

การสร้างอัตลักษณ์สีเพื่อใช้ในงานออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา  
**The Creation of Color Identity For Digital Platform Design and  
Promotion Wellness Tourism : the Pattaya Special Municipal Area**

ประภาพร ร้อยพรพมา,  
เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง และ มียอง ซอ  
มหาวิทยาลัยบูรพา

**Prapaporn Roipromma,  
Kriangsak Khiaomang and Miyoung Seo**  
Burapha University, Thailand  
Corresponding Author, Email: 61810015@go.buu.ac.th

\*\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) วิเคราะห์การสะท้อนภาพลักษณ์เฉพาะเชิงท้องถิ่นพื้นที่พิเศษพัทยาเพื่อหาแนวทางสร้างอัตลักษณ์สี 2) เพื่อออกแบบต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสีจากการสะท้อนภาพลักษณ์เฉพาะเชิงท้องถิ่นพื้นที่พิเศษพัทยา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างการวิจัยได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มคนทั่วไปที่รู้จักหรือเคยเดินทางมาทำกิจกรรมในพื้นที่พิเศษพัทยา โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า สามารถจำแนกชุดอัตลักษณ์สีที่สะท้อนภาพลักษณ์เฉพาะเชิงท้องถิ่นพื้นที่พิเศษพัทยาทั้งหมด 5 ชุดสี โดยวิเคราะห์จากภาพแทนคำนิยามที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก ในแต่ละหัวข้อ ได้แก่ ชุดสีที่ 1 ชุดสีจากภาพแทนคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยาชุดสีที่ 2 ชุดสีจากการสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านสภาพแวดล้อมที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยาชุดสีที่ 3 ชุดสีจากการสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา ชุดสีที่ 4 ชุดสีจากกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา และชุดสีที่ 5 ชุดสีจากโครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city) ซึ่งชุดสีที่ได้สามารถนำไปออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนักออกแบบสามารถนำไปประยุกต์ต่อยอดงานออกแบบในด้านอื่นๆ ที่สื่อสารถึงภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาได้

**คำสำคัญ :** การสร้างอัตลักษณ์สี; การออกแบบ; ดิจิทัลแพลตฟอร์ม; การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

## **Abstract**

This Research is aimed to 1) analyze the reflection of unique local image of the Pattaya Special Municipal Area for seeking of guidelines for creation of color identity; 2) to design digital platform model for health tourism promotion with colors from reflection of unique local image of the Pattaya Special Municipal Area. This Research is quantitative research with a sample group of Thai tourists and general people who have known or used to travel and to conduct activities in the Pattaya Special Municipal Area by the Random Sampling Method. The sample group which is used for collection of data included 100 Thai tourists. Tools of this Research included questionnaires; and statistics used in this Research included percentage, mean and standard deviation. The data has been collected by using questionnaires and analysis. According to the research results, it was found that 5 color identity sets can be classified and can reflect unique local image of the Pattaya Special Municipal Area by analyzing pictures in lieu of definitions with 5 top answers from respondents in each topic including Color Set No.1: color set from pictures in lieu of definitions of city images representing the Pattaya Special Municipal Area; Color Set No.2: color set from survey of the City's identity on environment representing the Pattaya Special Municipal Area; Color Set No.3: color set from survey of the City's identity on products representing the Pattaya Special Municipal Area; Color Set No.4: color set from activities on health tourism in the Pattaya Special Municipal Area; Color Set No.5: color set from imaginary structure of the City (image of the city); whereas, color sets obtained may be used for design of digital platforms for promotion of health tourism, and may be applied by the designer to the design work in other areas which communicate the image of the Pattaya City.

**Keywords:** Creation of Color Identity; Design; Digital Platform; Wellness Tourism

## **บทนำ**

กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ **Wellness Tourism** เริ่มเป็นที่จับตามองและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาสัมผัสกับบรรยากาศและฟื้นฟูสุขภาพไปพร้อมๆ กับการท่องเที่ยว จากการประเมินของ **Global Wellness Institute** การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะกลับมาเติบโตแบบก้าวกระโดด เฉลี่ยสูงถึงปีละ 20.9% ในปี พ.ศ. 2567 ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (**Medical Hub**) ของภูมิภาคเอเชีย (บริษัท ไฮเดิ้ลอัฟ จำกัด, 2565) **Global Wellness Institute** ได้กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่ามีการกลับมาเติบโตแบบก้าวกระโดดโดยเติบโตเฉลี่ยสูงถึงปีละ 20.9% และมูลค่าสาขานี้จะทะลุ 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2567 (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2565) การขับเคลื่อนการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาลด้าน **Medical Hub** ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (2560 - 2569) โดยมีประเด็นมุ่งเป้าหลักโดยเน้น นำร่องสู่การเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพโดยการพัฒนา

**Business Model**, การพัฒนาศักยภาพของบริการนวดไทยสู่สากล, การอำนวยความสะดวกแก่ชาวต่างชาติเพื่อการรักษาพยาบาลและเพื่อการพำนักระยะยาว, การพัฒนาระบบประกันอุบัติเหตุสำหรับชาวต่างชาติ, การพัฒนาบริการสุขภาพในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC), การจัดการทำข้อมูลรองรับนโยบาย **Medical Hub** ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง, การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามนโยบาย **Medical Hub** และการขับเคลื่อนนโยบายสู่การเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (**Academic Hub**) มีนโยบายผลักดันด้านการให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจรกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2024) ประเทศไทยได้รับรางวัลสุดยอดจุดหมายปลายทางด้านการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในเอเชีย ประจำปี 2565 (**The Best Meetings and Incentives Destination (Asia) 2022**) จาก **M & C Asia Stella Awards** นับเป็นความสำเร็จของประเทศไทยในฐานะสุดยอดจุดหมายปลายทางด้านการจัดประชุมและการเดินทาง (**MICE**) [ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (**TCEP, 2022**) **Wellness Tourism** หรือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายส่งเสริมสุขภาพที่ดีอย่างมีคุณภาพ ผ่านกิจกรรมหรือบริการที่สอดคล้องกับสุขภาวะทางร่างกายและจิตใจ ภายใต้พื้นฐานของความยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การนวดสมุนไพร การฝึกโยคะ บำบัดจิตใจ นั่งสมาธิปฏิบัติธรรม การบริการ สุนัขบำบัด (**Aroma Therapy**) หรือการบริการวาริบำบัด (**Water Therapy**) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (**Health Healing Tourism**) การตรวจร่างกาย การรักษาโรค ทันตกรรม การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น (พิชญภา ศิริรัตน์, 2566)

เมืองพัทยาเป็นเมืองที่ถูกกำหนดเป้าหมายและสร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกที่มีสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลก เป็นเมืองที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจค่อนข้างรวดเร็ว พัทยาเป็นเมืองหนึ่งที่อยู่ในโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยถูกวางตำแหน่งให้เป็นศูนย์กลางหลักของโครงการในการพัฒนาที่เน้นส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว โดยให้นิยามเมืองว่า “เมืองท่องเที่ยวแห่งนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” (**The World Class Green Innovation Tourism City**) (วิจิตรา ดวงกลาง, 2564)

เมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลก ส่วนใหญ่เมืองท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นระดับโลกก็ตามมักจะมีการแข่งขันแย่งชิงนักท่องเที่ยว เมืองมักสร้างกลยุทธ์ในการดึงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาใช้ในการสร้างแบรนด์ของเมือง เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าที่เสนอให้กับลูกค้า (**value proposition**) (มิ่งสรรพ์ ชาวสอาด, 2561) อัตลักษณ์ (**identity**) ภาพลักษณ์ (**image**) และแบรนด์ (**Brand**) ของเมืองมีผลต่อจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยว เนื่องจากจะมีความเกี่ยวเนื่องต่อการประชาสัมพันธ์ การพัฒนากิจกรรม สินค้าและบริการ รวมถึงการออกแบบพื้นที่ในเมือง การออกแบบย่าน พื้นที่สาธารณะ อาคารสถาปัตยกรรม และเฟอร์นิเจอร์สาธารณะบนถนนและทางเท้า รวมไปถึงองค์ประกอบเชิงออกแบบ เช่น สี เงาม รูปทรง ซึ่งจะสะท้อนอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองนั้นๆ รวมทั้งนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ต่อไป (อภิวัฒน์ รัตนวราหะและคมกริช ณะแพทย์,

2562) สี เป็นส่วนหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบที่ดีเนื่องจากสีส่งผลต่ออารมณ์ สามารถกระตุ้นความรู้สึก กระตุ้นการตอบสนอง เชื่อมโยงความรู้สึกกับสภาพแวดล้อมในเมืองได้ สร้างการจดจำได้ (Print Mag, 2019) การสร้างอัตลักษณ์สีและการนำอัตลักษณ์สีมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดให้มีความโดดเด่น จดจำง่าย มีความร่วมสมัย นำไปสู่การสร้างงานออกแบบใหม่ต่อยอดงานผลิตภัณฑ์อื่นๆ เฉพาะพื้นที่ได้ (มียอง ซอ และ เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง, 2560)

ปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปมาก มีความนิยมใช้บริการข้อมูลข่าวสารและการจองผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ความสามารถในการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลของผู้ประกอบการสามารถเชื่อมข้อมูลผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม การอำนวยความสะดวกที่สร้างคุณค่านั้น ดิจิทัลแพลตฟอร์มต้องสามารถอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวในกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวทั้งก่อนเดินทาง และระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในการวางแผนการเดินทาง การสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล ความปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการใช้บริการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะมีผลต่อการออกแบบและพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นอย่างดี (รัฐภูมิ ตูจันดาและคณะ, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่ากระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในปัจจุบัน เมืองพัทยามีศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากแต่ยังขาดสื่อที่เป็นตัวกลางเฉพาะในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างแท้จริง การพัฒนาสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวจะช่วยเชื่อมโยงพื้นที่เมือง กิจกรรม วัฒนธรรม และความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นส่งต่อสู่กลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวด้วยการสร้างการรับรู้และการสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงของกลุ่มนักท่องเที่ยวกับสถานประกอบการและพื้นที่เมืองพัทยา เช่น การสร้างอัตลักษณ์สีที่ชัดเจนจะส่งผลต่อการสื่อสารในระดับการสร้างการจดจำ หรือการสร้างเฉพาะเชิงสากล นำไปสู่การประยุกต์ใช้ในด้านกรออกแบบที่หลากหลายและต่อยอดเป็นคู่มืออัตลักษณ์สีของเมืองพัทยาเพื่อใช้ในงานออกแบบได้ โดยบทความนี้จะเป็นการนำเสนอโมเดลต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยาที่นำเอาผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์สีของเมืองพัทยามาใช้ในการออกแบบเพื่อเป็นตัวอย่างในการขยายผลสู่ออกแบบอื่นๆ ต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
2. เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์เมืองเพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์สีของเมืองพัทยาสำหรับนำไปเป็นแนวทางการพัฒนา
3. ต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา  
เพื่อประเมินความพึงพอใจการใช้ต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา

## ระเบียบวิธีวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มาจากการศึกษางานวิจัย ดังนี้

การสำรวจความคิดเห็นครั้งนี้ผู้วิจัย ได้สำรวจแบบสอบถามทั้งหมดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มคนทั่วไปที่รู้จักหรือเคยเดินทางมาทำกิจกรรมในพื้นที่พิเศษพัทยา จำนวน 100 คน โดยการกรอกข้อมูลแบบออนไลน์ในระบบ Google Form การสำรวจใช้ระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 27 พฤษภาคม 2566 ถึง วันที่ 2 มิถุนายน 2566 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจนจึงใช้สูตรการคำนวณโดยใช้ตารางของยามาเน่ 3 (Yamane, 1973) ขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น %95 ค่า  $Z = 1.96$  ความคลาดเคลื่อน ( $e$ ) 10% หากมีประชากรตั้งแต่ 20,000 คน ขึ้นไปจะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 100 คน แบบประเมินที่ 5 และ 6 จึงใช้กลุ่มตัวอย่างในการประเมินเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาหรือผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษพัทยา อายุตั้งแต่ 20 - 65 ปี ขึ้นไป ไม่จำกัดเพศ โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนกลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยการประเมินความสอดคล้อง (Index of consistency : IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาด้านความสอดคล้องของเนื้อหา แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

### การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งกำหนดขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้คำถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) จำนวน 100 ชุด โดยเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 100 ชุด โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 6 ประเด็นข้อคำถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีลักษณะข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ตอนที่ 2 ใช้ข้อคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประเมินต่อการพัฒนานวัตกรรมการออกแบบ แพลตฟอร์ม (Platform) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาโดยประเมินด้วยการใช้มาตรฐานส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scales) จำนวน 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายข้อมูลในการวิจัย

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการสร้างอัตลักษณ์ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาด้วยการวิเคราะห์โดยจำแนกชุดอัตลักษณ์ที่สะท้อนภาพลักษณ์เฉพาะเชิงท้องถิ่นพื้นที่พิเศษพัทยา ทั้งหมด 5 ชุดส์ ด้วยการวิเคราะห์โครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city) จากภาพแทนคำนิยาม ซึ่งชุดส์ที่ได้สามารถนำไปออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนักร้องแบบสามารถนำไปประยุกต์ต่อยอดงานออกแบบในด้านอื่นๆ ที่สื่อสารถึงภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาได้ แล้วนำตัวอย่างชุดอัตลักษณ์ไปพัฒนาออกแบบต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านข้อมูล

ศึกษาข้อมูลการวิเคราะห์ โดยจำแนกชุดอัตลักษณ์ที่สะท้อนภาพลักษณ์เฉพาะเชิงท้องถิ่นพื้นที่พิเศษพัทยา ทั้งหมด 5 ชุดส์ ด้วยการวิเคราะห์จากภาพโดยชุดส์ที่ 1-4 แทนคำนิยามที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก ในแต่ละหัวข้อ ส่วนชุดส์ที่ 5 แทนคำนิยามจากโครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city)

#### 2. ขอบเขตด้านประชากร

- ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
- กลุ่มนักท่องเที่ยว
- บุคคลทั่วไปในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

### 3. ขอบเขตด้านการออกแบบ

- สร้างอัตลักษณ์สีสะท้อนภาพลักษณ์เฉพาะเชิงท้องถิ่นพื้นที่พิเศษพัทยา ทั้งหมด 5 ชุดสี
- นำตัวอย่างชุดอัตลักษณ์สีไปพัฒนาออกแบบต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์สีที่ชัดเจนจะส่งผลต่อการสื่อสารในระดับการสร้างการจดจำ นำไปสู่การประยุกต์ใช้ในการออกแบบที่หลากหลายและต่อยอดเป็นคู่มืออัตลักษณ์สีของเมืองพัทยาเพื่อใช้ในงานออกแบบได้ โดยบทความนี้จะเป็นการนำเสนอโมเดลต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยาที่นำเอาผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์สีของเมืองพัทยามาใช้ในการออกแบบเพื่อเป็นตัวอย่างในการขยายผลสู่ออกแบบอื่นๆ ต่อไป

### ผลการวิจัย

#### 1. ผลการศึกษาแนวทางการสร้างอัตลักษณ์สีที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

ศึกษาข้อมูลการวิเคราะห์ และวิเคราะห์สี โดยจำแนกชุดอัตลักษณ์สีที่สะท้อนภาพลักษณ์เฉพาะเชิงท้องถิ่นพื้นที่พิเศษพัทยา ทั้งหมด 5 ชุดสี ด้วยการวิเคราะห์จากภาพโดยชุดสีที่ 1-4 แทนคำนิยามที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก ในแต่ละหัวข้อ ส่วนชุดสีที่ 5 แทนคำนิยามจากโครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ชุดสีที่ 1 ชุดสีจากภาพแทนคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา
- ชุดสีที่ 2 ชุดสีจากการสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านสภาพแวดล้อมที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา
- ชุดสีที่ 3 ชุดสีจากการสำรวจ อัตลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา
- ชุดสีที่ 4 ชุดสีจากกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
- ชุดสีที่ 5 ชุดสีจากโครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city)

ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ 1. เส้นทาง (Path) เช่น ถนน ทางเดินทางคมนาคม เส้นทางระบบขนส่งมวลชน 2.เส้นขอบ (Edge) ได้แก่ แนวรั้ว กำแพงสิ่งกีดขวางอื่นๆ เช่นคลอง คันดิน 3.ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts) เช่น ย่านกิจกรรม ตลาดร้านค้า 4.ศูนย์กลาง (Nodes) เช่น จุดรวมกิจกรรม ลานกิจกรรม จุดตัดเส้นทางสัญจร 5.จุดหมายตา (Landmarks) เช่น อนุสาวรีย์ อาคารสูง หอคอย ภูเขา อาคารหรือสิ่งที่เห็นชัดเจนและจดจำ

## 2. การสร้างชุดสี

การแปลงค่าสีการวิเคราะห์สี ใช้การวิเคราะห์ด้วยการจำแนกชุดอัตลักษณ์สีที่สะท้อนภาพลักษณะเฉพาะเชิงท้องถิ่นพื้นที่พิเศษพหุวิทยา ทั้งหมด 5 ชุดสี ด้วยการวิเคราะห์จากภาพโดยชุดสีที่ 1-4 แทนค่านิยามที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก ในแต่ละหัวข้อ ส่วนชุดสีที่ 5 แทนค่านิยามจากโครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city) โดยการใช้แพลตฟอร์มแพนโทนคอนเนค (Pantone Connect) โดยบริษัทแพนโทน (Pantone) ประเทศสหรัฐอเมริกาโดยใช้มาตรฐานแพนโทน (Pantone) หรือ Pantone Matching System (PMS) for Graphics โดยผู้วิจัยเลือกใช้ประเภท Pantone Solid Coated-V5 ที่นิยมนำมาใช้ในระบบการพิมพ์และการสร้างงานกราฟิกค่อนข้างมาก และในการศึกษาใช้การวิเคราะห์ชุดสีโดยใช้แนวคิดของ ชิเกโนบุ โคบายาชิ (Shigenobu Kobayashi) ซึ่งมีการแบ่งหมวดหมู่ของสีที่เหมาะสมกับอารมณ์สีในงานออกแบบ

โครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city) (Lynch, 1996)ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ 1. เส้นทาง (Path) เช่น ถนน ทางเดิน ทางคมนาคม เส้นทางระบบขนส่งมวลชน 2.เส้นขอบ (Edge) ได้แก่ แนวรั้ว กำแพง สิ่งกีดขวางอื่นๆ เช่นคลอง คันดิน 3.ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts) เช่น ย่านกิจกรรม ตลาดร้านค้า 4.ศูนย์กลาง (Nodes) เช่น จุดรวมกิจกรรม ลานกิจกรรม จุดตัดเส้นทางสัญจร 5. จุดหมายตา (Landmarks) เช่น อนุสาวรีย์ อาคารสูง หอคอย ภูเขา อาคาร หรือสิ่งที่เห็นชัดเจนและจดจำ

ตารางที่ 1 แสดงถึงจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพหุวิทยา

องค์ประกอบ	รายละเอียด	พื้นที่พิเศษพหุวิทยา
1. เส้นทาง (Path)	ถนน ทางเดิน ทางคมนาคม เส้นทางระบบขนส่งมวลชน	1. ถนน 2. ทางเดิน 3. ทางคมนาคม 4. เส้นทาง 5. อุโมงค์ทางลอดแยกพหุวิทยา 6. รถนำเที่ยวเมืองพหุวิทยาระบบขนส่งมวลชน รถสองแถว รถตู้
2. เส้นขอบ (Edge)	เส้นเขต เพื่อแสดงการสิ้นสุดของย่านหรือเส้นกั้นขอบเขต เช่นเส้นขอบฟ้า เส้นทะเลแยกกับพื้นที่ทางบก ลำคลองกับพื้นที่ฝั่ง แนวรั้ว กำแพง สิ่งกีดขวาง คลอง คันดิน	1. เส้นทะเลแยกกับพื้นที่ทางบก 2. เส้นกั้นขอบเขต 3. แนวรั้ว

<p>3. ย่านกิจกรรม ต่างๆ (Districts)</p>	<p>ย่านกิจกรรม ย่านศูนย์กลาง ย่านที่พัก ย่านพาณิชย์ ย่านท่าเรือ ย่านตลาด ร้านค้า</p>	<p><b>1. ย่านกิจกรรม</b> 1.1 ลานกิจกรรมแหลมบาลีฮาย 1.2 ลานกิจกรรมลานโพธิ์นาเกลือ 1.3 Art Street Pattaya <b>2. ย่านท่าเรือ</b> 2.1 ท่าเรือแหลมบาลีฮาย 2.2 ท่าเรือหน้าบ้านเกาะล้าน <b>3. ย่านตลาด</b> 3.1 ตลาดประมง 3.2 ตลาดนาเกลือ 3.3 ตลาดซากแก้ว 3.4 ตลาดเทพประสิทธิ์ 3.5 ตลาดโต้เต้</p>
<p>ศูนย์กลาง (Nodes)</p>	<p>จุดรวมกิจกรรม ลานกิจกรรม จุดตัด เส้นทางสัญจร</p>	<p><b>1. สวนสาธารณะ</b> 1. สวนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนาง เจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ 2. สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติเขา ทัพพระยา (สวนสุขภาพ) 3. สวนสาธารณะชายหาดกระทิงลาย (เริ่มจากบ้านสุขาวดี- วัดจิตตภาวัน วิทยาลัย) 4. สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ เมือง พัทยาและสวนสาธารณะคลองนก ยาง 5. สวนสาธารณะเมืองพัทยา 35 ไร่ (ซอยชัยพฤกษ์ สวนสาธารณะซอยชัยพฤกษ์ 4 (หนองโพรง) 6. สวนสาธารณะสนามกีฬาศูนย์ เยาวชนเมืองพัทยา</p>

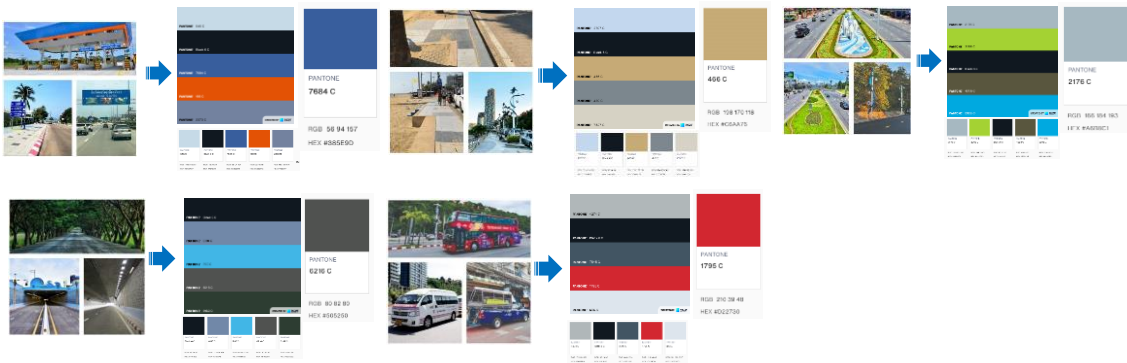
		<p><b>2. จุดตัดเส้นทางสัญจร</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แยกถนนพระตำหนัก</li> <li>2. แยกหาดยินยอม</li> </ol> <p>ทางม้าลายถนนชัยพฤกษ์</p>
<p>5. จุดหมายตา (Landmarks)</p>	<p>จุดหมายตา เป็นจุดที่ใช้อ้างอิงถึงสิ่งทางกายภาพที่แตกต่างจากสภาพแวดล้อมข้างเคียง ทำหน้าที่ เป็นสัญลักษณ์ชี้แนะสำรับสภาพแวดล้อม เช่น อาคาร หน้าร้านป้าย ภูเขา อนุสาวรีย์ ฯลฯ หรือจุดสำคัญต่างๆ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. จุดหมายตา ธรรมชาติ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. หาดพิทยา</li> <li>3. หาดจอมเทียน</li> <li>4. หาดวงพระจันทร์</li> <li>5. อ่าวกระทิงลาย</li> <li>6. เขาพิทยา (เขาพระบาท)</li> </ol> </li> <li><b>2. จุดหมายตาที่มนุษย์สร้างขึ้น</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ปราสาทสังขธรรม</li> <li>2. ถนนคนเดิน</li> <li>3. สวนนงนุช</li> <li>4. วัดเขาชีจรรย์</li> <li>5. สวนไดโนเสาร์</li> <li>6. โคลัมเบีย พิคเจอร์ส</li> <li>7. เมืองหิมะ</li> <li>8. สวนเสือ</li> <li>9. Art Venture NFT</li> <li>10. ดอลฟินาเรียม</li> <li>11. พิพิธภัณฑ์ริบลิส์</li> <li>12. ฟาร์มแกะ</li> <li>13. เลเจนด์สยาม</li> </ol> </li> </ol>

1. จินตภาพของเมือง (Image of the city) แสดงถึงจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา เส้นทาง(Path)
2. ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์เมืองเพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์สีของเมืองพัทยาสำหรับนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา



ภาพที่ 1 แสดงชุดภาพที่ใช้ถอดอัตลักษณ์สี จิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา เส้นทาง (Path) ที่มาภาพ: 1.ประภาพร ร้อยพรมมา

2. สืบค้นออนไลน์จาก ประชาชาติธุรกิจ <https://www.prachachat.net/property/news-31108>



ภาพที่ 2 : แสดงการถอดอัตลักษณ์สี ภาพจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยาเส้นทาง (Path)



ภาพที่ 3 แสดงการถอดอัตลักษณ์สีภาพรวมของชุดสีและชุดตัวแทนสีจาก ภาพจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา เส้นทาง (Path) ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

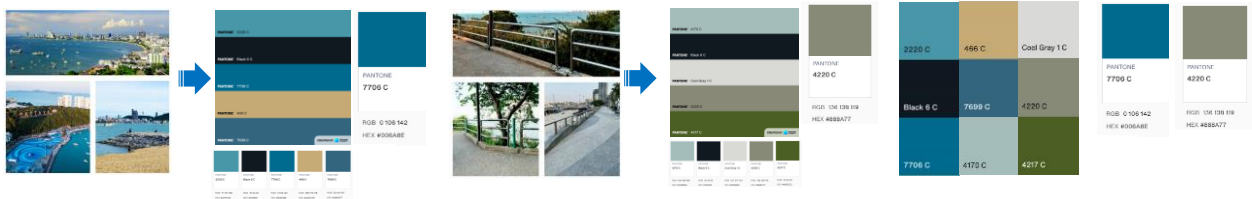
3. แสดงถึงจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา เส้นขอบ (Edge)



ที่มาภาพ: 1.ประภาพร ร้อยพรมมา

2. สืบค้นออนไลน์จาก <https://n9.cl/du93g>

ภาพที่ 4 แสดงการถอดอัตลักษณ์สี ภาพจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา เส้นขอบ (Edge)



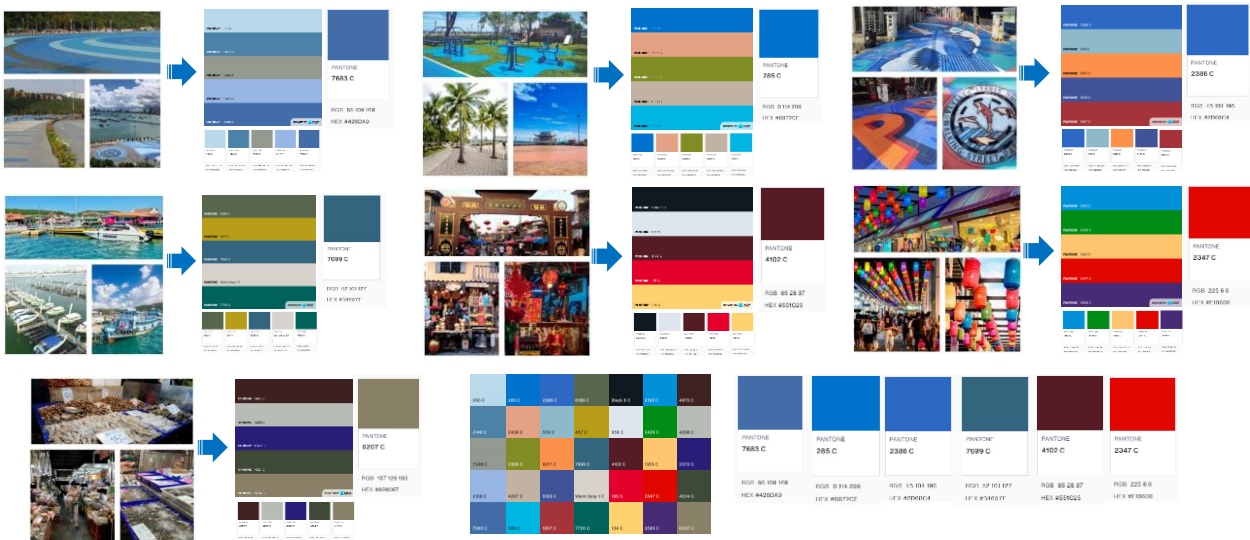
ภาพที่ 5 แสดงการถอดอัตลักษณ์สีภาพรวมของชุดสีและชุดตัวแทนสีจาก ภาพจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา เส้นขอบ (Edge) ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

4. แสดงถึงจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา ย่านกิจกรรมต่าง(Districts



ที่มาภาพ: 1. ปรากฏร ร้อยพรมมา 2. สืบค้นออนไลน์จาก คมชัดลึก <https://n9.cl/giw12>

3. สืบค้นออนไลน์จาก BANNPUCK <https://n9.cl/pclw0>



ภาพที่ 6 แสดงการถอดอัตลักษณ์สีภาพรวมของชุดสีและชุดตัวแทนสีจาก ภาพจิตภาพของเมือง

(Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา เส้นขอบ (Edge)

ที่มา: ปรากฏร ร้อยพรมมา

2. แสดงถึงจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา ศูนย์กลาง (Nodes)

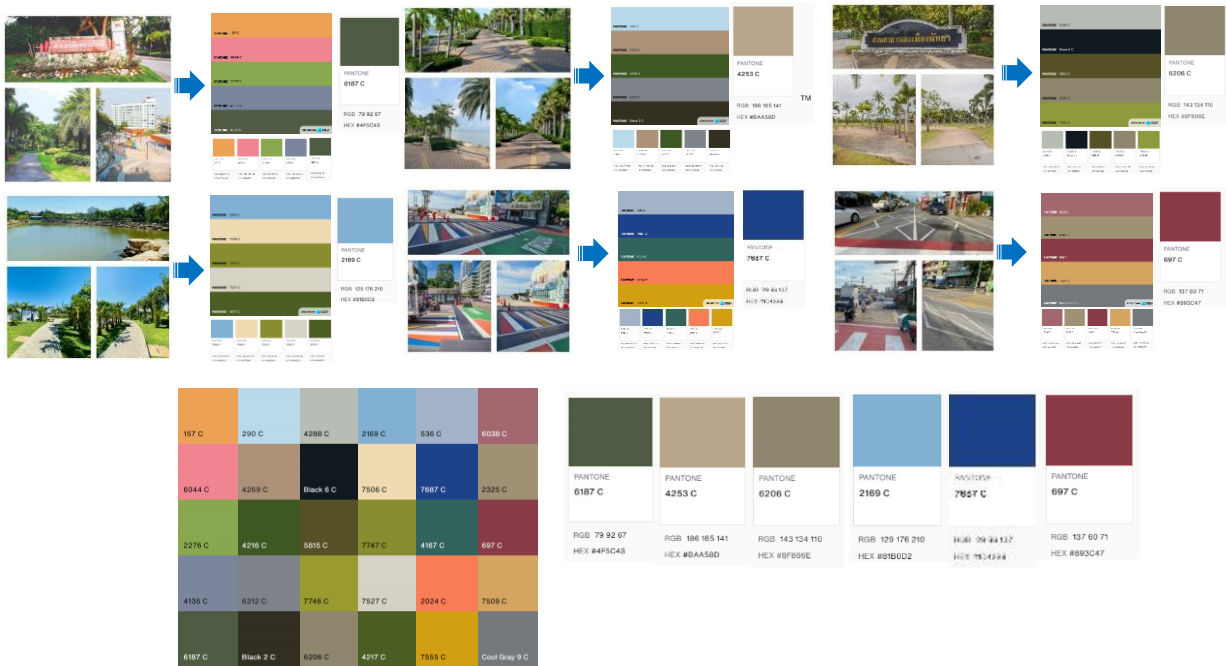


ที่มาภาพ 1. ปรากฏร ร้อยพรมมา

2. สืบค้นออนไลน์ จาก 1. <https://shorturl.asia/hY8nD> 2. <https://shorturl.asia/p06XC>

3. <https://shorturl.asia/7TxCB> 4. <https://shorturl.asia/E4zLg>

5. <https://shorturl.asia/YvgZQ>



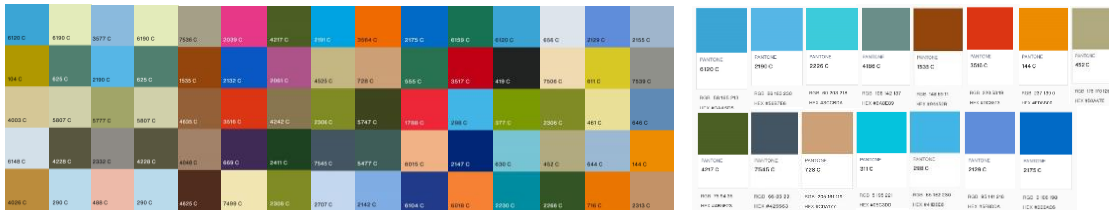
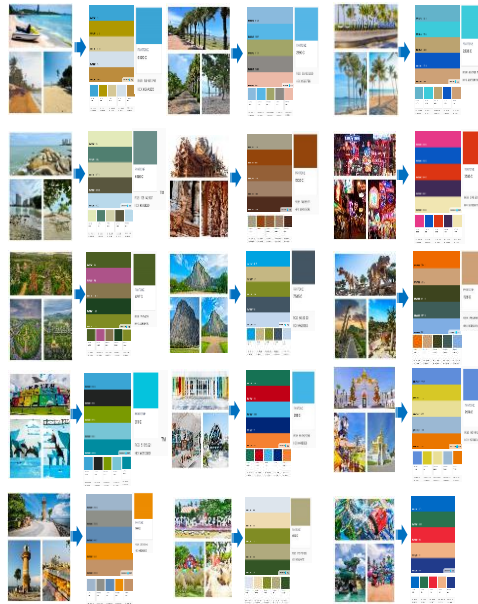
ภาพที่ 6 แสดงการถอดอัตลักษณ์สีภาพรวมของชุดสีและชุดตัวแทนสีจาก ภาพจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา ศูนย์กลาง (Nodes) ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

3. แสดงถึงจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา หมายตา (Landmarks)

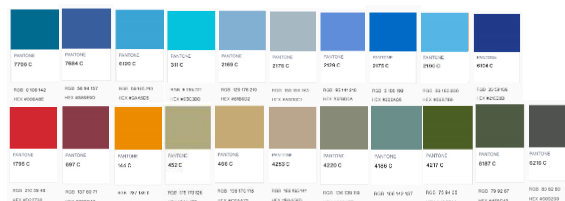


ภาพ 7 แสดงถึงจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา หมายตา (Landmarks) ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

2. สืบค้นออนไลน์จาก 1. <https://shorturl.asia/U9tsk> 2. <https://shorturl.asia/VhJIG>  
3. <https://shorturl.asia/DPTWj> 4. <https://shorturl.asia/VUf9N> 5. <https://shorturl.asia/fiITk>  
6. <https://shorturl.asia/4tWK8> 7. <https://shorturl.asia/HypE4> 8. <https://shorturl.asia/jTRzp>  
9. <https://shorturl.asia/MOV5K> 10. <https://shorturl.asia/VUf9N>



ภาพ 8 แสดงการถอดอัตลักษณ์สีภาพรวมของชุดสีและชุดตัวแทนสีจาก ภาพจิตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา จุดหมายตา (Landmarks) ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา



ภาพ 9 แสดงการถอดอัตลักษณ์สีภาพรวมโดยการคัดเลือกตัวแทนสีจากการถอดอัตลักษณ์สีในแต่ละหมวด ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

4. การออกแบบพัฒนาต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา



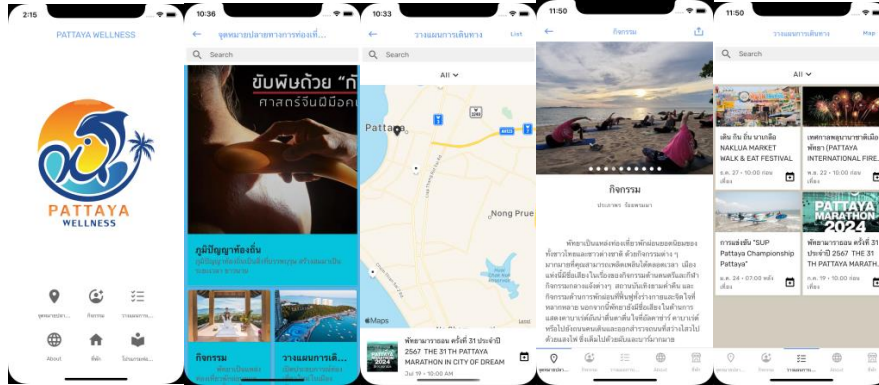
ภาพ 10 แสดงภาพออกแบบระบบ Site Map แอปพลิเคชัน  
 ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

การเลือกใช้ชุดสีในการออกแบบ

จากข้อมูลการวิเคราะห์อัตลักษณ์สีภาพรวมของเมืองพัทยาจะเห็นว่าเมืองค์ประกอบส่วนใหญ่ไปในทิศทางของ 2 วรรณะสีเป็นหลักที่เห็นได้ชัดเจนโดยผู้วิจัยได้คัดเลือกสีตัวแทนสี 5 สี จากชุดสีเพื่อใช้ในการสื่อสารถึงความเป็นการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อออกแบบเป็นตัวอย่างสำหรับการใช้อัตลักษณ์สีสำหรับการออกแบบดังนี้



ตัวอย่างการออกแบบแอปพลิเคชัน



ภาพ 11 แสดงภาพออกแบบแอปพลิเคชัน

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

5. ผลการวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจการใช้ต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษพัทยา โดยมีรายละเอียดการประเมินในแต่ละด้านดังนี้

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	SD	ผลลัพธ์
1.	มีความเหมาะสมด้านรายละเอียดข้อมูลที่บอกเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ซับซ้อน ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.16	0.46	มาก
2.	มีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่น่าสนใจอย่างเหมาะสมครบถ้วน	4.75	0.61	มากที่สุด
3.	มีรูปภาพถ่ายสถานที่และกิจกรรมในหลายๆ แ่งมุมมีความเหมาะสม	3.49	0.82	มาก
4.	กราฟฟิกส์ื่อสารง่ายแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของเมืองพัทยา	3.42	0.95	มาก
5.	เมนูหลัก (Main Menu) และ เมนู ย่อย (Sub menu) เข้าใจง่ายเหมาะสม	3.78	0.97	มาก
6.	ขนาดของเมนูต่างๆ มีความเหมาะสม	3.81	1.12	มาก

จากตารางพบว่าการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจในด้านการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาที่น่าสนใจอย่างเหมาะสมครบถ้วน

## อภิปรายผลการวิจัย

1. สืบเป็นการสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ การสร้างสีมาใช้ในการสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดจะก่อให้เกิดความโดดเด่น จดจำง่าย เกิดความร่วมมือมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ มียอง ซอ (2020) ได้กล่าวว่า การตั้งสมมุติฐาน โดยอาศัยภูมิปัญญาต้นสี สามารถประยุกต์ใช้ในการออกแบบและส่งเสริมภูมิปัญญาในการใช้สีให้เป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งนำไปสู่การสร้างสรรค์งานออกแบบได้

2. การใช้งานแอปพลิเคชันในภาพรวมส่วนใหญ่การออกแบบมีความจำเป็นและมีผลต่อผู้ใช้งานการออกแบบที่เหมาะสมด้านรายละเอียดข้อมูลแผนที่บอกเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ซับซ้อน ชัดเจนและเข้าใจง่าย ต้องมีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่น่าสนใจอย่างเหมาะสมครบถ้วน เมนูหลัก (Main Menu) และ เมนู ย่อย (Sub menu) เข้าใจง่าย เหมาะสม ทั้งขนาด กราฟิกและตัวอักษร สอดคล้องกับงานวิจัย อิศารัตน์ กุลณัฐวงศ์ และ มหาชาติ อินทโชติ (2565)

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ ควรมีการนำชุดสีไปต่อยอดและเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สื่อดิจิทัล หรืองานด้านออกแบบอื่นๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเมืองพัทยาในเชิงบวกต่อไป

### 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการพัฒนา นโยบายในด้านการเชื่อมโยงกับการสร้างอัตลักษณ์เมืองเพื่อให้เกิดการจดจำของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นวงกว้าง

2. ควรมียุทธศาสตร์การยกระดับและออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากขึ้น

### 3. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ควรมีการศึกษาถึงความพร้อมของผู้ประกอบการเชิงสุขภาพในพื้นที่พัทยาเพื่อทำความเข้าใจถึงธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนา ด้าน การออกแบบบริการและผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กุลณัฐวงศ์ และ มหาชาติ อินทโชติ. (2565). การพัฒนาระบบฝึกอบรมแบบปรับเหมาะบนเว็บเพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 16 (1), มกราคม – เมษายน 2565
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). *คาดปี 2567 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโตก้าวกระโดด 1 ล้านล้านบาท*. ออนไลน์. แหล่งที่มา: <https://shorturl.asia/jobB8>
- บริษัท โฮเทลอัฟ จำกัด. (2565). *Wellness Tourism ผลักดันประเทศไทยสู่สากล*. ออนไลน์. แหล่งที่มา <https://n9.cl/ai27t>
- พิชญาภา ศิริรัตน์. (2566). *นวัตกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย ความท้าทายใหม่ในโลก*. (บทความ), สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEP, 2022)
- มียอง ซอ และ เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง. (2560). การสร้างอัตลักษณ์สี เพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*. 18 (1), 119-128.
- รัฐภูมิ ตูจันดาและคณะ. (2559). รายงานฉบับสมบูรณ์แผนงานวิจัยการศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2567. แหล่งที่มา: <https://url.in.th/vaHTm>
- วิจิตรา ดวงกลาง. (2564). *โครงการศึกษาความเหมาะสม สำรวจ ออกแบบและกำหนดรูปแบบการลงทุน เพื่อพัฒนาเขาพิงญาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสัญลักษณ์แห่งใหม่ของเมืองพิงญา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี*, สำนักงานช่าง กรมท้องถิ่นรูปแบบพิเศษเมืองพิงญา
- สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจรกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2567). การพัฒนาด้านการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub). ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567. แหล่งที่มา: <https://www.thailandmedicalhub.net/policy>
- อภิวัฒน์ รัตนวราหะและคมกริช ธนะแพทย์. (2562). *แนวทางการออกแบบและพัฒนาเมืองท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 4.0: กรณีศึกษาภูเก็ต เชียงราย และพัทลุง*. (รายงานฉบับสมบูรณ์ภายใต้ชุดโครงการแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาเมืองยั่งยืนเพื่อรองรับท่องเที่ยว 4.0 โครงการย่อยที่ 2)