincial and regional levels, wellness services related to holistic health care, yoga, meditation and healthy food offering to foreigners.

- A collaboration networking with community, tourism business should be built with the community by developing wellness tourism services within the community by promoting and supporting research in order to bring knowledge or resources of the community to continuously develop the standard of community wellness services including establishment of wellness tourism community that can connect with the main tourism attractions of each province as well as the emphasis on conservative wellness services can continue local skills and knowledge and create added value simultaneously.

- Collaboration networking with government agencies which are important mechanisms in determining the direction of development of qualitative tourism including collaboration with the Tourism Authority of Thailand (TAT) and private sectors to promote tourism such as a measure for sustainable tourism

promotion in the dimensions of both “value” and “worth” for social balance and economic growth, acceleration of marketing and public relations plan development to attract foreign tourists under a strong and unique brand.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา และให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์จากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบคุณวาทิกา รัชชิวรีลล้า อำเภอกุยบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบคุณ โรงแรมธารามันตรา รีสอร์ท อำเภอยะยา จังหวัดเพชรบุรี

ขอบคุณ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอกราบขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ในการติดต่อประสานงานกับผู้วิจัยอย่างมีประสิทธิภาพเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ ให้ข้อเสนอแนะ ในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ นักวิจัย และทุกท่านที่ได้เอื้อนามที่ได้มีส่วนร่วมในการทำวิจัยครั้งนี้ให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ด้วยดี

คณะผู้วิจัย

2561