



นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา



ประภาพร ร้อยพรมมา

คุณูปการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา



ประภาพร ร้อยพรมมา

คุณฉวีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

The Innovation Design for Medical and Wellness Tourism: Designated Areas for
Pattaya City.



PRAPAPORN ROIPROMMA

A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR DOCTOR DEGREE OF PHILOSOPHY
IN VISUAL ARTS AND DESIGN
FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS
BURAPHA UNIVERSITY
2024
COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมคุณิพนธ์และคณะกรรมการสอบคุณิพนธ์ได้พิจารณาคุณิพนธ์
นิพนธ์ของ ประภาพร ร้อยพรมมา ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาคุณิพนธ์บัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมคุณิพนธ์

คณะกรรมการสอบคุณิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....

(Prof Asst.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(Dr.MIYOUNG SEO)

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ตนาลาว)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รสา สุนทรายุทธ)

..... กรรมการภายนอก

มหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกเมศ กาญจนพ่ายัพ)

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับคุณิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาคุณิพนธ์บัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัย
บูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิหวัธ แจ้งเอี่ยม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

61810015: สาขาวิชา: ทักษะศิลป์และการออกแบบ; ปร.ด. (ทัศนศิลป์และการออกแบบ)

คำสำคัญ: นวัตกรรมการออกแบบ, การเชื่อมโยงการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, นักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี, พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

ประภาพร ร้อยพรมมา : นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา. (The Innovation Design for Medical and Wellness Tourism: Designated Areas for Pattaya City.) คณะกรรมการควบคุมคณาจารย์: เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง, MIYOUNG SEO, Ph.D. ปี พ.ศ. 2567.

การวิจัยเรื่อง "นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา" นี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อนำเสนอประเด็นการวิเคราะห์ความแตกต่างและความคล้ายใน นวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเมืองคุณภาพระดับโลก 2) เพื่อสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรม การออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ3) เพื่อประเมินโมเดลต้นแบบและทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มี ต่อโมเดลต้นแบบ 4) เพื่อออกแบบคู่มือนวัตกรรมสำหรับการออกแบบสู่การวางนโยบายของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไป เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบ สัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การ ศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) การวิจัยพบว่า 1.การ วิเคราะห์ความแตกต่างและความคล้ายในนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเมืองคุณภาพระดับโลก พบว่า การศึกษาข้อมูลการออกแบบเมืองคุณภาพระดับโลก เช่น เมืองโตรอนโต (Toronto) ประเทศอังกฤษ,เมืองบาส ประเทศอังกฤษ ด้านการออกแบบเมืองเพื่อส่งเสริมด้านสุขภาพนั้นมักจะ ออกแบบเมืองโดยเน้นการวางภูมิทัศน์ให้มีพื้นที่สีเขียวเน้นการออกแบบสภาพแวดล้อมที่เกิดผลดีต่อ สุขภาพ การใช้พลังงานทดแทนและเน้นการแบ่งปันการเดินทางในระบบสาธารณะมากขึ้น เช่น การ ใช้จักรยานไฟฟ้าแบบแบ่งปัน การใช้รถยนต์ไฟฟ้าแบบแบ่งปัน มีการวางนโยบายและออกแบบเมือง ปรับโครงสร้างพื้นฐานโดยออกแบบเมืองให้มีพื้นที่ที่เอื้อต่อการออกกำลังกายเช่น การเดิน การใช้ จักรยานการทำกิจกรรมร่วมส่งเสริมการเคลื่อนไหว ส่งเสริมคุณภาพของผู้อยู่อาศัยพร้อมทั้งวาง นโยบายในส่วนของการผลักดันในลักษณะเมืองกระฉับกระเฉง ซึ่งจะคล้ายคลึงกับการวางนโยบาย เมืองของกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยที่มีการใช้รูปแบบการออกแบบเมืองต้นแบบเมือง กระฉับกระเฉง ซึ่งจะเป็นแนวทางให้การออกแบบพื้นที่อื่นๆ การศึกษาด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะเน้นการสร้างประสบการณ์ใหม่เชื่อมโยงพื้นที่ด้วยเทคโนโลยีที่เน้นด้านการสร้างประสบการณ์ใหม่ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบข้อมูลด้านกรณีศึกษานำมาสร้างตารางข้อมูลเปรียบเทียบแนว ทางการออกแบบเมืองเพื่อส่งเสริมสุขภาพและนวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลก สร้างแนวทาง

การออกแบบเมืองและนวัตกรรมใหม่และเพื่อเป็นการเสนอแนะต้นแบบแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายเมืองพัทยาและนำไปประยุกต์ใช้กับเมืองอื่นๆ ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป 2. การจำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าเมืองพัทยามีศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น ชุมชนตะเคียนเตี้ยมีศาสตร์การรักษาในลักษณะกัวซา การนวดแผนไทย การรักษาแบบหมอพื้นบ้าน การใช้ศิลปะและงานประดิษฐ์ในการบำบัด ชุมชนหนองปลาไหลที่มีความโดดเด่นด้านการสร้างงานโขนและการทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมไปถึงชุมชนที่กระจายโดยรอบเมืองพัทยามีกิจกรรมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกมากมาย แต่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติยังขาดการรับรู้ ขาดสื่อที่เป็นตัวกลางเฉพาะในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างแท้จริง นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่าการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนจะส่งผลต่อการสื่อสารในระดับการสร้างการจดจำ หรือการสร้างความเฉพาะเชิงสากล นำไปสู่การประยุกต์ใช้ในการออกแบบที่หลากหลายและต่อยอดได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์นำข้อมูลการวิจัยมาใช้ในการถอดอัตลักษณ์เมืองในลักษณะการสร้างอัตลักษณ์สีและเรขาคณิตเพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางในการออกแบบสำหรับนักออกแบบที่สนใจ และพัฒนาสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวเพื่อช่วยเชื่อมโยงพื้นที่เมือง กิจกรรม วัฒนธรรม และความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นส่งต่อสู่กลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว 3) การประเมินโมเดลต้นแบบและทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อโมเดลต้นแบบ พบว่าการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจในด้านการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาน่าสนใจอย่างเหมาะสมครบถ้วน 4) จากการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการจัดทำคู่มือ โดยแบ่งออกเป็น 2 คู่มือ ได้แก่ 1.คู่มือการใช้แอปพลิเคชัน(Application) 2. คู่มือการออกแบบเมือง สีและอัตลักษณ์เมือง ในลักษณะการจัดพิมพ์รูปเล่มและแบบสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์โดยผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลไปใช้ต่อยอดงานด้านการออกแบบได้ นวัตกรรมสำหรับการออกแบบสู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไป

61810015: MAJOR: VISUAL ARTS AND DESIGN; Ph.D. (VISUAL ARTS AND DESIGN)

KEYWORDS: Innovation Design, Medical and Wellness Tourism, Designated Areas for Pattaya city

PRAPAPORN ROIPROMMA : THE INNOVATION DESIGN FOR MEDICAL AND WELLNESS TOURISM: DESIGNATED AREAS FOR PATTAYA CITY.. ADVISORY COMMITTEE: KRIANGSAK KHIAOMANG, MIYOUNG SEO, Ph.D. 2024.

Research titled "The Innovation Design for Medical and Wellness Tourism: Designated Areas for Pattaya City." had the objectives as follows.1) to present the analysis of differences and similarities in the innovation of world-class quality urban tourism design 2) To synthesize and classify factors in the development of health tourism in all dimensions and then build on it to create a model of innovation and design of health tourism 3) To evaluate the prototype model and test user satisfaction with the prototype model 4) To design an innovation manual for the design to formulate policies of relevant agencies that will be further implemented. The tools used in this research were interviews and questionnaires, and the statistics used were percentages, averages, and standard deviations. This research study is a mixed methods research. Research findings are as follows. 1. analysis of differences and similarities in world-class quality urban tourism design innovations. It was found that the study of world-class quality urban design data such as Toronto, England and Bath, England to promote health, urban design is often focused on landscaping with green spaces, focusing on designing an environment that has a positive effect on health. The use of renewable energy and more emphasis on sharing travel in public systems, such as the use of shared electric bicycles, the use of shared electric vehicles. Policies and urban design have been formulated and infrastructure has been adjusted by designing the city to have a space conducive to exercise, such as walking, using a bicycle, activities to promote the movement, to promote the quality of residents while putting policies in the area of power in the form of an active city. This is similar to the urban policy of Bangkok of Thailand which has adopted the urban design model of an active city for other areas. Most tourism innovations focus

on creating new experiences, connecting the area with technology that focuses on creating new experiences. In addition, the researcher compared the data of case studies to create a comparative data of urban design approaches to promote health and innovation in urban design at the world to create new urban design and innovation guidelines and to suggest a model for the development of Pattaya City policy and apply it to other cities that want to promote health tourism. 2. Classification of factors in the development of health tourism in all dimensions and then building on the development of innovative model guidelines for health tourism design. From the in-depth interviews, it was found that Pattaya City has a lot of potential and tourism readiness such as Thai Massage, Traditional Medicine, the use of art and crafts in therapy. Nong Pla Lai community is famous for creating Khon works and making herbal products including the communities scattered around Pattaya City with many activities that are in line with health tourism. However, both Thai and foreign tourists still lack awareness. There is a lack of media that is a specific intermediary in promoting true health tourism. In addition, the researchers have realized that the creation of a clear color identity will affect communication at the level of recognition or the creation of universal specificity has led to many applications in the field of design and can be improved further. Therefore, the researcher analyzed and used the research data to deconstruct the urban identity in the form of creating color identity and art to be used as a design guide for interested designers and develop a digital media platform for tourism to help connect urban areas, activities, culture, and local identity to tourism target groups. 3) evaluation of the prototype model and testing of user satisfaction with the prototype model, it was found that the overall evaluation of application user satisfaction was very high and satisfied with the provision of information on health tourism attractions and health tourism activities of the targeted Pattaya Special Area of appropriately and completely. 4) Based on this research, the researcher has prepared a manual which is divided into 2 manuals as follows. 1. Application manual and 2. Urban design manual, urban color and identity, in the form of book printing and electronic publication by those who are interested can use the information to further design work and innovation for design to policy formulation of relevant agencies that will be

further developed into use.



กิตติกรรมประกาศ

ดุชฎินิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ดร.มียอง ซอ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางในการจัดทำดุชฎินิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีเสมอมา ตลอดจนคณาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ให้ความรู้และคำแนะนำที่มีประโยชน์เป็นแนวทางในการจัดทำดุชฎินิพนธ์ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่คอยติดต่อประสานงานและอำนวยความสะดวกในการจัดทำดุชฎินิพนธ์ ขอขอบคุณหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่พิเศษพิทยา ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและให้ความอนุเคราะห์ในการดำเนินงานดุชฎินิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้จัดทำดุชฎินิพนธ์ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการทำการวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และได้รับการสนับสนุนด้านเวลาและโอกาสในการศึกษาต่อจากหน่วยงานต้นสังกัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการของผู้วิจัย จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ด้วย

ประภาพร ร้อยพรมมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฌ
สารบัญ.....	ญ
สารบัญตาราง.....	ด
สารบัญรูปภาพ.....	ถ
บทที่ 1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวคิดในวิจัย.....	4
1.4 กรอบแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรม.....	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.6 ขั้นตอนการศึกษา.....	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 พื้นที่พิเศษพัทยา.....	9
2.1.1 ประวัติเมืองพัทยา.....	9
2.1.2 ประวัติศาสตร์เมืองพัทยา พุทธศักราช 2310.....	9
2.1.3 ประวัติศาสตร์เมืองพัทยา พุทธศักราช 2491.....	10
2.2 ทบทวนวรรณกรรม.....	12

2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม	12
2.2.1.1 ความหมายของนวัตกรรม	12
2.2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม.....	13
2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น	14
2.2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น	14
2.2.3 จินตภาพของเมือง	16
2.2.4 แนวคิดอัตลักษณ์.....	17
2.2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านการออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม	18
2.2.5.1 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี.....	18
2.2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับเว็บแอปพลิเคชันและการพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน	20
2.2.5.3 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี.....	21
2.2.5.4 โมบายแอปพลิเคชัน.....	22
2.2.5.5 การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน	22
2.2.5.6 หลักการของการออกแบบอินเทอร์เฟซบนอุปกรณ์เคลื่อนที่	23
2.2.5.7 การประยุกต์ใช้โมบายแอปพลิเคชัน	24
2.2.6 ส่วนต่อประสานผู้ใช้งาน	25
2.2.7 การออกแบบอินเทอร์เฟซ	26
2.2.8 มานุษยวิทยาการออกแบบ	30
2.2.9 ความหมายของคำว่าเมือง	31
2.2.10 เมืองและการออกแบบเมือง.....	31
2.2.11 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	32
2.2.12 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	34
2.2.13 นโยบายภาครัฐของไทยและพหุภาคีด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	37
2.2.14 ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	37

2.2.15 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ	38
2.2.14 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ	38
2.2.15 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ	39
2.2.16 การกำหนดมาตรการความสำเร็จ	40
2.2.17 นโยบายภาครัฐของเมืองพัทยาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	40
2.2.18 แนวคิดพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความหมายของสุขภาพ	41
2.2.19 ความหมายและลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	42
2.3 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	45
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	48
3.1.1 การวิจัยระยะที่ 1	48
3.1.1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants).....	49
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	53
3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data).....	54
3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	54
3.2.3 เตรียมประเด็นความพร้อมในการสัมภาษณ์ (โดยใช้แบบสัมภาษณ์)	54
3.2.4 ติดต่อโดยตรงโดยทบทวนจากฐานข้อมูลสาธารณะ.....	54
3.2.5 เชิญชวนผู้เข้าให้ข้อมูลสำคัญโดยผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ	54
3.2.6 นัด วัน เวลา สถานที่ ในการสัมภาษณ์.....	54
3.2.7 กำหนดการใช้รหัส (Code No.).....	54
3.2.8 ทำการสัมภาษณ์และจัดบันทึกข้อมูลพร้อมด้วยการบันทึกเสียง	54
3.2.9 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	55
3.2.10 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	55
3.2.11 กำหนดประเด็นคำถามเพื่อใช้เครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	55

3.2.12 การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ	55
3.2.13 การสัมภาษณ์ในลักษณะเจาะลึก	55
3.2.14 การจดบันทึกและการบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	55
3.2.15 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	56
3.2.16 การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล	56
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	75
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบ	78
4.1 วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลกและนวัตกรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยว	
เชิงสุขภาพ: กรณีศึกษา.....	78
4.1.1 กรณีศึกษา: เมืองกระฉับกระเฉงต่างประเทศ (เมืองโตรอนโต).....	78
4.1.2 กรณีศึกษา: เมืองกระฉับกระเฉงต่างประเทศ (เขตสีลม ประเทศไทย).....	81
4.1.2 กรณีศึกษา: การออกแบบ (เมืองบาร์).....	84
4.1.3 กรณีศึกษา: รายงานข้อมูลเชิงลึกของเมือง อาคารสุขภาพดี	85
4.1.4 กรณีศึกษา: พื้นที่สีเขียวเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี	86
4.1.5 กรณีศึกษา: การวางแผนเมือง	88
4.1.6 กรณีศึกษา: เมืองแห่งความที่อยู่ที่ดี	92
4.1.7 กรณีศึกษา: เมืองที่เป็นผู้นำในด้านความเป็นอยู่ที่ดี.....	93
4.1.8 กรณีศึกษา: เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์	94
4.1.9. กรณีศึกษา: เมืองแวนคูเวอร์	96
4.1.10 กรณีศึกษา: การต้นแบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมเมืองคุณภาพระดับโลก	97
4.1.11 กรณีศึกษา: งานวิจัยพื้นที่สีเขียวและการจัดพื้นที่แบบกะทัดรัด	97
4.1.12 การวิเคราะห์นวัตกรรมการท่องเที่ยว	101
4.1.4 กรณีศึกษา: การสร้างแบรนด์เมือง (City Branding).....	103
4.3 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ท้องถิ่นและอัตลักษณ์พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา	105

4.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภาพลักษณ์ท้องถิ่นและอัตลักษณ์พื้นที่พิเศษ เมืองพัทยา	105
4.4.2 ผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านสภาพแวดล้อมที่แสดงถึงพื้นที่ พิเศษพัทยา	106
4.4.3 ผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษ เมืองพัทยา	107
4.4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรม..	107
4.4 วิเคราะห์สี่ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา.....	113
4.4.1 จินตภาพของเมือง (Image of the city).....	113
4.4.1.1 จินตภาพของเมือง เส้นทาง (Path)	115
4.4.1.2 จิตนภาพของเมือง เส้นขอบ (Edge).....	119
4.4.1.3 จิตภาพของเมือง ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)	120
4.3.1.4 แสดงถึงจิตภาพของเมือง ศูนย์กลาง (Nodes)	124
4.4.2 ผลการวิเคราะห์การสืบจากการสำรวจอัตลักษณ์เมืองที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา	134
คำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก.....	134
บทที่ 5 การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาออกแบบนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	150
5.1 การจัดการองค์ความรู้.....	150
5.1.1 การถอดอัตลักษณ์ภาพ	151
5.2 วิเคราะห์การวิเคราะห์กระบวนการเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น.....	157
5.4 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น	158
5.4.1 การนวด.....	158
5.4.2 อุปกรณ์นวด	159
5.4.3 โยคะ	160
5.4.4 สมุนไพร	161
5.5 การวิเคราะห์สี่ในภาพรวม.....	162

5.6 การนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม.....	168
5.6.1 การเลือกใช้ชุดสีในการออกแบบโลโก้และแอปพลิเคชัน	168
5.6.2 โครงสร้างการออกแบบแอปพลิเคชัน.....	169
5.5.4 การออกแบบคู่มือการใช้งานแอปพลิเคชัน	171
5.6.5 ผลการวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจการใช้ต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการ	172
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพญา.....	172
บทที่ 6	173
สรุปและอภิปรายผล.....	173
6.1 สรุป	173
6.1.1 วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบ	173
6.1.2 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนา.....	174
6.1.2.1 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชน	174
6.1.2.2 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนกลุ่มอาชีพ.....	174
6.1.2.3 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง .	175
6.1.2.4 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม	175
6.1.3 สรุปผลประเมินโมเดลต้นแบบ	176
และทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อโมเดลต้นแบบ	176
6.2 อภิปรายผลการวิจัย	176
6.3 ข้อเสนอแนะ	178
6.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ	178
6.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	179
6.3.3 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ	179
ภาคผนวก.....	180

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	181
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ	182
ภาคผนวก ข สรุบบทตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม	186
ภาคผนวก ค เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	187
ภาคผนวก ค คู่มือ	189
ภาคผนวก ฉ เอกสารตอบรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการ	190
บรรณานุกรม	193
ประวัติย่อของผู้วิจัย	195



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงวัตถุประสงค์และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น	3
ตารางที่ 2 ความหมายของนวัตกรรม	12
ตารางที่ 3 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวและความต้องการในแต่ละเจนเนอร์เรชั่น	14
ตารางที่ 4 ตารางแสดงรายละเอียดของแอปพลิเคชันประเภทต่างๆ (Application Categories)....	20
ตารางที่ 5 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	35
ตารางที่ 6 ความหมาย ของหลักการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Principle of Universal Design) ...	36
ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลการเก็บข้อมูล	46
ตารางที่ 8 กรณีเมืองโรทรอนโต	79
ตารางที่ 9 ตารางเปรียบเทียบการออกแบบเมือง (เมืองกระฉับกระเฉง).....	82
ตารางที่ 10 การวางแผนเมือง ตามคู่มือการวางแผนเชิงสุขภาพและการใช้พื้นที่สีเขียวในเมือง.....	88
ตารางที่ 11 การกำหนดความเป็นอยู่ที่ดีในเมือง.....	92
ตารางที่ 12 เมืองที่เป็นผู้นำในด้านความเป็นอยู่ที่ดี	93
ตารางที่ 13 แสดงการสร้างระบบบริการที่ยึดผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง.....	97
ตารางที่ 14 ข้อมูลวิเคราะห์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ.....	101
ตารางที่ 15 (ต่อ).....	102
ตารางที่ 16 (ต่อ).....	103
ตารางที่ 17 แสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ พิเศษเมืองพัทยา (Potentials of Pattaya City in wellness tourism).....	112
ตารางที่ 18 คำนิยามจินตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา.....	113
ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์การสืบจากการสำรวจอัตลักษณ์เมืองที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา คำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก.....	134
ตารางที่ 20 ตารางแสดงอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	154

ตารางที่ 21 การถอดอัตลักษณ์ภาพจากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ .	155
ตารางที่ 22 วิธีการสร้างรูปร่างใหม่	157
ตารางที่ 23 กระบวนการเปลี่ยนรูปร่างและองค์ประกอบ	158
ตารางที่ 24 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้นคำสำคัญ ทำนวด	159
ตารางที่ 25 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น คำสำคัญอุปกรณ์นวด.....	160
ตารางที่ 26 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น คำสำคัญโยคะ.....	161
ตารางที่ 27 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น คำสำคัญสมุนไพร	162
ตารางที่ 28 อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่พิเศษ เมืองพัทยา	163
ตารางที่ 29 อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่พิเศษ เมืองพัทยา	163
ตารางที่ 29 (ต่อ).....	164
ตารางที่ 29 (ต่อ).....	165

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรม	5
ภาพที่ 3 UTAT2	19
ภาพที่ 4 แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	25
ภาพที่ 5 แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว	25
ภาพที่ 6 หลักการมานุษยวิทยาการออกแบบ	30
ภาพที่ 7 ภาพแสดง Urban Design Lab.....	32
ภาพที่ 8 มุมมองด้านสุขภาพ	34
ภาพที่ 9 ภาพขั้นตอนการดำเนินงาน.....	76
ภาพที่ 10 กรอบแนวคิดในการพัฒนาเมืองโทรอนโต	79
ภาพที่ 11 การออกแบบย่านสีลม ต้นแบบเมืองกระฉับกระเฉง.....	81
ภาพที่ 12 Bath: An imagingd future as a WELLBEING CITY.	85
ภาพที่ 13 Urban Health & Well-Being.....	86
ภาพที่ 14 การออกแบบเพื่อสุขภาพคนเมือง	87
ภาพที่ 15 ภาพการออกแบบพื้นที่ส่งเสริมการเคลื่อนไหว	88
ภาพที่ 16 องค์ประกอบของ Amsterdam Smart City.....	95
ภาพที่ 17 จักรยานไฟฟ้า Mobi by Shaw Go	96
ภาพที่ 18 แพลตฟอร์ม Mobility as a Service (Mass).....	97
ภาพที่ 19 เมตริกของกลุ่มเมือง	98
ภาพที่ 20 กรอบแนวคิด ของการพัฒนารูปแบบการวางแผนพื้นที่.....	99
ภาพที่ 21 การออกแบบเมืองสำหรับที่ราบสูงตอนกลาง	99

ภาพที่ 22 การออกแบบผังเมืองสำหรับศูนย์กลางภาคใต้.....	99
ภาพที่ 23 การออกแบบแบนด์เมืองปอร์โต ประเทศโปรตุเกส	105
ภาพที่ 24 แผนภูมิแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	106
ภาพที่ 25 ผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมือง	107
ภาพที่ 26 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป	108
ภาพที่ 27 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้าน พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษ เมืองพัทยา (Tourism behaviors in Pattaya City).....	109
ภาพที่ 28 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้าน พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	110
ภาพที่ 29 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Interests and trends in wellness tourism in Pattaya City).....	111
ภาพที่ 30 จินตภาพของเมืองเส้นทาง (Path) ถนน ทางเดิน.....	115
ภาพที่ 31 จินตภาพของเมืองเส้นทาง (Path) ทางคมนาคม	116
ภาพที่ 32 จินตภาพของเมืองเส้นทาง (Path) ระบบขนส่ง.....	116
ภาพที่ 33 สีจากจินตภาพของเมือง <i>เส้นทาง (Path)</i>	118
ภาพที่ 34 สีจากจินตภาพของเมือง <i>เส้นทาง (Path)</i>	119
ภาพที่ 35 จินตภาพของเมือง <i>เส้นขอบ (Edge) เส้นกัน ขอบทาง แนวรั้ว</i>	119
ภาพที่ 36 ภาพจินตภาพของเมือง <i>เส้นขอบ (Edge)</i>	120
ภาพที่ 37 สีจากจินตภาพของเมือง <i>เส้นขอบ (Edge)</i>	120
ภาพที่ 38 สีจากจินตภาพของเมือง <i>เส้นขอบ (Edge)</i>	120
ภาพที่ 39 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts).....	121
ภาพที่ 40 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts).....	121
ภาพที่ 41 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts).....	121
ภาพที่ 42 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts).....	122
ภาพที่ 43 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts).....	123

ภาพที่ 44	สีจินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts).....	123
ภาพที่ 45	จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts).....	123
ภาพที่ 46	จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts).....	124
ภาพที่ 47	จินตภาพของเมือง ศูนย์กลาง (Nodes)	124
ภาพที่ 48	จินตภาพของเมือง ศูนย์กลาง (Nodes)	124
ภาพที่ 49	จินตภาพของเมือง ศูนย์กลาง (Nodes)	125
ภาพที่ 50	สีจากจิตภาพของเมือง พื้นที่พิเศษพืทยา ศูนย์กลาง (Nodes)	134
ภาพที่ 51	คำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด	137
ภาพที่ 52	ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด	137
ภาพที่ 53	ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด	137
ภาพที่ 54	ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด	138
ภาพที่ 55	ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด	138
ภาพที่ 56	ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด	139
ภาพที่ 57	คำสำคัญ อาหารทะเล อาหารทะเลแห้ง ผ้าบาติก ผ้ามัดย้อม ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	139
ภาพที่ 58	คำสำคัญ สปา ทัศนศาสตร์ กวีชา อโรมา โยคะ	140
ภาพที่ 59	ชุดตัวแทนสีจากคำสำคัญ	142
ภาพที่ 60	ชุดสีจากคำสำคัญอัตลักษณ์เมือง	142
ภาพที่ 62	ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรกอัตลักษณ์เมือง คำสำคัญอัตลักษณ์เมืองด้านสภาพแวดล้อม	145
ภาพที่ 63	ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรกอัตลักษณ์เมือง คำสำคัญอัตลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์	147
ภาพที่ 64	ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรกอัตลักษณ์เมือง คำสำคัญอัตลักษณ์เมืองด้านกิจกรรม	149
ภาพที่ 65	แนวคิดการจัดการความรู้จาก SECI Model.....	150
ภาพที่ 66	ตัวอย่างการออกแบบเรขศิลป์กับการใช้ชุดอัตลักษณ์สี การนำเรขศิลป์ไปใช้ในงาน	166

ภาพที่ 67 ตัวอย่างการออกแบบเรขศิลป์กับการใช้ชุดอัตลักษณ์สีการนำเรขศิลป์ไปใช้ในงานออกแบบ	166
ภาพที่ 68 ตัวอย่างการออกแบบเรขศิลป์กับการใช้ชุดอัตลักษณ์สีการนำเรขศิลป์ไปใช้ในงานออกแบบ	167
ภาพที่ 69 คู่มือสีและอัตลักษณ์เมือง แนวทางการออกแบบพื้นที่พิเศษพญา	167
ภาพที่ 70 แนวคิดในการออกแบบโลโก้แอปพลิเคชันและการใช้สี	168
ภาพที่ 71 ภาพแสดงโครงสร้างแอปพลิเคชัน	169
ภาพที่ 72 โครงสร้าง Prototype Application	169
ภาพที่ 73 ตัวอย่าง Prototype Application	170
ภาพที่ 74 ตัวอย่างคู่มือการใช้แอปพลิเคชัน	171

บทที่ 1

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

“การพัฒนาการท่องเที่ยวระดับโลกรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและกลุ่มเชิงสุขภาพ” คือ กลุ่มเป้าหมายหลักในแผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2560 – 2564 โดยกำหนดไว้ในการยกระดับการท่องเที่ยวในอีอีซีพื้นที่หลักของวงแหวนท่องเที่ยว EEC (Eastern Economic Corridor) จังหวัดชลบุรียังเป็นจังหวัดที่มีรายได้ จากผู้มาเยี่ยมเยือนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 85.54 ของรายได้จากผู้มาเยี่ยมเยือนในพื้นที่ EEC (Eastern Economic Corridor) ทั้งหมด (Katchwattana, 2019)

การตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ Medical Hub Service เป็นหนึ่งในเป้าหมายของรัฐบาล เนื่องจากการแพทย์และงานบริการของไทย ได้รับการยอมรับจากนานาชาติทั่วโลก ปัจจุบันประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบริการด้านสุขภาพหลักลำดับต้นๆ ของเอเชียโดยมีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากที่สุดถึงราว 38% ของภูมิภาคเอเชียทั้งหมด เมื่อเทียบคุณภาพของระบบการดูแลสุขภาพ ทั้งในแง่ความเชี่ยวชาญของบุคลากรทางการแพทย์และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยแล้ว พบว่าไทยมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่โดดเด่น ทั้งความพร้อมในการให้บริการที่มีมาตรฐานในระบบสากล จำนวนสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับสากล JCI (Joint Commission International Accreditation) มากที่สุดใน AEC ถึง 56 แห่ง และมากเป็นอันดับ 4 ของโลกอีกด้วย (กระทรวงสาธารณสุข., 2559)

“พัทยา” เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ เป็นเมืองที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภาคตะวันออก กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่จึงเป็น กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการโดยประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 90 ประกอบอาชีพด้านการค้าและบริการนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เนื่องมาจากเมืองพัทยามีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ต่อเนื่อง และในยุคสมัยหนึ่งที่เมืองพัทยารุ่งเรืองที่สุดขีดถึงกับได้รับการขนานนามว่าเป็น “ริเวียร่า แห่งเอเชีย” การเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันเมืองพัทยายังคงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ด้าน และทุกมิติ เพื่อคงความเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้อย่างสมดุล กระแสการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในรอบทศวรรษข้างหน้านี้ถือว่ามีบทบาทสำคัญยิ่งต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงของเมืองพัทยาในอนาคต เนื่องจากพัทยาจะทวีความสำคัญในฐานะเป็นศูนย์กลางการกระจาย ความเจริญออกสู่ภูมิภาค จากกรุงเทพมหานคร

ที่เคยเป็นเมืองโตเดี่ยวของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน และ พัทยาถือว่าเป็นเมืองที่เปิดรับกระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งด้านบวกและด้านลบ ได้เป็นอย่างดี โดยการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญประกอบด้วย พื้นที่ภาคตะวันออกมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศ และยังคงเป็น Real sector ที่มีการผลิต การจ้างงานเกิดขึ้นจริง ดังนั้นการหลั่งไหลของประชากร และแหล่งทุนเข้ามาในพื้นที่ จะหนุนเสริมให้พื้นที่บริเวณนี้กลายเป็นพื้นที่พัฒนาเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่ายใหญ่โดยพื้นที่ที่จะเกิดการเชื่อมโยงกันได้แก่จังหวัดระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี นโยบายรัฐที่มีทิศทางชัดเจนในการใช้จุดแข็งสำคัญในด้านภูมิรัฐศาสตร์ในการเป็น ศูนย์กลางภูมิภาค โดยการพัฒนาโครงสร้างการคมนาคมขนส่ง และการโลจิสติกส์เชื่อมโยงทั้งภายในประเทศ ต่อเชื่อมในระดับภูมิภาคสู่การเป็น Hubในการเชื่อมโยงกับภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งการปรับตัวครั้งนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของประเทศ ก่อให้เกิดการขยายตัวของการไหลเวียนสินค้า ผู้คน และความมั่งคั่ง ทำให้พื้นที่ที่เป็นเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนจะเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งพัทยาเป็นหนึ่งในจุดศูนย์กลาง การเชื่อมต่อ ทั้งระบบราง ถนน คมนาคมทางน้ำ ตลอดจนทางอากาศ และที่สำคัญมีการพัฒนาเส้นทาง เชื่อมโยงตะวันออก-ตะวันตก (East-West Corridor) ของประเทศในสองส่วนคือการเชื่อมโยงท่าเทียบเรือ ขนาดใหญ่ระหว่างเมืองพัทยากับหัวหิน และการเชื่อมโยงระหว่างเมืองทวาย (เมียนมาร์) กับแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี และมาบตาพุด จังหวัดระยอง จากการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมคือการตรวจสอบสถานภาพ สถานการณ์หรือตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ปัจจุบันขององค์กรว่ามีความพร้อมหรือข้อจำกัดอย่างไรบ้างในการพัฒนา ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุภาพนานาชาติ (2559)

เมือง “พัทยา” เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพและนำลงทุนสูงของประเทศไทยมีชื่อเสียงระดับโลก เป็นนันทนาการ เป็นเมืองที่มีการวางพื้นฐานด้านแบบการศึกษา มาอย่างต่อเนื่อง เป็นที่มีการวางพื้นฐานด้านระบบการสาธารณสุขมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งปฐมภูมิ และทุติยภูมิ เป็นเมืองที่มีการปกครองในรูปแบบพิเศษที่มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ มีความคล่องตัวในการทำงาน มีพื้นที่เชื่อมโยงสามารถผสมผสานความหลากหลายทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม ศาสนาได้อย่างลงตัว เป็นเมืองแห่งการประชุมและจัดสัมมนา Mice (Meetings, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions) 1 ใน 5 แห่ง ของประเทศไทย จุดอ่อน (Weaknesses) “พัทยา” มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์ยังไม่ทั่วถึงและเป็นธรรม ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมืองยังดำเนินการได้ไม่เต็มที่ ภาพลักษณ์ด้านลบของ “พัทยา” ถูมองในด้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืน แหล่งมั่วสุ่มทาง อบายมุข การประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ของเมืองพัทยายังไม่เน้นให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าของเมืองอย่างแท้จริง เพื่อเตรียมรองรับการเติบโตของเมืองที่กำลังจะเกิดขึ้น นโยบายเชิงรุกในการพัฒนาเมืองพัทยาแผนแม่บทฉบับที่ 4 พัทยา กำหนดให้มีทิศทางมุ่งเข้าสู่เป้าหมายที่วิสัยทัศน์ เมืองพัทยา “มหานครศูนย์กลางเศรษฐกิจการท่องเที่ยวระดับโลก ยั่งยืน

และน่าอยู่สำหรับทุกคน” โดยมุ่งประเด็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์เมืองพัทยาในฐานะแหล่งท่องเที่ยว สถานที่รองรับการจัด ประชุมสัมมนา ที่พักอาศัย ศูนย์กลางด้านการแพทย์หรือแหล่งลงทุนระดับ World class. แผนพัฒนาเมืองพัทยา (2562)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัย เล็งเห็นปัญหาในการพัฒนาเมือง พัฒนาภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวในฐานะเมือง “World Class City” ในรูปแบบใหม่ๆ ผ่านการศึกษาข้อมูล การท่องเที่ยวของเมืองพัทยาเชิงลึกเพื่อจัดทำรายละเอียดคู่มือเสนอแนะทิศทางการออกแบบการส่งเสริมภาพลักษณ์ มิติการท่องเที่ยวใหม่ สู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปต่อยอดใช้งานในการพัฒนาพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัย เล็งเห็นปัญหาในการพัฒนาเมือง พัฒนาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในฐานะเมือง “World Class City” ในรูปแบบใหม่ๆ ผ่านการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาเชิงลึกเพื่อจัดทำรายละเอียด คู่มือเสนอแนะทิศทางการออกแบบการส่งเสริมภาพลักษณ์ มิติการท่องเที่ยวใหม่ สู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปต่อยอดใช้งานในการพัฒนาพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อนำเสนอประเด็นการวิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลกและนวัตกรรมการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยและต่างประเทศ
2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. เพื่อประเมินโมเดลต้นแบบ และทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อโมเดลต้นแบบ
4. เพื่อออกแบบคู่มือนวัตกรรมการนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไป

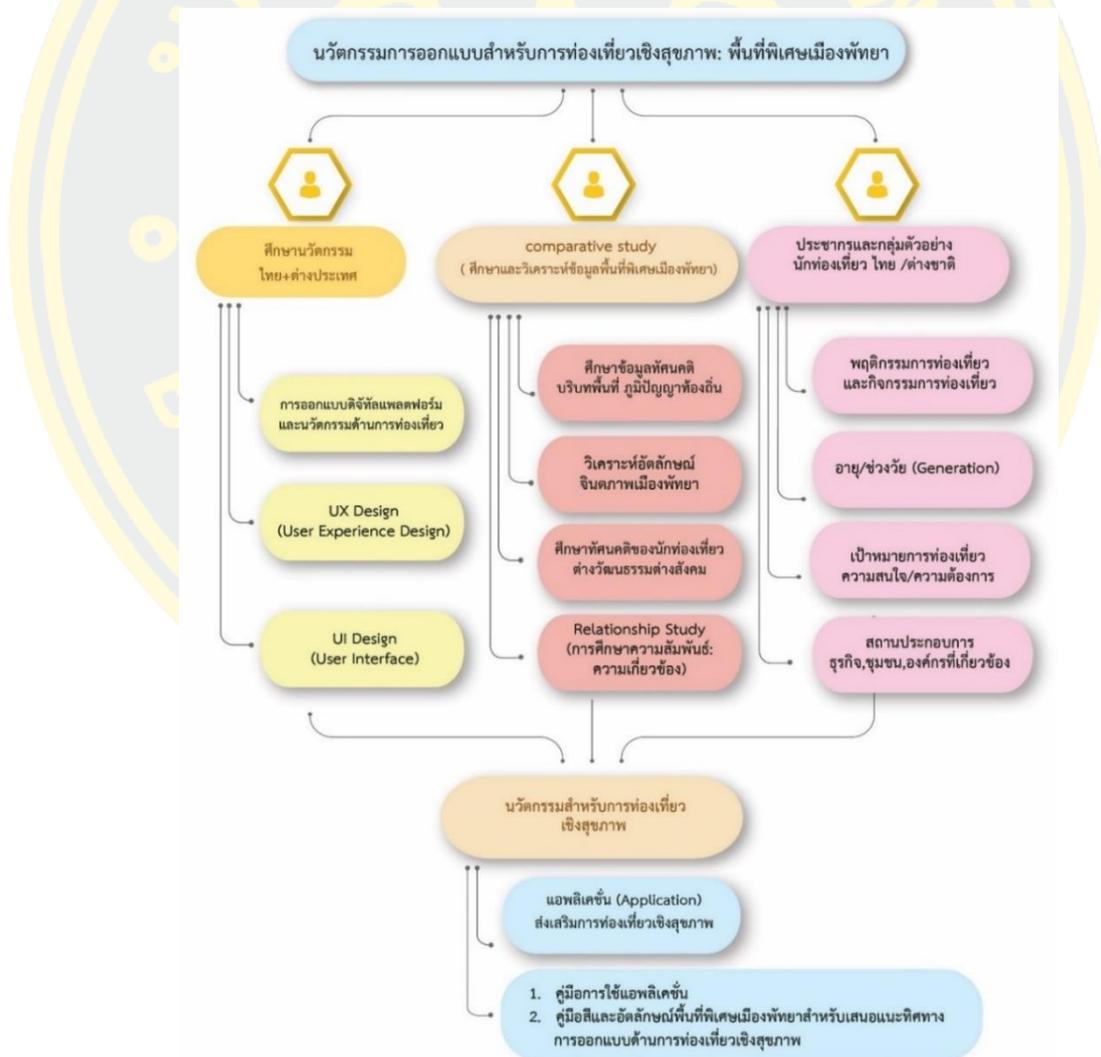
ตารางที่ 1 แสดงวัตถุประสงค์และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

วัตถุประสงค์	ผลผลิต (Out put)
เพื่อนำเสนอประเด็นการวิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลกและนวัตกรรมการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยและต่างประเทศ	ผลการวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบจำลองหรือต้นแบบนวัตกรรมการ
เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	ผลผลิต (Out put)
เพื่อประเมินโมเดลต้นแบบ และทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อโมเดลต้นแบบ	ผลประเมินต้นแบบนวัตกรรม
เพื่อออกแบบคู่มือนวัตกรรมสำหรับการออกแบบนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไป	1. คู่มือการใช้แพลตฟอร์มแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ PATTAYA WELLNESS 2. คู่มือสีและอัตลักษณ์พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

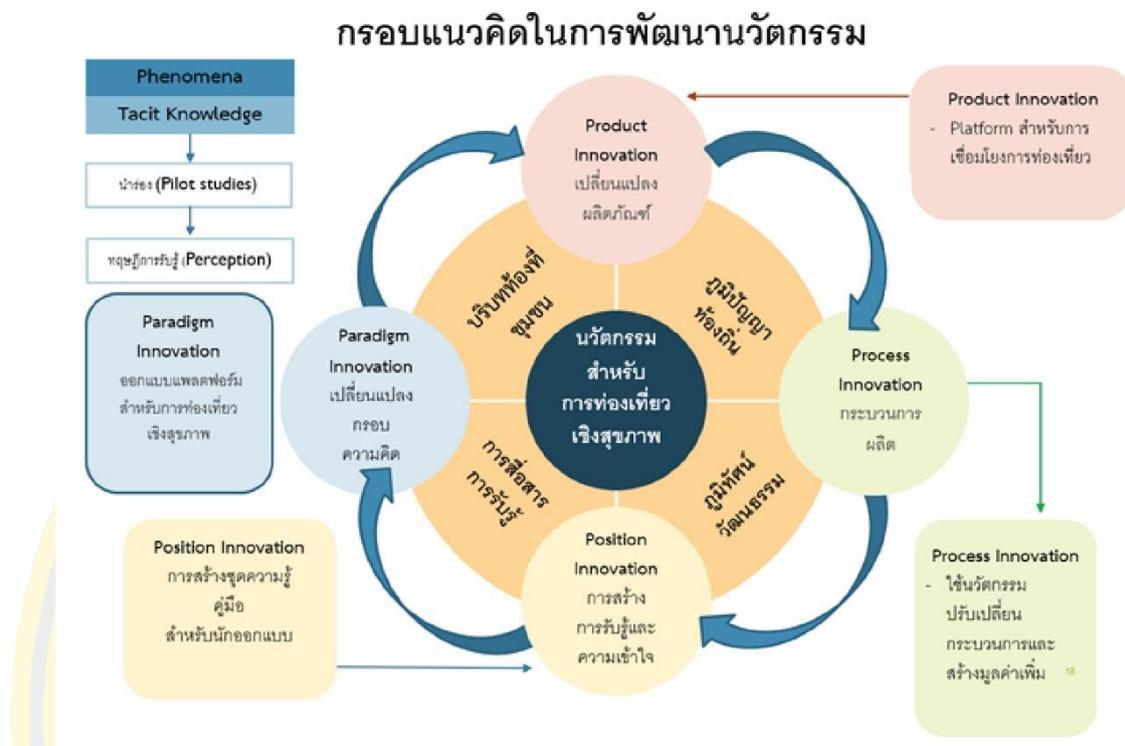
1.3 กรอบแนวคิดในวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

1.4 กรอบแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรม



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรม

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

ขอบเขตงานวิจัยแบ่งออกกว้างๆ เป็นขอบเขตด้านพื้นที่และขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ศึกษานวัตกรรมและแพลตฟอร์มต้นแบบในการท่องเที่ยวระดับโลกเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบนวัตกรรมขอบเขตด้านเนื้อหาศึกษานโยบายภาคการศึกษานโยบายการส่งเสริมด้านการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์สังเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ ที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้อง

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา หรือผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษพัทยา อายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ไม่จำกัดเพศ

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Inclusion criteria)

1. กลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาหรือผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษพัทยา อายุตั้งแต่ 18 ปี

ขึ้นไป ไม่จำกัดเพศ โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนกลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน และชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

2. กลุ่มตัวอย่างการเก็บข้อมูลความพึงพอใจนวัตกรรมการออกแบบและแพลตฟอร์ม (platform) ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพหุวิทยา โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนกลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป ไม่จำกัดเพศแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน และชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่

1. ศึกษาต้นแบบนวัตกรรมและแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวระดับโลก เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างและความคล้ายในการออกแบบนวัตกรรมและแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นแนวทางในการพัฒนาต้นแบบแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยว

2. ศึกษาข้อมูลพื้นที่เพื่อสร้าง Platform ต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเมืองพหุวิทยา โดยคัดเลือกพื้นที่ที่กรณีศึกษาจากข้อมูลด้านทัศนคติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้าง Platform ต้นแบบ แบ่งออกเป็น 2 พื้นที่หลัก

1. พื้นที่ชุมชน โดยคัดเลือกพื้นที่กรณีศึกษาจากพื้นที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ชุมชนตะเคียนเตี้ย ชุมชนหนองปรือ เป็นต้น

2. พื้นที่และกิจกรรมเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

โดยคัดเลือกพื้นที่ที่จะใช้สำหรับเชื่อมโยงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สถานประกอบการทางการแพทย์ รีสอร์ท สปา และศูนย์บำบัด และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ฯลฯ ในพื้นที่พหุวิทยา

ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่

ทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้อง

1.6 ขั้นตอนการศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับนวัตกรรมการออกแบบ Platform และระบบบริการสำหรับการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเมืองระดับสากล ทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับบริบท

ของพื้นที่ วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลด้านนวัตกรรมการออกแบบและระบบบริการสำหรับการท่องเที่ยว วิเคราะห์ สังเคราะห์ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

ขั้นตอนที่ 2

ศึกษาข้อมูลและความเชื่อมโยงของพื้นที่ชุมชนในเมืองพัทยาคัดเลือกชุมชนที่มีความเชื่อมโยงในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยคัดเลือกชุมชนจากความพร้อมของชุมชนที่มีความเกี่ยวเนื่องของบริบทชุมชน ภูมิปัญญา และกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

ขั้นตอนที่ 3

ศึกษาข้อมูลภาคสนาม สัมภาษณ์พูดคุยกับชุมชนในประเด็นของ ปัญหาความต้องการ บริบทชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นกิจกรรมที่สอดคล้องด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ขั้นตอนที่ 4

สร้างแนวแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันต้นแบบนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทดลองใช้ต้นแบบ ประเมินคุณภาพ และทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี ต้นแบบนวัตกรรมแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ขั้นตอนที่ 5

จัดทำรายละเอียดคู่มือการใช้แอปพลิเคชัน ดทำรายละเอียดคู่มือสีและอัตลักษณ์เมืองพัทยา เพื่อเป็นแนวทางเสนอแนะทิศทางด้านการออกแบบและการนำไปประยุกต์ใช้ของนักออกแบบเพื่อเป็นสื่อการในการสร้างภาพลักษณ์เมือง และนำไปสู่การต่อยอดสู่การใช้งานในการพัฒนาในประเด็นอื่น ๆ ต่อไป

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้สังเกตเห็นประเด็นการวิเคราะห์ความแตกต่างและความคล้ายในนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเมืองคุณภาพระดับโลกระหว่างไทยและต่างประเทศได้สังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทาง Platform ต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ Platform ต้นแบบเพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้คู่มือนวัตกรรมสำหรับการออกแบบสู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไป

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

นวัตกรรมการออกแบบ หมายถึง การออกแบบสิ่งใหม่ให้ส่งเสริมพฤติกรรมการใช้งานหรือการเข้าถึงด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยว ให้เกิดมิติใหม่เกิดความสะดวกสบายและเกิดการปฏิสัมพันธ์เชิงพื้นที่อย่างสอดคล้องและเชื่อมโยง

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา หมายถึง เมืองที่มีการปกครองท้องถิ่นในรูปแบบพิเศษ จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งในเขตจังหวัดชลบุรี เมืองพัทยาเป็นหน่วยการปกครอง ส่วนท้องถิ่นเพียงแห่งเดียวที่เคยนำเอาการจัดการปกครองแบบผู้จัดการเมือง (City Manager) ซึ่งรูปแบบนผู้บริหารมาจากการว่าจ้าง เพื่อที่จะได้ผู้บริหารมืออาชีพและปลอดจากการเมือง ต่อมาเมื่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มีผลบังคับใช้ ได้กำหนดให้ผู้บริหาร ท้องถิ่นและสภาท้องถิ่นต้องมาจากการเลือกตั้ง จึงยกเลิกพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 และตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา (สมคิด เลิศชูบุลย์, 2557, น. 3)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่เขตพิเศษเมืองพัทยา” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

- 2.1 พื้นที่พิเศษพัทยา
- 2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 พื้นที่พิเศษพัทยา

2.1.1 ประวัติเมืองพัทยา

“เมืองพัทยา” แต่ดั้งเดิมเป็นเมืองที่มีการประกอบอาชีพด้านการประมงค่อนข้างมาก มีหมู่บ้านชาวประมงอยู่ในพื้นที่ มีลักษณะสำคัญทางกายภาพได้แก่มีพื้นที่ติดทะเล “ด้วยมนต์เสน่ห์ของน้ำทะเลใสที่ส่งประกายระยิบระยับ เสียงคลื่นที่ซัดซ่าฝั่งตั้งเป็นจังหวะจะโคน ที่สามารถดื่มด่ำกับบรรยากาศอันน่าประทับใจ” ต่อมาในปี 2499 ทางราชการมีการจัดตั้งเมืองให้เป็นสุขาภิบาลนาเกลือขึ้น ต่อมาในปี 2507

2.1.2 ประวัติศาสตร์เมืองพัทยา พุทธศักราช 2310

ประวัติศาสตร์ของเมืองพัทยามีการเล่าขานถึงตำนานอันเป็นที่มาของ “พัทยา” เล่าถึงเหตุการณ์สำคัญไว้ 2 ตำนาน กล่าวคือ มีผู้กล่าวไว้ว่าในช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ก่อนที่จะเสียกรุงแก่พม่า 2 เดือน พระยาตาก (สิน) ซึ่งขณะนั้นเป็นพระยากำแพงเพชร ในเวลานั้นได้ทรงนำทหารตีแหวกวงล้อมของพม่า ประมาณ 500 นาย เพื่อมาซุ่มฝึกซ้อมเพื่อกลับไปสู้รบอีกครั้งในบริเวณที่ตั้งของ “เมืองพัทยา” ในปัจจุบัน ก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังเมืองจันทบุรี และกลับไปต่อสู้รบไล่เข้าศึกออกจากประเทศไทย หลังจากเสียกรุงศรีอยุธยา ครั้งที่ 2 พร้อมทั้งประกาศอิสรภาพทรงกอบกู้เอกราชของชาติมาได้ ภายในระยะเวลาเพียง 7 เดือนเท่านั้น ต่อมาท่านได้รับการสถาปนาขึ้นเป็น “สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช” ผู้ก่อตั้งกรุงธนบุรีเป็นราชธานีแห่งที่ 3 ทรงปราบดาภิเษกเป็นพระมหากษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2310 ของประเทศไทย ดังนั้นสถานที่บริเวณที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชได้เดินทางมาแวะพักที่นั่น ต่อมาชาวบ้านจึงได้เรียกขานกันว่า “ทัพพระยา” ส่วนอีกกระแส ได้กล่าวถึงตำนานไว้ว่า “พัทยา” ตรงบริเวณที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชมาแวะพักที่นั่น เป็นบริเวณที่มีทำเลดีและมีลมทะเลชนิดหนึ่งชื่อว่า “ลมพัทยายา” เป็นลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ได้พัดผ่านเข้ามาที่นี่เป็นประจำทุกปีในตอนต้นฤดูฝน จึงได้เรียกสถานที่บริเวณนี้ว่า “หมู่บ้านพัทยายา” และต่อมาได้เรียกเป็น “พัทยา” ในที่สุด

2.1.3 ประวัติศาสตร์เมืองพญา พุทธศักราช 2491

ในปี พ.ศ. 2491 ได้มีการบุกเบิกพัฒนาที่ดินของเมืองพญา โดยได้มีบุคคลสำคัญ คือ คุณปริญา ขวลิตรำรง ซึ่งท่านได้ซื้อที่ดินเริ่มต้นสร้างเมืองและสร้างความเจริญให้กับเมืองพญา เมื่อท่านได้เล็งเห็นถึงความสวยงามและความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติของเมืองที่เป็นทุนเดิม และคาดการณ์ถึงความเจริญในภายภาคหน้า จึงตัดสินใจซื้อที่ดิน ระหว่างบุกเบิกพัฒนา คุณ ปริญา ขวลิตรำรง ได้นำเสนอและขอร้องท่านนายอำเภอให้เปลี่ยนภาษาเขียน เพราะเห็นว่าการเขียนแบบเดิมนั้นไม่ทันสมัยและโบราณ โดยเปลี่ยนจาก “พญา” นำ ธ.ง ออก มาเป็นคำว่า “พญา” ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันต่อมาภายหลังคุณ ปริญา ขวลิตรำรง ได้มอบที่ดินให้กับทางเมืองพญา จำนวน 10 ไร่ เพื่อเป็นที่ตั้งของศาลว่าการ “เมืองพญา” ในปัจจุบัน (สมัยท่าน พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรีและท่านเป็นประธานวงศิลาลักษณ์) เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2523 ตลอดจนมอบที่ดินเพื่อสร้างสาธารณะประโยชน์ ถนนพญา – นาเกลือ (เส้นสุขุมวิท ในปัจจุบัน) ความกว้าง 20 – 30 เมตร และท่านได้ดำรงตำแหน่ง สมาชิกสภาเมืองพญา ถึง 5 วาระ

“การพัฒนาเมืองพญา” ในสมัยก่อน เมื่อมีการซื้อขายที่ดิน ผู้ซื้อจะได้รับใบครอบครอง ส.ค. 1 (ใบแจ้งการครอบครองที่ดิน เป็นหลักฐานแสดงการครอบครองที่ดิน)เพื่อการเข้ามาทำประโยชน์ และการพัฒนาที่ดิน จากนั้นจึงจะดำเนินการออกใบเอกสารสำคัญต่างๆ กันในภายหลัง จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาถนนหนทาง ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ไฟฟ้า ประปา ร่วมกันพัฒนากับหลายภาคส่วน พร้อมทั้งปรับภูมิทัศน์เพื่อให้เห็นทัศนียภาพที่สวยงามของชายหาดและน้ำทะเล

โดยถนนสายแรกในพญา คือ “ถนนสายพญา – นาเกลือ” เริ่มตั้งแต่ตลาดนาเกลือวิ่งตรงมาถึงชายทะเล (บริเวณโรงแรมดุสิต รีสอร์ท และโรงแรมอมารีฯ ในปัจจุบัน) แล้วเลี้ยวซ้ายเลียบชายทะเลมาถึงพญาได้ ระหว่างทางด้านขวามือได้มีการตัดถนนไปลงชายทะเลด้วยเช่นกันโดยตัดเป็นซอย เช่น ซอยวงศ์อำมาตย์ ซอยขวลิตรำรง และ ซอยผิงผา (ตั้งชื่อซอยตามนามสกุลเพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้มีส่วนในการพัฒนา บุกเบิกเมืองพญา) เป็นต้น ถนนซอยเหล่านี้ทำขึ้นเพื่อให้เป็นทางเข้าไปยังบ้านพักตากอากาศ ซึ่งด้านหลังมักทำเป็นเหมือนบ้านพักตากอากาศที่ชายทะเลหัวหิน

“เมืองพญาในฐานะเมืองท่องเที่ยว” จุดเริ่มต้นของการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นผลมาจากการพัฒนา คือภายหลังจากที่ “ถนนสายพญา – นาเกลือ” เสร็จได้ไม่นาน มีนักหนังสือพิมพ์ “เพลินจิตต์” และนักประพันธ์ชื่อดังมาเที่ยวพญาด้วยรถตู้ ได้เดินทางไปเที่ยวหาดแห่งหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันนี้คือที่ตั้งของ “โรงแรมดุสิต รีสอร์ท” ซึ่งทุกท่านเห็นแล้วชอบและประทับใจมาก ต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าอ่าวนี้ช่างสวยงาม” เมื่อกลับไปได้นำเรื่องราวของหาดพญาเขียนลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ เพลินจิตต์ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้คนได้รู้จักพญากันมากขึ้น” หลังจากนั้น ในปี พ.ศ.2498 เริ่มมีทัวร์พาคนกรุงเทพฯ มาเที่ยวที่พญาคราวละ 30 – 40 คนบ้าง

จนถึงปี พ.ศ.2515 ความสะดวก สบายของถนนหนทาง ทำให้คนสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวโดยทางรถยนต์ และการเดินทางด้วยรถโดยสาร ที่สถานีขนส่งสายใต้ ใช้เวลาเดินทางมาถึง “พัทยา” ในเวลาไม่นาน จนเมืองพัทยาได้ถูกนำบันทึกเรื่องราวและบรรยายบรรยากาศ ไปตีพิมพ์เผยแพร่ไว้ในอนุสาร อ.ส.ท. ฉบับที่ 6 ปีที่ 12 เดือน มกราคม พ.ศ. 2515 ส่วนจุดเปลี่ยนอันเป็นจุดเริ่มต้นของเมืองท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติรู้จัก “เมืองพัทยา” เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2502 กองทัพสหรัฐมีนายทหารอเมริกันหลายพันนาย ได้มาขอใช้สนามบินอู่ตะเภา เป็นฐานที่มั่นประจำการ เพื่อส่งกองกำลังทหารอเมริกันเข้าร่วมรบในสงครามเวียดนาม ช่วงวันหยุดราชการทหารอเมริกันจะนั่งรถอีเอ็ม ซี เดินทางเข้ามาพักผ่อนที่อ่าวพัทยา ช่วงนั้นพัทยายังเงียบสงบเมื่อเสร็จสิ้นการรบทหารอเมริกันได้กลับไป ชื่อเสียงของเมืองพัทยาก็เริ่มขจรไกลจากปากบรรดาจีโอไปสู่ชาวตะวันตกอื่นๆ ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2520 นักท่องเที่ยวจากตะวันตกซึ่งเป็นชาวยุโรป เริ่มเข้ามาท่องเที่ยว ทำให้เมืองพัทยาคึกคักขึ้นมาก โรงแรมใหม่ๆ ก็ผุดขึ้นมามากขึ้นตามลำดับตั้งแต่พัทยาเหนือไปจนถึงพัทยากลางและพัทยาใต้ และขยายต่อไปจนถึงหาดจอมเทียนซึ่งอยู่ถัดไปทางใต้ ในยุคสมัยหนึ่งพัทยารุ่งเรืองสุดขีดถึงกับได้รับการขนานนามว่าเป็น “ริเวียร่าแห่งเอเชีย” (มีความสวยงาม เทียบเท่าชายหาดของอิตาลี ชื่อว่า “อิตาลี ริเวียร่า” ทางฝั่งยุโรปได้ชื่อว่าอากาศดีมาก ติดอันดับเมืองท่องเที่ยว) เลยทีเดียว

สู่เขตปกครองพิเศษ ภายหลังจาก “เมืองพัทยา” เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งในเรื่องของโครงสร้างของเมือง อัตราการเพิ่มของประชากร การเคลื่อนย้ายถิ่นฐานและแรงงาน จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และองค์ประกอบในด้านอื่นๆ ส่งผลให้การปกครองในรูปแบบสุขาภิบาลไม่สามารถบริหารงานและแก้ไขปัญหาของเมืองได้ทันทั่วถึง ประกอบกับรัฐบาลในขณะนั้นได้เล็งเห็นความสำคัญของ “เมืองพัทยา” ตลอดจนถึงเห็นถึงความสำคัญด้านกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้เสนอให้นำการปกครองรูปแบบพิเศษมาใช้ที่เมืองพัทยา เพื่อแก้ไขปัญหาและ เพื่อสร้างอนาคตที่สดใสมั่นคงให้แก่เมืองพัทยาสืบต่อไป

เหตุผลในคำสั่งกระทรวงมหาดไทย ที่ 736/2519 ลงวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2519 ระบุว่า เมืองพัทยานอกจากมีความเจริญในด้านวัตถุแล้ว อัตราการถ่ายเทของประชากรในเมืองพัทยาก็อยู่ในระดับสูง ไม่นั่นอนเหมือนกับท้องถิ่นทั่วไป และพัทยาก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก จากศักยภาพของเมืองพัทยามีความพร้อมในด้านต่างๆ พัทยาจึงเป็นเมืองที่ได้รับการจับตามอง และให้ความสำคัญในการพิจารณาเป็นกรณีพิเศษ

2.2 ทบทวนวรรณกรรม

2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.2.1.1 ความหมายของนวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรม หากกล่าวถึงความหมายของ นวัตกรรม ได้มีนักวิชาการ ใ้ให้นิยามคำนี้ที่มีมุมมองค่อนข้างหลากหลาย โดย ผู้วิจัยได้มีการสรุปข้อมูลเบื้องต้นในรูปแบบตาราง เปรียบเทียบข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความหมายของนวัตกรรม

นักวิชาการ (ปี)	ความหมายของนวัตกรรม
ราชบัณฑิตยสถาน (2554)	นวัตกรรม หมายถึง การกระทำหรือสิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือ แปรจากเดิมซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการ หรืออุปกรณ์ เป็นต้น.
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2562)	นวัตกรรม คือ การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์นำไปสู่ การเปลี่ยนแปลงเพื่อก่อให้เกิดคุณค่า
อำนาจ ธีรรัตน์ศรีสกุล (2561, หน้า 58)	นวัตกรรม หมายถึงสิ่งใหม่ที่เกิดจากกระทำโดยใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในที่นี้อาจจะอยู่ในรูปของกระบวนการผลิตภัณฑ์ หรือแนวความคิด ซึ่งสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ในการพัฒนาได้ในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรมส่วนใหญ่จะเริ่ม จากประดิษฐ์กรรม
Evan (1966)	นวัตกรรม เป็นกระบวนการของการพัฒนาความคิดใหม่
Utterback (1971, 1994, 2004)	นวัตกรรม เป็นสิ่งที่ต่อยอดของสิ่งประดิษฐ์ ให้เข้าถึงและเป็นที่ ยอมรับของ ตลาดในลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเป็น กระบวนการใหม่ ที่มีการ พัฒนาขึ้นมาใช้เป็นครั้งแรก และทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ
สมนึกและคณะ (2553)	“นวัตกรรม” หมายถึง “สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะ ประสพการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะ มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ 54 และสังคม” หากจะ พิจารณาเทียบเคียงความหมายของ นวัตกรรมไว้ว่า “นวัตกรรม” คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ ที่มี ความหมายที่ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ได้ให้ ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม” โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมุมมอง ทางด้านเศรษฐศาสตร์

จากการทบทวนวรรณกรรมหาความหมายของคำว่านวัตกรรม ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของนวัตกรรม จากนิยามของนักวิชาการที่ได้กล่าวมาข้างต้นได้ดังนี้ นวัตกรรม หมายถึง สิ่งที่มีกระบวนการคิดค้นขึ้นใหม่ ทำขึ้นใหม่ อาจเกิดจากองค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เกิดคุณค่าใหม่ อาจเป็นกระบวนการ การคิดหรือชุดความรู้ที่อาจนำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ บริการใหม่หรือข้อค้นพบใหม่ ที่อาจนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ หรือธุรกิจ หรือสามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอดได้

2.2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory)

เอเวอเรตต์ เอ็ม โรเจอร์ส (Everett M. Rogers) (1983) ได้กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรมไว้ว่า การแพร่กระจายของนวัตกรรมเป็นกระบวนการทางสังคมที่สื่อสารข้อมูลที่รับรู้เกี่ยวกับแนวคิดใหม่ มันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างและหน้าที่ของระบบสังคม ก่อให้เกิดผลทางสังคม การแพร่กระจายมีองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ (1) นวัตกรรมที่มองว่าเป็นสิ่งใหม่ (2) ช่องทางการสื่อสาร (3) เวลา และ (4) ระบบสังคม (สมาชิกร่วมกันแก้ไขเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน) ระบบการแพร่กระจายสามารถรวมศูนย์หรือกระจายอำนาจได้ กระบวนการพัฒนานวัตกรรมมีห้าขั้นตอนที่ผ่านจากการรับรู้ความต้องการ ผ่านการวิจัยและพัฒนา การค้า การแพร่ กระจายและการยอมรับ ไปจนถึงผลที่ตามมา เวลาเข้าสู่กระบวนการแพร่กระจายด้วยสามวิธี: (1) กระบวนการตัดสินใจนวัตกรรม (2) นวัตกรรม และ (3) อัตราการยอมรับนวัตกรรม กระบวนการตัดสินใจด้านนวัตกรรมเป็นกิจกรรมการแสวงหาข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลที่กระตุ้นให้บุคคลลดความไม่แน่นอนเกี่ยวกับข้อดี (ข้อเสีย) ของนวัตกรรม มีห้าขั้นตอนในกระบวนการ: (1) ความรู้สำหรับการตัดสินใจรับเลี้ยงบุตรบุญธรรม/ปฏิเสธ/นำไปปฏิบัติ (2) การโน้มน้าวใจเพื่อสร้างทัศนคติ (3) การตัดสินใจ (4) การนำไปปฏิบัติ และ (5) การยืนยัน (การเสริมกำลังหรือการปฏิเสธ) นวัตกรรมสามารถถูกคิดค้นขึ้นใหม่ (เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไข) โดยผู้ใช้ช่วงการตัดสินใจด้านนวัตกรรม คือ เวลา ที่ต้องใช้ในการผ่านกระบวนการตัดสินใจด้านนวัตกรรม อัตราการยอมรับนวัตกรรมขึ้นอยู่กับ (และสามารถคาดการณ์ได้โดย) ลักษณะเฉพาะของมันถูกรับรู้ในแง่ของความได้เปรียบเชิงสัมพัทธ์ ความเข้ากันได้ ความซับซ้อน ความสามารถในการทดลอง และความสามารถในการสังเกต ผลการแพร่กระจายคือการกดดันสะสมที่เพิ่มขึ้นจากเครือข่ายระหว่างบุคคลให้รับ (หรือปฏิเสธ) นวัตกรรม การยอมรับมากเกินไปคือการยอมรับนวัตกรรมเมื่อผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ปฏิเสธ เครือข่ายการแพร่กระจายถ่ายทอดข้อมูลการประเมินนวัตกรรมเพื่อลดความไม่แน่นอนเกี่ยวกับการใช้แนวคิด หัวใจของกระบวนการแพร่กระจายคือการสร้างแบบจำลองและการเลียนแบบโดยผู้ที่มีโอกาสเป็นผู้รับบุตรบุญธรรมของพันธมิตรเครือข่ายของตนที่ได้นำไปใช้แล้ว ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านนวัตกรรมไปในทิศทางที่พึงประสงค์ ภาวะผู้นำทางความคิดเห็นคือระดับที่บุคคลมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้อื่น

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น

แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่นและตัวอย่างงานวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมในแต่ละเจเนอเรชั่น (Technology Acceptance Model)

2.2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น

การแบ่งลักษณะบุคคลตามช่วงเวลา แนวคิด Generation (การแบ่งลักษณะบุคคลตามช่วงเวลา) แนวคิด Generation เป็นแนวคิดที่แบ่งลักษณะหรือพฤติกรรมของบุคคลโดยใช้เงื่อนไขเรื่องเวลามาใช้อธิบายปรากฏการณ์ภูมิหลังหรือบริบทแวดล้อม และลักษณะหรือบุคลิกเฉพาะ ซึ่งในปัจจุบันมีการแบ่งบุคลิกลักษณะเฉพาะรุ่นออกเป็น 5 Generation คือ Generation Baby Boomer (เกิดในช่วง ค.ศ.1946– ค.ศ.1964), Generation X (เกิดในช่วง ค.ศ.1965- ค.ศ.1980), Generation Y (เกิดในช่วง ค.ศ.1981 – ค.ศ.2001), Generation Z (เกิดในช่วง ค.ศ.2001-2012) และ Generation Alpha เกิดในช่วง ค.ศ.2010-ปัจจุบัน) การแบ่งช่วงวัย ดังกล่าวถูกใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างเครื่องมือบริหารบุคคลให้เหมาะสมกับบุคลิกลักษณะ เฉพาะของแต่ละช่วงวัย เพราะในแต่ละช่วงวัยมีพฤติกรรมและความต้องการที่ค่อนข้างแตกต่างกันเป็นอย่างมาก โดยสามารถจำแนกรายละเอียดคร่าว ๆ ได้ดังนี้

ตารางที่ 3 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวและความต้องการในแต่ละเจเนอเรชั่น

เจเนอเรชั่น	พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวและความต้องการ
Generation Baby Boomer	เรื่องเงินไม่เกี่ยง ขอแค่สบายที่สุดเป็นพอ ทุกโรงแรมล้วนต้องการลูกค้ากระเป๋าหนัก ซึ่งจะเป็นใครไป ไม่ได้นอกจาก เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) “ ครึ่งหนึ่งของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์พิจารณาการจองที่พัก โดยเนื้อหาที่พักรู้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้นถ้า โรงแรมต้องการลูกค้ากลุ่มนี้ จึงควรอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับที่พักออนไลน์ โดยการอัปเดตรูปภาพที่มีความ ละเอียดสูง จัดแสงสถานที่ให้ดีที่สุด แม้กระทั่งรูปอาหารก็ลงได้ และมีการอัปเดตกิจกรรมในพื้นที่เป็นประจำ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเจเนอเรชั่นนี้”
Generation X	กลุ่มนี้มักจะชอบไปไหนมาไหนพร้อมกับครอบครัวใหญ่ โดยมักจะเลือกการท่องเที่ยวโดยพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับครอบครัว ที่พักและกิจกรรมต่าง และความปลอดภัย

ตารางที่ 3 (ต่อ)

เจนเนอเรชั่น	พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวและความต้องการ
Generation Y	<p>มิลเลนเนียล ไม่เน้นไปนาน แต่เน้นไปบ่อย ด้วยวัยของชาวมิลเลนเนียล(Millennial) ที่มีอายุระหว่าง 24-35 ปี เป็นวัยที่มีงานประจำบางส่วนเพิ่งเริ่มมีครอบครัวหากยังไม่มีลูกหรือมีก็เล็กอยู่ คนเจนนี้จึงเดินทางท่องเที่ยวบ่อยมากกว่าเจนอื่นๆ โดยใช้เวลาเดินทางโดยเฉลี่ย 4.3 ครั้งต่อปี ในขณะที่พวกเขาเดินทางบ่อยใน จำนวนของทริป แต่ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละทริปกลับน้อยสุด เมื่อถามเกี่ยวกับวันหยุดพักผ่อนครั้งล่าสุดผู้ตอบแบบสำรวจของคนเจนนี้ ระบุว่า การเดินทางครั้งสุดท้ายของพวกเขาเฉลี่ยประมาณ 8.5 วัน เพราะพวกเขามีเงินที่มีอยู่ในกระเป๋าจึงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มากขึ้นและมีพฤติกรรมต่างจากชาวเจนซีที่มักมองด้วยงบ แต่กลุ่มนี้เกือบ 90% ระบุว่าพวกเขามองหาข้อเสนอที่ดีที่สุดเมื่อจองการเดินทาง โดยมักจะชวนขวายที่จะหาดีล โปรโมชั่น หรือ ไกด์ที่เป็นชาวท้องถิ่นจริงๆ พฤติกรรมที่น่าสนใจ คือชาวมิลเลนเนียลมักจะให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ชอบ กิจกรรมกลางแจ้งจึงมักจะแบกเป้ใบเดียวแล้วไปเดินสำรวจวิถีชีวิตของผู้คนรอบๆ โรงแรม โดยนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เกือบ 70% บอกว่าพวกเขาชอบออกเดินทางไปในสถานที่ที่ไม่ค่อยเป็นที่รู้จักซึ่งบางครั้งได้รับ คำแนะนำจากคนในท้องถิ่น ด้วยต้องการประสบการณ์เพื่อนำไปบอกต่อในโลกของโซเชียล “เพราะชาวมิลเลนเนียลขึ้นชอบสถานที่ที่ไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก วิธีที่ดีจึงต้องบอกกับพวกเขาว่าบริเวณ โรงแรมที่พักมีกิจกรรมอะไรที่น่าสนใจ</p>
Generation Z	<p>“พฤติกรรมที่น่าสนใจคือชาวเจนซีชอบแบบชิลๆ ไม่ต้องแพลนล่วงหน้า ตื่นมาก็ค่อยว่ากันจะไปที่ไหน แต่ขึ้นชอบมากเมื่อไปทะเล โดยชาวเจนซี 72% ขึ้นชอบความเสี่ยงและการได้ทำกิจกรรมที่ตั้งเป้าหมายไว้ ขณะที่ 60% ขึ้นชอบการเดินทางไปอนรับลมทะเลและผ่อนคลายตลอดวัน ดังนั้นถ้าโรงแรมต้องการพุ่งเข้าหา ชาวเจนซี ต้องทำคอนเทนต์ รูป โปรโมชั่น หรือข้อมูลของโรงแรม ให้รองรับกับสมาร์ตโฟน หรือทำโปรโมชันที่พุ่ง ไปยังสมาร์ตโฟนด้วย”</p>

ตารางที่ 3 (ต่อ)

เจนเนอเรชั่น	พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวและความต้องการ
Generation ALPHA	เด็กที่เกิดในสภาพแวดล้อมใหม่ การติดต่อสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เมื่อกระแสของเครื่องมือดิจิทัลระบบ ทัชสกรีน และการติดต่อสื่อสารกันทางโซเชียลมีเดียมาแรงมาก จนแทรกซึมเข้าไปอยู่ในเกือบทุกครัวเรือน เจน อัลฟา เกิดมาในโลกของไอโฟน ช่วงนี้ยังมีแอปพลิเคชันมากมายเกิดขึ้นมาพร้อมกับเด็กๆ ด้วยทั่ว โลกมีการอัพโหลดวิดีโอลงบนยูทูบ 100 ชั่วโมง/นาที แน่ใจว่าสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพล อย่างสูงต่อเด็กๆ

ที่มาข้อมูล: สืบค้นออนไลน์จากข้อมูลของวิทยาลัยอักษรพัทยา (2562)

จากที่สืบค้นข้อมูลด้านพฤติกรรมของแต่ละเจนเนอเรชั่น พบว่าการจะพัฒนานวัตกรรมที่ตอบโจทย์ด้านการท่องเที่ยวนั้นจำเป็นที่จะต้องจับประเด็นและเรียงลำดับความสำคัญของข้อมูลตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในแต่ละเจน ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อมูลด้านพฤติกรรมได้ ดังนี้ Generation Baby boomer หากจะจับกลุ่มตลาดลูกค้ากลุ่มนี้ในการพัฒนาข้อมูลด้านแพลตฟอร์มการให้บริการจำเป็นต้องเน้นเรื่องกิจกรรมระหว่างเข้าพัก ประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม และการบริการที่น่าประทับใจในระยะยาว Generation X เน้นการพัฒนาข้อมูลด้านแพลตฟอร์มที่ให้ข้อมูลรองรับครอบครัวทุกเพศทุกวัยเนื่องจากเจน X มักจะเดินทางท่องเที่ยวไปพร้อมกับครอบครัวเป็นหลัก Generation Y เน้นข้อมูลด้านการเปิดประสบการณ์ใหม่และเป็นทริบระยะสั้น Generation Z เน้นการทำคอนเทนต์ รูปโปรม์ชั่น หรือข้อมูลของโรงแรม ให้รองรับกับสมาร์ตโฟน Generation ALPHA เน้นเชื่อมโยงกิจกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์กับครอบครัว

2.2.3 จินตภาพของเมือง

จินตภาพของเมือง (Image of the city) เควิน ลินช์ (Lynch, 1977, p หน้า 47-48) สถาปนิกชาวอเมริกัน ได้นำเสนอทฤษฎีจินตภาพของเมือง ที่กล่าวถึงการรับรู้ลักษณะของเมืองทางกายภาพ ด้วยการสร้างมโนทัศน์บนพื้นฐานขององค์ประกอบของเมือง โดยเควิน ได้ศึกษาโดยการเน้นภูมิทัศน์เมือง (Cityscape) เป็นหลัก เน้นจากสิ่งที่มองเห็นในลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม เช่น ความสวยงามของเมือง ไม่ได้หมายถึงลักษณะของเมืองนั้นๆ แต่เพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องมีการพิจารณาสิ่งแวดล้อมของเมืองในมุมมองของ พื้นที่ ขนาด เวลา และความซับซ้อนด้วย การศึกษาจินตภาพของเมือง โดย เควิน ลินช์ ดังกล่าวข้างต้น สามารถนำไปใช้ในการ อธิบายถึงกระบวนการรับรู้ระหว่างปัจเจกบุคคลกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของเมือง และ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ

ต่าง ๆ ที่ปัจเจกบุคคลสามารถรับรู้ได้ โครงสร้างทางจินตภาพของเมืองจากทฤษฎีของ เควิน ลินซ์ 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

2.2.4 แนวคิดอัตลักษณ์

แนวคิดอัตลักษณ์เป็นแนวคิดที่มีการพัฒนาต่อยอดจากแนวคิดเรื่อง อัตลักษณ์ (Identity) ในช่วงยุคหลังสมัยใหม่ (Post-Modern) โดยที่อัตลักษณ์ (Identity) ในทางจิตวิทยาสังคมเป็นสำนึกในการรับรู้ว่าตนเองเป็นใคร และแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร ใครเป็นพวกเดียวกับเรา และใครที่ต่างจากเรา มักจะถูกสร้างขึ้นในลักษณะสิ่งตรงข้าม เช่น เพศ เชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับความเป็นตัวตนของคนกับสภาพแวดล้อมปรากฏในงานเขียนก่อนหน้าที่จะมีการศึกษาของทฤษฎีในวรรณกรรมคลาสสิกของ (James, 1890) และ (Erickson, 1956) ซึ่งกล่าวถึง ตัวตน “I” และ “me” ความเป็น “me” และ “us” (Bernardo, 2012) ในช่วงแรกของยุคนั้นมุมมองของอัตลักษณ์ถูกมองในรูปแบบของลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นของบุคคล มีความหยุดนิ่ง คงที่ซึ่งมีความหมายเกี่ยวกับคำว่าเอกลักษณ์ (Uniqueness) ในปัจจุบันกลุ่มสังคมศาสตร์ได้ริ่หรือสร้างความหมายใหม่จากคำว่า เอกลักษณ์ เป็นคำว่า “อัตลักษณ์” เน้นที่มิติของเวลาอันรวดเร็ว และมิติพื้นที่ที่ไม่มีขอบเขตจำกัด (Fuengfusakul, 2003)

การศึกษาแนวคิดในเรื่องอัตลักษณ์มีหลากหลายมุมมอง ทั้งการมองอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ตายตัวคงอยู่และไม่มีการเปลี่ยนแปลง อีกแง่มุมคือ อัตลักษณ์สามารถปรับเปลี่ยนประกอบสร้างใหม่ได้ตลอดเวลาตามบริบทและสถานการณ์ทางสังคมจากกระแสการตื่นตัวการศึกษาทางวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) คำว่า “Place Identity” จึงเป็นการรวมกันของทั้งสององค์ประกอบเข้าด้วยกัน (Jacobson-Widding, 1983) การรับรู้ ความทรงจำ ผลิตซ้ำ จนเสมือนเป็นสัญลักษณ์ร่วมของกลุ่มสังคม ซึ่งเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและลึกซึ้งมาก ตลอดระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมาความพยายามที่จะทำความเข้าใจแนวคิดนี้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในความสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น พบว่ามีแนวคิดในการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ถิ่นที่มีความสัมพันธ์คาบเกี่ยวอยู่ในหลากหลายสาขาวิชา เช่น สาขาภูมิศาสตร์เกี่ยวกับแนวคิดภูมิศาสตร์มนุษย์นิยม ปรากฏในงานเขียน Topophilia: A Study of Environmental Perceptions, Attitudes, and Values ของ (Tuan, 1990) ในการให้ความสำคัญของความสัมพันธ์ต่อประสบการณ์ของมนุษย์กับสภาพแวดล้อมจากความพยายามเข้าใจในโลก ซึ่ง Tuan ใช้คำว่า Topophilia และ Tropophobia ใช้อธิบายความรู้สึก

และผูกพันของมนุษย์ต่อสถานที่ และ Tropheobia มีความหมายตรงข้ามกับ Topophilia คือ ความรู้สึกหวาดกลัว แปรลกแยกใน ฮาโรลด์ โพรแซนสกี (Harold Proshansky) นักจิตวิทยา สิ่งแวดล้อมชาวอเมริกันเป็นผู้ที่ถูกอ้างอิงในแนวความคิดนี้อย่างต่อเนื่องมากที่สุด ซึ่งโพรแซนสกีให้ความสนใจในการศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อ อัตลักษณ์ถิ่น ไว้ว่า อัตลักษณ์เป็นส่วนหนึ่งของมนุษย์และเป็นผลที่เกิดจากการรับรู้ของตเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

2.2.5 แนวคิดและทฤษฎีด้านการออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

2.2.5.1 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT)

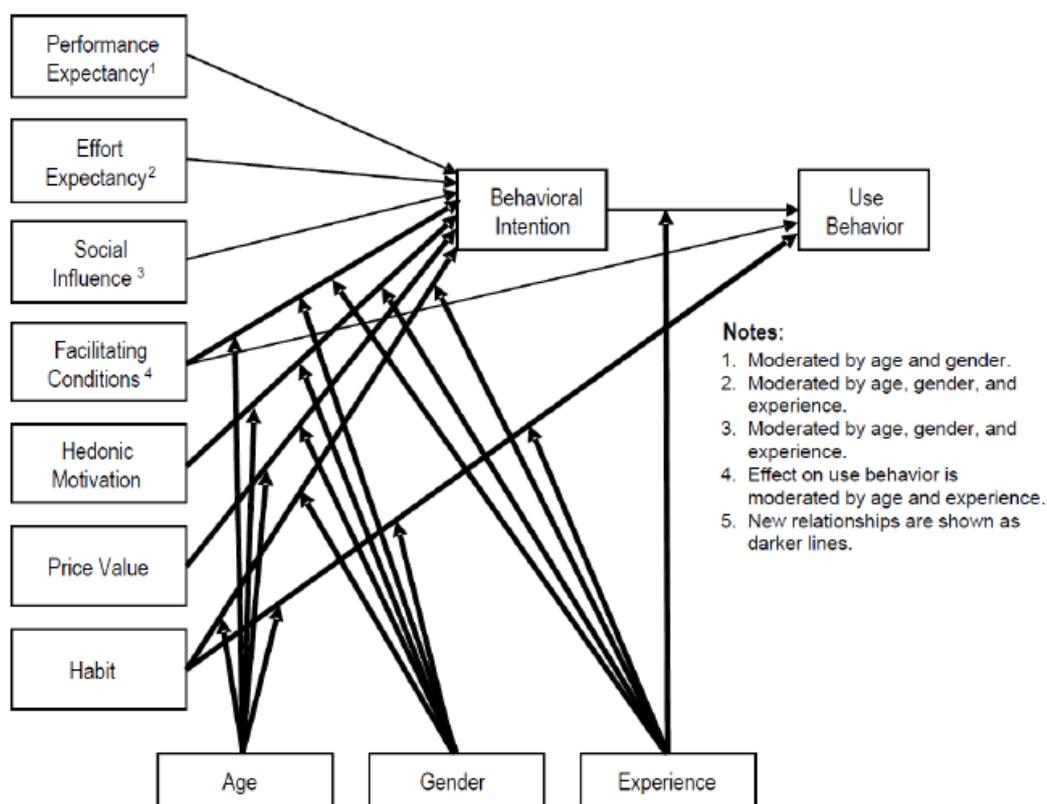
ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำงานของผู้คนมีหลากหลายปัจจัย โดยปัจจัยสำคัญที่เข้ามา มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคือเทคโนโลยี ซึ่งในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์มีหลากหลายรูปแบบของพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น กิจกรรมที่สามารถส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการแก้ปัญหาในห้องเรียนของครูผ่าน กระบวนการวิจัยปฏิบัติการจึงควรศึกษาการยอมรับและการใช้วิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของครู ให้กิจกรรมที่ออกแบบมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1. แนวคิดของประมวลทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT)

การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสหทฤษฎีว่าด้วยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ฉบับที่ 2 พัฒนาโดย Venkatesh, Thong, and Xu (2012) เป็นแบบจำลองที่พัฒนาจากการรวม 8 ทฤษฎีเข้าด้วยกัน ได้แก่ 1) ทฤษฎีการกระทำตามหลักในทางจิตวิทยาถูกอธิบายโดย Venkatesh และคณะ ในปี 2003 ที่รวบรวมแนวคิดสำคัญจากหลากหลายแนวคิดการแสดงพฤติกรรม เรียกว่า ทฤษฎีการยอมรับ และการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT) ซึ่ง ทฤษฎีและแนวคิดที่ถูกรวบรวมเหล่านั้น ได้แก่ ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (Theory of Reasoned Action, TRA) โมเดลแรงจูงใจ (Motivational Model, MM) โมเดลการยอมรับ เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model, TAM) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (theory of planned behavior, TPB) โมเดลผสมของ TAM และ TPB (Combined TAM and TPB, C-TAMTPB) โมเดลการใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of PC Utilization, MPCU) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation Diffusion Theory, IDT) และทฤษฎีปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory, SCT) พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ (Use behavior) ในการดำเนินงานของบุคคลจะเกิด จากความตั้งใจของการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Behavioral

intention) ในการทำงานเหล่านั้นโดยมีองค์ประกอบของโมเดลดังภาพที่ 3 และมีรายละเอียดขององค์ประกอบ ดังนี้



ภาพที่ 3 UTAT2

ที่มา: Venkatesh, Thong, and Xu, 2012

1) การคาดหวังผลสัมฤทธิ์ (Performance Expectancy) ความเชื่อของบุคคลที่เทคโนโลยีจะช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานสูงขึ้น ซึ่งมีความแปรเปลี่ยนไปตามความคาดหวังต่อผลลัพธ์หรือความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล 17

2) ความคาดหวังของความพยายามในการใช้ (Effort Expectancy) ความง่ายของการนำเทคโนโลยีไปใช้งาน โดยหากเทคโนโลยีที่นำมาใช้งานไม่ซับซ้อน สอดคล้องกับลักษณะการทำงานเดิม จะทำให้ผู้ใช้งานใช้ได้ง่ายและสะดวกก็จะสามารถส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานได้

3) อิทธิพลทางสังคม (Social influence) การรับรู้ของบุคคลต่อความจำเป็นในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงานภายใต้สภาพการทำงานของสังคมนั้น หรือความต้องการทำตามพฤติกรรมที่เป็นที่นิยมของคนส่วนใหญ่

4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating conditions) การรับรู้การสนับสนุนของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินงาน ซึ่งเกิดจากโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร อันจะนำไปสู่การเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีที่ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ปัจจัยข้างต้นจะส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินงานแล้ว ยังมี ปัจจัยของบุคคลอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อระดับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี อันได้แก่ อายุ, เพศ, ประสบการณ์ หรือปัจจัยที่นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ขึ้นอยู่กับบริบทหรือสภาพการทำงานจริง

2.2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับเว็บแอปพลิเคชันและการพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน

แนวคิดเกี่ยวกับเว็บแอปพลิเคชันและการพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน แอปพลิเคชัน คือชุดคำสั่งเพื่อให้ทำงานตามคำสั่งและตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้โดยแอปพลิเคชัน (Application) จะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางการใช้งานต่างๆ ประเภทของแอปพลิเคชัน 1. แอปพลิเคชันระบบ เป็นส่วนซอฟต์แวร์ระบบหรือระบบปฏิบัติการ (Operating system) ที่ทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของอุปกรณ์และรองรับการใช้งานของแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมต่างๆ ที่ติดตั้งอยู่ในคอมพิวเตอร์เคลื่อนที่ 2. แอปพลิเคชันที่ทำงานภายใต้ระบบปฏิบัติการ มีวัตถุประสงค์เฉพาะอย่างเนื่องจากผู้ใช้มีความต้องการใช้ แอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน จำนวนของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เคลื่อนที่มีหลากหลายชนิด ขนาดหน้าจอ ที่แตกต่างกัน จึงมีผู้ผลิตและพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ๆ ขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับการใช้งานใน ทุกๆ ด้าน

ในปัจจุบันผู้ใช้โทรศัพท์ที่มีความต้องการใช้แอปพลิเคชันแตกต่างกัน จึงมีผู้ผลิต และพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยสามารถแบ่งแอปพลิเคชันเป็น 6 ประเภท ใหญ่ๆ ดังนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงรายละเอียดของแอปพลิเคชันประเภทต่างๆ (Application Categories)

ประเภท	รายละเอียด
1. Games	- เกมมีหลายชนิด เช่น action, arcade, puzzle, card เป็นต้น
2. Lifestyle & Healthcare	- เป็นโปรแกรมดูแลสุขภาพ เช่น calorie trackers หรือ pedometers และโปรแกรมที่เกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิต หรือ lifestyle เช่น location-based search, navigation, news & infotainment, photography, travel

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเภท	รายละเอียด
	language courses, E-books, atlases, IQ tests, encyclopedias, other educational aids เป็นต้น
4. Multimedia & Entertainment	- โปรแกรมสำหรับความบันเทิง เช่น ฟังเพลง ดูหนัง ดูทีวี หรือโปรแกรมตกแต่งพื้นหลังของโทรศัพท์ เป็นต้น
5. Finance & Productivity	- โปรแกรมในด้านการเงิน ได้แก่ Currency converters, tax calculators, mobile banking เป็นต้น management, document readers, spreadsheets, spell checkers เป็นต้น
6. Social Network	- โปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น
3. Educations & Reference	- โปรแกรมในกลุ่มการศึกษาและหลักฐานอ้างอิง ได้แก่ language courses, E-books, atlases, IQ tests, encyclopedias, other educational aids เป็นต้น

ที่มา : Booz Company Analysis

2.2.5.3 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT)

ความหมายและประเภทของโปรแกรมประยุกต์ (Mobile Application) Mobile Application ประกอบด้วยคำว่า Mobile กับ Application คือ อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพา ซึ่งนอกจากจะใช้งานได้ตามพื้นฐาน ของโทรศัพท์แล้ว ยังทำงานได้เหมือนกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่พกพาได้ จึงมีคุณสมบัติเด่นคือ ขนาดเล็กน้ำหนักเบา ใช้พลังงานค่อนข้างน้อย ปัจจุบันมักใช้ทำหน้าที่ได้หลาย อย่างติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกับคอมพิวเตอร์ได้และที่สำคัญคือ สามารถเพิ่มหน้าที่การทำงานได้ สำหรับ Application จะหมายถึง ซอฟต์แวร์ที่ใช้เพื่อช่วยการทำงานของผู้ใช้ (User) โดย Application จะต้องมีสิ่งที่เรียกว่าสวนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็น ตัวกลางการใช้งานต่างๆ ดังนั้น Mobile Application หมายถึง แอปพลิเคชันที่ช่วยการทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือซึ่ง แอปพลิเคชันเหล่านั้นจะทำงานบน ระบบปฏิบัติการ (Platform หรือ OS) ที่แตกต่างกันไป

2.2.5.4 โบายแอปพลิเคชัน

โบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ประกอบขึ้นด้วยคำสองคำ ได้แก่คำว่า Mobile กับ Application มีความหมาย ดังนี้ Mobile คืออุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพา ซึ่งนอกจากจะใช้งานได้ตามพื้นฐานของโทรศัพท์แล้วยังทำงานได้เหมือนกับเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถแชร์เรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ความรู้สึก สถานที่ รูปภาพ ผ่านทางแอปพลิเคชันได้โดยตรงไม่ต้องเข้าเว็บเบราว์เซอร์ (พร้อมเลิศ หล่อวิจิตร. 2559)

หลักการออกแบบโบายแอปพลิเคชัน ในปัจจุบันนั้นการพัฒนาแอปพลิเคชันเริ่มเป็นที่นิยมกันเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมและธุรกิจต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลและเป็นการอำนวยความสะดวกสบายยิ่งขึ้น ซึ่งแอปพลิเคชันนั้น แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ โบายเว็บและโบายแอปพลิเคชัน

ข้อดีและข้อเสียของโบายเว็บ

- 1) ข้อดี พัฒนาง่าย ราคาถูกกว่าโบายแอปพลิเคชันและปัญหาจากการใช้งานจะน้อยกว่า
- 2) ข้อเสีย ไม่สามารถทำงานในลูกเล่นบางส่วนของที่ต้องการได้ เช่น ถ่ายรูป wife GPS ไม่สามารถทำงานได้ หากไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตจะมีการช้าหรือหน่วงได้ ถ้ามี ลูกเล่นในเว็บมาก โบายแอปพลิเคชัน คือ การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ต้องดาวน์โหลด ผ่าน App store หรือ Google play store และทำการติดตั้งลงบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้พื้นที่ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ หากพื้นที่มีไม่เพียงพอจะไม่สามารถทำการดาวน์โหลดและติดตั้งโบายแอปพลิเคชันได้ข้อดีและข้อเสียของโบายแอปพลิเคชัน

- 1) ข้อดี การใช้งานรวดเร็ว ลื่นไหล สามารถใช้งานได้ แม้ไม่มีสัญญาณ อินเทอร์เน็ต ใช้งานลูกเล่นพิเศษจำพวกโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนได้ เช่น ถ่ายรูป GPS Bluetooth และอื่น ๆ
- 2) ข้อเสีย ค่าพัฒนาที่สูงกว่าโบายเว็บ ใช้เวลาพัฒนานานกว่า และพัฒนาครั้งเดียวไม่ได้ ต้องแยกพัฒนาตามแต่ละระบบปฏิบัติการ ส่วนใหญ่แล้วโบายแอปพลิเคชันจะต้องพัฒนาคู่กับ Backend ทำให้ค่าพัฒนายิ่งแพงมากขึ้น เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยมุ่งเน้นในด้านการพัฒนาโบายแอปพลิเคชันผู้วิจัยจึงขอกล่าวถึงหลักการพัฒนาเฉพาะด้านนี้เท่านั้น

2.2.5.5 การพัฒนาโบายแอปพลิเคชัน

การพัฒนาโบายแอปพลิเคชันมี 2 รูปแบบคือ Native และ Cross platform

- 1) การพัฒนาแบบ Native เป็นการพัฒนาที่ใช้ประสิทธิภาพของระบบปฏิบัติการได้เต็มที่ และยังสามารถใช้การทำงานพิเศษ ๆ ของแต่ละระบบปฏิบัติการได้โดยไม่มีปัญหาใด ๆ
- 2) การพัฒนา Cross platform คือ การพัฒนาแก้ไขเพียงครั้งเดียว แต่มีผลทั้ง 3 ระบบปฏิบัติการส่วนข้อเสียนั้นคือ จะไม่สามารถใช้ลูกเล่นพิเศษต่าง ๆ ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ หรืออาจใช้ได้แต่ต้องรอเครื่องมือของ Cross platform นั้นพัฒนาก่อน ถึงจะใช้งานได้

2.2.5.6 หลักการของการออกแบบอินเตอร์เฟซบนอุปกรณ์เคลื่อนที่

อุปกรณ์เคลื่อนที่ที่มีการเจริญเติบโตที่เร็วมากและทำหน้าที่คล้ายกับคอมพิวเตอร์มากขึ้น มีบรรดแบรนต์ที่แพร่หลาย และ อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ราคาไม่แพงได้เริ่มเปลี่ยนมุมมองของผู้ใช้ทุกคน นักวิเคราะห์คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2558 จะมีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้าเล่นอินเทอร์เน็ตมากกว่า คอมพิวเตอร์เพื่อที่จะให้ ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้ นักออกแบบ นักพัฒนาและคนที่ทำงานกับโทรศัพท์เคลื่อนที่จำเป็นต้องเริ่มคิดเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเป้าหมายหลักโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นแตกต่างจากคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่มีลักษณะและการใช้งานใกล้เคียงกับคอมพิวเตอร์ แต่ที่จริงแล้วโทรศัพท์เคลื่อนที่กับคอมพิวเตอร์แตกต่างกันมาก เช่น ขนาดหน้าจอความต่อเนื่องในการเชื่อมต่อ ความเร็วของแบนด์วิธประเภทของแบตเตอรี่ใช้งาน เป็นต้น จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมีข้อแตกต่างจากคอมพิวเตอร์ สรุปได้ว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่มีประสิทธิภาพมากกว่าคอมพิวเตอร์ในหลาย ๆ ด้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถเชื่อมต่อกับผู้ใช้ได้โดยตรงและสม่ำเสมอ นอกจากนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการรวบรวมข้อมูลด้วย Sensor ที่มีประสิทธิภาพสามารถตรวจสอบสถานที่การเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด สภาพแวดล้อมและอื่น ๆ ของผู้ใช้การออกแบบการใช้งานสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความแตกต่างจากการ ออกแบบคอมพิวเตอร์เช่นกัน ดังนั้นที่ปรึกษาด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Jonathan Stark, 2010) ได้รวบรวมหลักการของการออกแบบ Interface โทรศัพท์เคลื่อนที่และอธิบายวิธีการใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ ดังนี้

- 1) แนวทางการออกแบบ เพราะความแตกต่างระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่กับคอมพิวเตอร์ จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาจากความต้องการของผู้ใช้จริงเป็นหลัก
- 2) ควรคำนึงถึงระยะเวลาและช่วงเวลาในการใช้งานของผู้ใช้ดังนั้นการออกแบบแอปพลิเคชัน
- 3) ควรออกแบบ การตอบสนองสำหรับผู้ใช้งาน ควรมีความรวดเร็วกับการตอบสนองและทำให้ ผู้ใช้รับรู้ที่กำลังใช้งานแอปพลิเคชันอยู่และแอปพลิเคชันยังทำงานอยู่ ควรใส่ใจในรายละเอียดเล็กน้อยของแอปพลิเคชัน เนื่องจากผู้ใช้งานบางรายสนใจในรายละเอียดเล็กน้อยเช่นกัน การสัมผัสหน้าจอด้วยนิ้วโป้งมีความสำคัญกับการออกแบบหน้าอินเตอร์เฟซ เนื่องจากผู้ใช้งานใหญ่นิยมใช้นิ้วโป้งในการสัมผัสหน้าจอ ควรกำหนดเป้าหมายในการใช้หน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ การวางองค์ประกอบต่าง เช่น ระยะเวลาของปุ่ม Back และปุ่ม Send เนื่องจากอาจทำให้เกิดผิดได้ การดูเนื้อหาบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สามารถเลื่อนหน้าจอได้ด้วยนิ้วมือ ผู้ใช้งานสามารถใช้นิ้วสัมผัสได้ การออกแบบแอปพลิเคชันควรออกแบบให้เรียบง่ายที่สุดเพื่อให้สะดวกกับผู้ใช้งาน การออกแบบตำแหน่งปุ่มหรือเมนูต่าง ๆ ควรอยู่ด้านล่างหรืออยู่ใต้เนื้อหา ควรหลีกเลี่ยงการเลื่อนหน้าจอมากเกินไป

4) รูปแบบ Navigation ควรมีการลำดับหัวข้อและลำดับชั้นของเนื้อหารายละเอียดควรมีการ แจกแจงอย่างชัดเจน

5) การป้อนข้อมูลควรออกแบบแป้นพิมพ์ให้ใช้ได้ดีที่สุดสำหรับผู้ใช้งาน ตัวอย่างเช่น รูปแบบแป้นพิมพ์ต้องเลือกให้เหมาะสมและถูกต้องตรงกับประเภทของข้อมูล การแก้คำอัตโนมัติเป็นสิ่งที่ดีแต่ควรรนำมาใช้อย่างระมัดระวัง หากแอปพลิเคชันที่มีการพิมพ์มากควรพัฒนาระบบ สนับสนุนแป้นพิมพ์ แนวนอนเพิ่มเติม

6) ท่าทางกอด้านหนึ่งที่โดดเด่นที่สุดของอินเทอร์เน็ตเฟส คือ ระบบสัมผัสที่ทันสมัยท่าทางการตอบโต้ระหว่างผู้ใช้งานกับแอปพลิเคชัน คำนึงถึงลักษณะท่าทางในการสัมผัสของผู้ใช้งาน

7) การหมุนจอแอปพลิเคชันควรออกแบบให้รองรับการหมุนจอตามความถนัดของผู้ใช้ได้ ทั้งแนวนอนและแนวตั้ง

8) การสื่อสารหรือการตอบสนองของแอปพลิเคชันควรมีการตอบสนองกลับจากแอปพลิเคชันเพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงการทำงาน ควรมีการแจ้งเตือนผู้ใช้ให้เหมาะสมกับการใช้งาน

9) การเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันกผู้ใช้อาจมีการกลับเข้ามาใช้แอปพลิเคชันหลังจากที่ได้ใช้ก่อนหน้าควรมีการตอบสนองที่ต่อเนื่อง

10) ไอคอน ควรบ่งบอกถึงแอปพลิเคชันได้อย่างชัดเจนและทำให้น่าสนใจ มีข้อความที่ไม่ซับซ้อนเพื่อความเข้าใจแอปพลิเคชันอย่างง่ายการออกแบบโมบายแอปพลิเคชันเป็นศาสตร์อีกประเภทหนึ่งที่ต่างจากการออกแบบ เว็บไซต์หากนักพัฒนาที่มีประสบการณ์จากการออกแบบเว็บไซต์แล้วจำเป็นต้องปรับแนวคิดให้ เหมาะกับยุคสมัยที่กำลังมาแรงเช่นกัน นอกจากหลักการออกแบบที่เหมาะสมกับปัจจุบันดังที่กล่าว มาข้างต้น

แล้วนั้น นักพัฒนาควรคำนึงถึงหลักการออกแบบที่ไม่ควรรนำมาใช้สำหรับโมบายแอปพลิเคชันเช่นกัน

2.2.5.7 การประยุกต์ใช้โมบายแอปพลิเคชัน

การนำโมบายแอปพลิเคชันมาใช้ในปัจจุบัน เหมาะสำหรับธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ เนื่องจากโมบายแอปพลิเคชันช่วยให้เกิดความสะดวกรวดสบายในการเข้าถึงและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนรุ่นใหม่ อีกทั้งเทคโนโลยีเครือข่ายในปัจจุบันมีความรวดเร็ว ทันสมัย การให้บริการผ่านมือถือจึงมีความสะดวกรวดเร็วผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ จึงมีการปรับตัวนำโมบายแอปพลิเคชันมาใช้งาน ดังตัวอย่างแสดงการนำโมบายแอปพลิเคชันมาประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

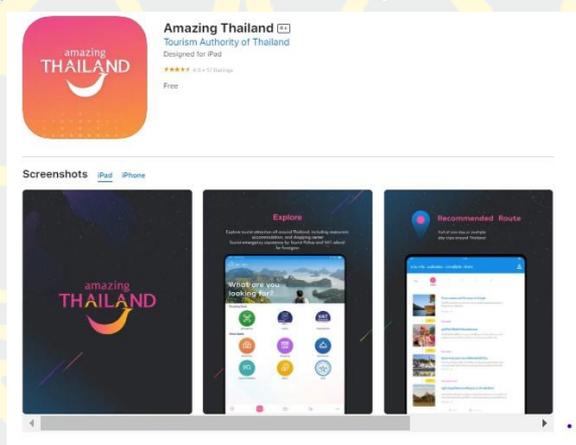
1. Mobile Application for Tourism: โมบายแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ภาพที่ 4 แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

ที่มา : <http://mobile.tourismthailand.org/>

1. Mobile Application for Tourism: Amazing Thailand



ภาพที่ 5 แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว

ที่มา : <http://mobile.tourismthailand.org/>

2.2.6 ส่วนต่อประสานผู้ใช้งาน

User Interface (UI) และการออกแบบปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ User Experience (UX) (Demeter ICT Update, 2019)

UI หรือ User Interface คือ เน้นส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน หรือ ส่วนที่ใช้ในการเชื่อมต่อกับผู้ใช้งาน กล่าวคือ ส่วนที่ให้ผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งจะมุ่งเน้นไปที่เรื่องของหน้าตา การออกแบบ และการดีไซน์ ยกตัวอย่างเช่น หน้าจอ แพลตฟอร์ม เมนู ฟอนต์ต่าง ๆ การวางภาพ ขนาดตัวอักษร ปุ่ม แป้นพิมพ์ เสียง หรือแม้แต่แสงไฟ เป็นต้น

UX / UI องค์ประกอบทั้งสองนี้มีความสำคัญอย่างมากสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ และทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด ซึ่งแม้จะมีความคล้ายคลึงกันและมีความสัมพันธ์ทางวิชาชีพ แต่บทบาทของ UX / UI นั้นมีความแตกต่างกันและมีเส้นกันของความเป็นเหตุเป็นผลกันอยู่

ทำให้หลายคนสงสัยและเกิดความเข้าใจผิดกันอยู่ว่า UX / UI แท้จริงแล้วคืออะไร และมีความแตกต่างกันอย่างไร ดังนั้นในบทความนี้ Demeter ICT จะขอแนะนำให้ท่านรู้จักกับ UX / UI มากยิ่งขึ้น

สิ่งสำคัญสำหรับ UI ก็คือดีไซน์ที่ดูสะอาด สวยงาม ดึงดูดใจ อีกทั้งต้องเข้าใจง่าย ใช้งานง่าย มีมาตรฐานและเป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน นอกจากนี้ยังต้องมีฟังก์ชันที่น่าสนใจ มีภาษาภาพที่ทำให้คนเกิดความรูสึกอยากใช้งาน และที่สำคัญจะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น แต่ก็ไม่น่าเบื่อหรือต่างมากเกินไป ฉะนั้นอาจเปรียบได้ว่า UI คือ “ศาสตร์แห่งความสวยงาม” ที่จะมาเติมเต็มให้ UX ออกมาเป็นรูปร่างจนเกิดเป็น first impression ที่ดีที่สุดสำหรับผู้ใช้งานนั่นเอง

UX หรือ User Experience คือ ประสบการณ์ของผู้ใช้งานในด้านความรู้สึกที่ตอบสนองต่อการใช้งานผลิตภัณฑ์ หรือระบบต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ความสะดวกสบาย ใช้งานง่าย ความสนุกสนาน จนเกิดเป็นความพึงพอใจสูงสุดหรือเกิดประสบการณ์ที่ดีของผู้ใช้งาน

User experience หรือ UX มีการพัฒนามาจากผลของการปรับปรุง UI เมื่อมีบางอย่างให้ผู้ใช้ได้โต้ตอบกับประสบการณ์ของพวกเขา ไม่ว่าจะเป็นแง่บวก ลบ หรือเป็นกลาง สามารถเปลี่ยนวิธีที่ผู้ใช้รู้สึกเกี่ยวกับการโต้ตอบเหล่านั้น UX จึงเป็นจุดที่ต้องพยายามศึกษาและทำความเข้าใจว่า ผู้ใช้งานต้องการอะไร แบบไหน พอใจไหม กลุ่มเป้าหมายมีใครบ้าง มีอะไรน่าสนใจบ้าง อย่างละเอียด เพื่อให้ตอบโจทย์กับผู้ใช้มากที่สุด ฉะนั้นอาจเปรียบได้ว่า UX คือ “ศาสตร์แห่งความพยายามเข้าใจผู้อื่นเพื่อประโยชน์อันสูงสุด”

2.2.7 การออกแบบอินเตอร์เฟส

การออกแบบอินเตอร์เฟสจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านการออกแบบดังนี้

1. การคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้ การออกแบบอินเตอร์เฟสที่ดีโดยจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความเข้าใจผู้ใช้งานว่าผู้ใช้มีความต้องการอย่างไร จะต้องนึกถึงการปฏิสัมพันธ์ของอินเตอร์เฟสและผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานจะต้องใช้งานได้สะดวกและเข้าใจง่าย จุดประสงค์และความต้องการของผู้ใช้งานอินเตอร์เฟส สามารถแบ่งออกตามลักษณะการใช้งานได้ดังนี้

1. หาเหตุผล ความเป็นจริง
2. การสร้างการเรียนรู้องค์ความรู้บางอย่าง
3. การทำธุรกรรม
4. การช่วยตรวจสอบหรือควบคุมระบบบางอย่าง
5. ช่วยสร้างสรรค์อะไรบางอย่าง
6. สนทนาตอบโต้กับผู้อื่น

เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งาน การทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้งาน ส่งผลให้นักออกแบบ ออกแบบอินเตอร์เฟซที่ตอบสนองผู้ใช้งานได้

2. การทำวิจัยเกี่ยวกับพื้นฐานของผู้ใช้งานอินเตอร์เฟซ ผู้ออกแบบจำเป็นต้องรู้วิธีที่ดีในการที่จะได้มาซึ่งข้อมูลจากผู้ใช้งานซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นต้องทราบข้อมูลในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. จุดประสงค์มุ่งหมายของการใช้งานอินเตอร์เฟซ
2. เป้าหมายเฉพาะของอินเตอร์เฟซ
3. ภาษาและคำที่ผู้ใช้ในการสื่อสาร
4. ความสามารถในการใช้อินเตอร์เฟซ
5. ส่วนประกอบของอินเตอร์เฟซที่ส่งผลต่อทัศนคติ
6. การได้มาซึ่งข้อมูล เช่น การสังเกตโดยตรง การเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ ทัศนศึกษากลุ่ม ผู้ใช้งาน การทำแบบสำรวจ แบบสอบถาม
7. การให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ข้อมูลเชื่อมโยงต่างๆ เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลพื้นที่ ข้อมูลทัศนคติ

การออกแบบส่วนต่อประสาน (Interface Design) เป็นการออกแบบหน้าจอ หรือหน้าต่างการทำงานของโปรแกรม ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการใช้งานของ User โดยลักษณะของ Interface ที่ดีควรมีลักษณะ เรียนรู้การใช้งานได้ง่าย ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยาก และ เข้าใจการทำงานได้ง่าย ซึ่งการออกแบบหน้าจอให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานควรศึกษา ความต้องการจากผู้ใช้งานมาก่อน จากนั้นจึงจะนำมาทำการออกแบบหน้าจอการใช้งาน ที่มา: Mide php (2562)

Theo Mandel ได้บัญญัติกฎ 3 ข้อในการออกแบบส่วนต่อประสาน คือ

1. Place the user in control
2. Reduce the user's memory load
3. Make the interface consistent

1. Place the user in control (การให้ผู้ใช้เป็นผู้ควบคุมการทำงาน)

การออกแบบควรคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้ และปล่อยให้ผู้ใช้มีอิสระในการเลือกใช้งานหรือโต้ตอบกับระบบ หรือสามารถควบคุมการใช้งานบางส่วนได้ มีหลักเกณฑ์ในการออกแบบที่ใช้ควบคุม ดังนี้

1. กำหนดโหมดการโต้ตอบในลักษณะที่ไม่บังคับผู้ใช้โดยไม่จำเป็น หรือในทางที่ผู้ใช้ไม่ต้องการที่จะทำ เช่น ส่วนตรวจสอบค่าสะกดในโปรแกรม ไม่ควรบังคับให้ผู้ใช้เข้าสู่โหมดการตรวจสอบคำทันทีที่พบคำผิด ควรให้ผู้ใช้ไปแก้ไขเองเมื่อต้องการ และเป็นการแก้ไขที่ใช้งานได้ง่ายด้วย

2. จัดให้มีการโต้ตอบที่ยืดหยุ่น สามารถโต้ตอบกับระบบได้มากกว่า 1 ทาง เนื่องจากผู้ใช้งานแต่ละคนมีความชอบที่แตกต่างกัน จึงต้องมีตัวเลือกให้ใช้โปรแกรมผ่าน คีย์บอร์ด เม้าส์ ปากกา หรือเสียงเพื่อสั่งงานระบบได้

3. อนุญาตให้ผู้ใช้งานทำการหยุดหรือสามารถยกเลิกได้ เช่น ผู้ใช้ควรที่จะสามารถสลับการทำงานไปยังโปรแกรมอื่น โดยไม่ส่งผลกระทบต่อข้อมูลที่ทำไป

4. ออกแบบให้การโต้ตอบเป็นไปตามระดับความชำนาญในการใช้งาน เตรียมเครื่องมือสร้างการทำงานแบบอัตโนมัติให้กับผู้ใช้ เนื่องจากผู้ใช้มีทักษะในการใช้งานไม่เหมือนกันจึงควรปรับเปลี่ยนส่วนต่อประสานให้เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะตัวได้ บ่อยครั้งที่ผู้ใช้ต้องการทำงานที่ซ้ำเดิม จึงควรมีกิลไกแมคโคร (macro) ที่ช่วยให้ผู้ใช้สะดวกในการทำงาน

5. ซ่อนรายละเอียดด้านเทคนิคจากผู้ใช้ทั่วไป ไม่ควรให้ผู้ใช้ติดต่อกับระบบปฏิบัติการด้วยการพิมพ์คำสั่งโดยตรง แต่หากจำเป็นควรสร้างเป็น Wizard ให้ผู้ใช้ติดต่อกับระบบปฏิบัติการหรือการจัดการเพิ่มข้อมูล

6. การออกแบบวัตถุที่วางไว้บนจอให้เข้าถึงโดยตรง เพื่อผู้ใช้จะรู้สึกว่าได้ควบคุมวัตถุที่ดูได้ เช่น การใช้เครื่องมือยืดขนาดในโปรแกรม Photoshop ผู้ใช้สามารถเข้าใจได้ทันที

2. Reduce the user's memory load (ลดภาระการต้องจดจำของผู้ใช้)

ระบบที่ให้ผู้ใช้งานจดจำรายละเอียดการทำงานมากเกินไป มักเสี่ยงต่อการเกิดความผิดพลาดในการใช้งานสูง จึงไม่ควรเพิ่มภาระให้ผู้ใช้งานต้องจดจำ ระบบควรสามารถจดจำข้อมูลที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และช่วยเตือนความจำให้ผู้ใช้เมื่อต้องกลับมาใช้งานภายหลังได้ Mandel ได้ออกแบบหลักการที่ช่วยลดภาระความจำของผู้ใช้ ดังนี้

1. ลดความต้องการใช้งานหน่วยความจำระยะสั้นของผู้ใช้ ขณะที่ใช้โปรแกรมอยู่ ส่วนต่อประสานควรออกแบบให้ลดความจำเป็นที่ต้องจดจำการกระทำและผลที่เพิ่งทำมา เพื่อให้ผู้ใช้สามารถตรวจสอบงานที่ทำโดยไม่ต้องเสียเวลานึกย้อนกลับไปด้วยตนเอง

2. การกำหนดค่าเริ่มต้น ควรกำหนดค่าเริ่มต้นการใช้งานที่เหมาะสมกับผู้ใช้ทุกคน และมีตัวเลือกอื่นเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถปรับแต่งค่าได้ และสามารถเรียกค่าเริ่มต้นกลับมาได้ด้วยนิยามปุ่มลัด (Shortcuts) ที่เข้าใจง่าย ตัวอย่างควรคู่กับการกระทำในลักษณะที่ง่ายต่อการจดจำ เช่น ปุ่ม CTRL + S แทนคำสั่งการบันทึก โดยทั่วไปมักใช้อักษรตัวแรกของชื่อเรียกคำสั่ง

3. การจัดการของส่วนต่อประสานควรเป็นไปตามอุปลักษณะของโลกจริงเพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจลำดับการทำงานได้ง่าย โดยไม่ต้องจดจำขั้นตอนการโต้ตอบกับระบบ

4. เปิดเผยข่าวสารในลักษณะค่อย ๆ เพิ่มพูน ส่วนต่อประสานควรมีการจัดลำดับขั้น

แสดงรายละเอียดการใช้งาน เช่น แสดงรายละเอียดพอสังเขปก่อน ส่วนรายละเอียดอื่นๆ ให้ผู้ใช้คลิกเลือกเองเมื่อต้องการ เช่น การขีดเส้นใต้ มีหลายรูปแบบจะไม่ถูกแสดงในเบื้องต้น เมื่อผู้ใช้เลือกเมนูขีดเส้นใต้ จึงค่อยแสดงรายละเอียด เช่น เส้นเดี่ยว เส้นคู่ เส้นประ เป็นต้น

3. Make the interface consistent (สร้างส่วนต่อประสานสอดคล้องกัน)

ส่วนประสานควรรับและแสดงผลในลักษณะสอดคล้องกัน หมายถึง รูปแบบของ Content ที่แสดงผลในระบบควรจัดให้อยู่ภายใต้มาตรฐานการออกแบบเดียวกันตลอดทุกหน้าจอ รวมทั้งกลไกการส่งผ่านจากระบบหนึ่งไประบบหนึ่ง ควรเป็นไปอย่างสอดคล้องกัน เชื่อมโยงกันเป็นลำดับขั้นตอน หลักการออกแบบที่ช่วยให้ส่วนต่อประสานให้สอดคล้องกัน มีดังนี้

1. ช่วยให้ผู้ใช้ทราบว่าจะปัจจุบันอยู่ภายใต้บริบทใด ระบบอาจมีหลายหน้าจอซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้สับสนว่าทำงานอยู่ขั้นตอนใด จึงต้องมีส่วนที่บ่งบอก เช่น ชื่อหน้า ไอคอน สี ที่ช่วยให้ผู้ใช้ ทราบว่าปัจจุบันคืออะไร มาจากส่วนงานไหน และจะไปต่อได้อย่างไรบ้าง

2. ออกแบบให้มีความสอดคล้องกันตลอดทั้งระบบ ส่วนประสานต้องเหมือนและสอดคล้องกันตลอดกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน แม้ว่าวัตถุประสงค์ของแต่ละโปรแกรมจะแตกต่างกันก็ตาม เช่น โปรแกรม Word, Excel, Access ซึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน จะมีส่วนต่อประสานที่คล้ายกัน

3. ถ้ารูปแบบการโต้ตอบที่ผ่านมาทำให้ผู้ใช้เกิดความคาดหวัง อย่าเปลี่ยนกฎนั้น ยกเว้นมีเหตุผลสมควร นั่นคือ ไม่ควรเปลี่ยนลักษณะการโต้ตอบที่โปรแกรมส่วนใหญ่ เพราะผู้ใช้จะคุ้นเคยกับการโต้ตอบในลักษณะนั้น เช่น Ctrl + S เป็นการบันทึกข้อมูล ถ้าเราเปลี่ยน Ctrl + S เป็นการทำงานอย่างอื่น ผู้ใช้จะสับสนได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสร้างหรือออกแบบหน้าจอ ควรคำนึงถึงผู้ใช้งานโปรแกรมเป็นหลัก เนื่องจากผู้ใช้งานเป็นส่วนที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก และมีความปลอดภัยสูง

ขั้นตอนการออกแบบ UX Design และ UI Design

1. เริ่มทำการสำรวจปัญหา เก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มา
2. เรียบเรียงข้อมูลออกมาเป็น Wireframe & Sitemap สำหรับการทดสอบการใช้งาน
3. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ แล้วนำโจทย์ที่ได้มาออกแบบเป็นภาพ UI Design ควรจะคำนึงถึง Mood & Tone ของผู้ใช้ให้สอดคล้องและเป็นไปในทางเดียว
4. พัฒนา(Developer) เพื่อพัฒนาระบบหลังบ้านของเว็บไซต์

2.2.8 มานุษยวิทยาการออกแบบ

มานุษยวิทยาการออกแบบ (Gunn et al.2013,275-288) อ้างถึงใน (ปรัชญา คัมภีรานนท์, 2560, น.195) กล่าวว่า มานุษยวิทยาการออกแบบ คือ การผสมผสานหลักมานุษยวิทยา เข้ากับหลักการออกแบบ นักมานุษยวิทยามองว่าการออกแบบเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมในรูปแบบหนึ่ง ในขณะที่นักออกแบบก็สามารถนำหลักมานุษยวิทยามาใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ลักษณะที่สำคัญของมานุษยวิทยาการออกแบบ สามารถจำแนกได้ ดังนี้

เป้าหมาย เพื่อเน้นการแก้ปัญหา

ทิศทาง มีการศึกษาอดีต ปัจจุบัน

วิธีการ มีการสังเกตและบันทึกข้อมูลชุมชน

กระบวนการ มีการดำเนินการสองระดับ มีการร่วมมือกับชุมชนในการแก้ปัญหาตามหลักการออกแบบ แต่วิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากการลงสนามโดยนักวิจัยตามหลักมานุษยวิทยา

ผู้ใช้ ผู้ใช้ผลงานออกแบบ คือ กลุ่มเป้าหมายในการแก้ปัญหาตามหลักการออกแบบ ส่วนผู้ใช้หลักการ คือ ผู้ที่สนใจแนวคิดที่เกิดขึ้นตามหลักมานุษยวิทยา



ภาพที่ 6 หลักการมานุษยวิทยาการออกแบบ

ที่มา: Prachya Compiranont จากการทดลองนำหลักมานุษยวิทยาการออกแบบ

ไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการทำ

ให้ผู้วิจัยค้นพบหลักการที่ได้รับการพัฒนาจากการปฏิบัติการ ได้แก่ (1) การแทรกแซงด้วยการออกแบบ (design intervention) (2) การเปลี่ยนบทบาทจากนักออกแบบเป็นผู้จัดการโครงการ (designer as a project manager) (3) การออกแบบอย่างมีส่วนร่วม (participatory design) และ (4) สหวิทยาการ (multidisciplinary) หลักการทั้งหมดสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเพื่อสังคมในกรณีศึกษาของผู้วิจัยได้ โดยเฉพาะการแทรกแซงด้วยการออกแบบซึ่งหมายถึงการใช้กระบวนการออกแบบเพื่อเข้าไปแทรกแซงสภาพสังคมที่เป็นอยู่ให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นจากเดิม อย่างไรก็ดี ความหมายของการแทรกแซงด้วยการออกแบบข้างต้น มีขอบเขตเฉพาะในการศึกษาของผู้วิจัย ในการสำรวจเชิงทฤษฎี ผู้วิจัยจำเป็นต้องทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ดังนี้

2.2.9 ความหมายของคำว่าเมือง

ความหมายของเมือง (Urban และ Urbanization) มีคำจำกัดความที่ค่อนข้างหลากหลาย เพราะคำว่าเมืองนั้นต่างถูกให้ความหมายตามแต่ละพื้นที่หรือแต่ละหน่วยงานที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามความหมายของคำว่าเมืองที่ได้ถูกนิยามในด้านต่างๆ ก็มีส่วนที่คล้ายคลึงกันอยู่ดังนี้

2.2.10 เมืองและการออกแบบเมือง

เมืองระดับโลก (Global City) (Oren Ahoo Bim, Laura Goldman และ Shanti Mahajan, 2014) Oren Ahoo Bim, Laura Goldman และ Shanti Mahajan ได้นิยามความหมายของ "เมืองระดับโลก" คือ เมืองที่ครอบคลุมเราเชื่อว่าทุกคนมีสิทธิขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตอย่างมีศักดิ์ศรีขั้นพื้นฐาน อยู่ในสภาพที่เหมาะสมและมีโอกาสในการเคลื่อนย้ายทางเศรษฐกิจและการรวมตัวทางสังคม วิสัยทัศน์ในเมืองของเราจึงส่งเสริมการเติบโตในลักษณะองค์รวม โดยใช้ประโยชน์จากความแข็งแกร่ง ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถด้านนวัตกรรมของพลเมืองในเมืองทุกคน ประกอบด้วยองค์ประกอบเหล่านี้

สภาพความเป็นอยู่ที่ปลอดภัย เมืองที่ครอบคลุมทำให้มั่นใจได้ว่าพลเมืองทุกคนสามารถเข้าถึงที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัยและเพียงพอ ในบางเมือง การบรรลุเป้าหมายนี้หมายถึงการสร้างที่อยู่อาศัยราคาไม่แพงมากขึ้น ในขณะที่เมืองอื่นๆ หมายถึงการทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อยกระดับสลัมที่มีอยู่ เมืองที่ครอบคลุมยังขยายการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐานเพื่อปรับปรุงความสามารถทางเศรษฐกิจและผลลัพธ์ด้านสุขภาพของผู้อยู่อาศัยในเมืองทั้งหมด

การเชื่อมต่อและการบูรณาการที่มากขึ้นภายในเมือง เมืองที่ครอบคลุมเอื้อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในเมือง ในขณะเดียวกันก็คำนึงถึงความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่มีความเสี่ยงมากขึ้น สร้างทางเลือกการคมนาคมที่เข้าถึงได้ซึ่งเชื่อมโยงสลัมในเขตชานเมืองเข้ากับโอกาสทางเศรษฐกิจในใจกลางเมือง และวางแผนพื้นที่สาธารณะที่สนับสนุนทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบไม่เป็นทางการและความรู้สึกเป็นชุมชนที่เพิ่มขึ้น

ปรับปรุงการคุ้มครองทางกฎหมายและศักดิ์ศรีสำหรับแรงงานนอกระบบ เมืองที่ครอบคลุมไม่เพียงแต่นำเสนอสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสภาพแวดล้อมทางกฎหมายที่ปกป้องพลเมืองทุกคนด้วย ขยายการคุ้มครองทางกฎหมายไปยังบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางเศรษฐกิจนอกระบบโดยไม่ต้องกำหนดรูปแบบอย่างเป็นทางการ และช่วยให้แรงงานนอกระบบรู้สึกถึงศักดิ์ศรีและความปลอดภัยในการทำงาน ตลอดจนให้โอกาสที่หลากหลายในการเคลื่อนย้ายทางเศรษฐกิจการบรรลุวิสัยทัศน์ระดับโลกนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่สามารถดึงแรงบันดาลใจจากจุดสว่างที่เกิดขึ้นแล้วในบางเมือง



ภาพที่ 7 ภาพแสดง Urban Design Lab
ที่มา: Urban Design Lab

โดยสรุป เมืองระดับโลกมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพชีวิตที่ดีและมีคุณลักษณะที่น่าสนใจต่างๆ มากมาย ในขณะที่เมืองระดับโลกได้รับการยอมรับว่ามีบทบาทสำคัญในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และ วัฒนธรรมระดับโลก บางเมืองอาจจัดอยู่ในทั้งสองประเภท แต่คำเหล่านี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของ เมืองต่างๆ ที่แตกต่างกัน (Somnath Mukherjee MSc. from Dr. CV Raman University Author has 14. 1K answers and 803.1K answer views [Oct 25](#))

2.2.11 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(Health Tourism) เมืองสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Healthy Cities and Communities)

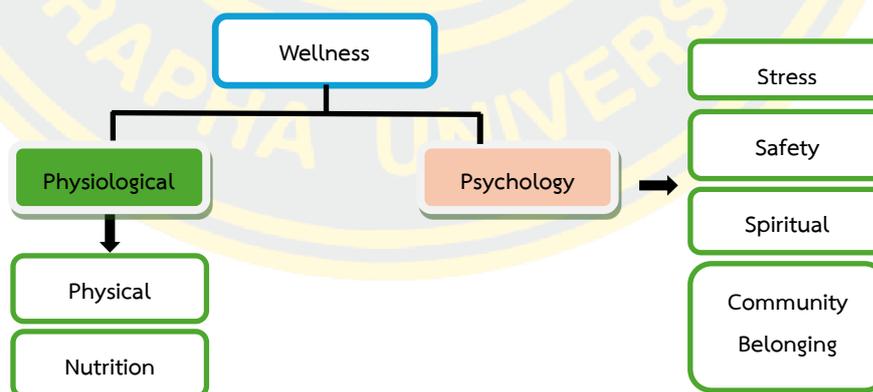
ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีการตระหนักรู้ทั่วโลกมากขึ้นถึงความสำคัญของการมีสุขภาพที่ดี แบบองค์รวม ซึ่งครอบคลุมถึงความเป็นอยู่ที่ดีทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม สิ่งนี้นำไปสู่การเกิดขึ้นของแนวคิด "เมืองแห่งสุขภาพ" ซึ่งเป็นชุมชนที่ออกแบบและสร้างขึ้นโดยคำนึงถึง ความเป็นอยู่ที่ดีของผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก ลักษณะของเมืองแห่งสุขภาพ: เมืองแห่งสุขภาพมีลักษณะ พิเศษหลายประการที่ส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้อยู่อาศัย สิ่งเหล่านี้อาจรวมถึง การวางผังเมืองอย่างยั่งยืน: เมืองด้านสุขภาพให้ความสำคัญกับแนวทางการวางผังเมืองอย่างยั่งยืน เช่น พื้นที่สีเขียว โครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมกับคนเดินเท้า และระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ การเข้าถึงธรรมชาติและโอกาสในการออกกำลังกายถูกรวมเข้ากับการออกแบบเมือง โครงสร้าง พื้นฐานที่เน้นสุขภาพเป็นหลัก: มีสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุน สมรรถภาพทางกาย สุขภาพจิต และสุขภาพโดยรวม ซึ่งรวมถึงศูนย์ออกกำลังกาย สวนสาธารณะ พื้นที่นั่งสมาธิ สวนชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดูแลสุขภาพที่ให้บริการดูแลสุขภาพ เชิงป้องกันและองค์รวม การส่งเสริมไลฟ์สไตล์เพื่อสุขภาพ: เมืองเพื่อสุขภาพส่งเสริมวัฒนธรรม การใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพผ่านการศึกษากิจกรรมชุมชน และนโยบายที่ส่งเสริมการออกกำลังกาย

นิสัยการกินเพื่อสุขภาพ การจัดการความเครียด และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน การเชื่อมต่อทางสังคม: เน้นไปที่การสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงทางสังคมและการมีส่วนร่วมของชุมชน พื้นที่สาธารณะที่มีชีวิตชีวา กิจกรรมทางวัฒนธรรม สโมสรทางสังคม และกิจกรรมสันทนาการ ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของ ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เมืองด้านสุขภาพให้ความสำคัญกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้แนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น แหล่งพลังงานหมุนเวียน การลดของเสีย การอนุรักษ์น้ำ และมาตรฐานอาคารสีเขียว สภาพแวดล้อมที่สะอาดและปราศจากมลภาวะมีส่วนช่วยให้ผู้อยู่อาศัยมีความเป็นอยู่ที่ดีโดยรวม ประโยชน์ของเมืองแห่งสุขภาพ: การก่อตั้งเมืองแห่งสุขภาพนั้นให้ประโยชน์มากมายแก่บุคคล ชุมชน และสังคมโดยรวม: ผลลัพธ์ด้านสุขภาพที่ดีขึ้น: ด้วยการส่งเสริมวิถีชีวิตที่มีสุขภาพดีและให้การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพ เมืองแห่งสุขภาพมีส่วนช่วยลดอัตราการเกิดโรคเรื้อรัง ลดต้นทุนการรักษาพยาบาล และปรับปรุงผลลัพธ์ด้านสุขภาพโดยรวมของผู้อยู่อาศัย คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การมุ่งเน้นไปที่ความเป็นอยู่ที่ดีจะช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยโดยการส่งเสริมความมีชีวิตชีวาทางร่างกาย ความยืดหยุ่นทางจิต และความเป็นอยู่ที่ดีทางอารมณ์ การเข้าถึงโอกาสในการพักผ่อนหย่อนใจและพื้นที่สีเขียวส่งเสริมการผ่อนคลายและบรรเทาความเครียดความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ เมืองที่มีสุขภาพดีดึงดูดธุรกิจ การลงทุน และการท่องเที่ยว ขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและความเจริญรุ่งเรือง พนักงานที่มีสุขภาพดีและมีประสิทธิภาพมีส่วนช่วยเพิ่มผลผลิตและนวัตกรรม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น การพัฒนาที่ยั่งยืน: ด้วยการให้ความสำคัญกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและประสิทธิภาพของทรัพยากร เมืองด้านสุขภาพมีส่วนช่วยบรรเทาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและรักษาระบบนิเวศทางธรรมชาติสำหรับคนรุ่นอนาคต แนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนยังช่วยลดรอยเท้าทางนิเวศน์ของเมืองและเพิ่มความยืดหยุ่นต่อความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม การทำงานร่วมกันทางสังคม: เครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็งและความรู้สึกของชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมในเมืองด้านสุขภาพมีส่วนทำให้เกิดการทำงานร่วมกันทางสังคม ความสามัคคี และการสนับสนุนซึ่งกันและกันในหมู่ผู้อยู่อาศัย สิ่งนี้จะสร้างสังคมที่ครอบคลุมและยืดหยุ่นมากขึ้น ความท้าทายและข้อควรพิจารณา: แม้จะมีประโยชน์หลายประการ แต่การบรรลุเมืองแห่งสุขภาพที่ดีก็ต้องเผชิญกับความท้าทายและข้อพิจารณาหลายประการ: ความเสมอภาคและการเข้าถึง: การเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสด้านสุขภาพอย่างเท่าเทียมกันสำหรับผู้อยู่อาศัยทุกคน โดยไม่คำนึงถึงสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นสิ่งสำคัญในการป้องกันความแตกต่างในผลลัพธ์ด้านสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี การลงทุนทางการเงิน: การพัฒนาและบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพจำเป็นต้องมีการลงทุนทางการเงินจำนวนมาก การรักษาความปลอดภัยด้านเงินทุนและการจัดลำดับความสำคัญด้านงบประมาณที่แข่งขันกันอาจก่อให้เกิดความท้าทายสำหรับนักวางแผนเมืองและผู้กำหนดนโยบาย พลวัตทางวัฒนธรรมและสังคม: บรรทัดฐานทางวัฒนธรรม ความชอบ และพลวัตทางสังคมมีอิทธิพล

ต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคลและการมีส่วนร่วมของชุมชน การตอบสนองความต้องการและความชอบที่หลากหลายภายในชุมชนต้องอาศัยความละเอียดอ่อนและความไม่แบ่งแยกในการวางแผนและการนำไปปฏิบัติ ความยั่งยืนในระยะยาว: การรักษาวินัยทัศน์ของเมืองแห่งสุขภาพในระยะยาวต้องอาศัยความมุ่งมั่น ความร่วมมือ และการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง การติดตามความคืบหน้า การประเมินผลลัพธ์ และการปรับกลยุทธ์ตามผลตอบรับและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

สรุป: แนวคิดของเมืองเพื่อสุขภาพแสดงถึงแนวทางการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาเมือง โดยให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีของผู้อยู่อาศัยเป็นแกนหลักในการวางผังและการออกแบบเมือง ด้วยการบูรณาการหลักการของความยั่งยืน การส่งเสริมสุขภาพ และการมีส่วนร่วมของชุมชน เมืองแห่งสุขภาพจึงมีวิสัยทัศน์

นิยามของ “เมืองสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี” (Healthy Cities and Communities) จากโครงการริเริ่ม Healthy Cities and Communities คำนึงถึงมิติที่สัมพันธ์กันทั้ง 8 ประการ ได้แก่ โภชนาการ, สุขอนามัย, กิจกรรมทางกาย, การพักผ่อน, ความยืดหยุ่นทางอารมณ์, จิตวิญญาณ, ความเป็นอยู่ที่ดีทางสิ่งแวดล้อมและทางสังคม, และ ความเป็นอยู่ที่ดีทางการเงินและทางอาชีพ มิติทั้งแปดนี้จะเป็นพื้นฐานสำหรับการประเมินสุขภาพของประชากรในทุกเมืองในบรรดาข้อเรื่องทั้งหมดอยู่ในการสืบสวนของเรา พบว่าการศึกษเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตใจและรูปแบบเมืองมุ่งเน้นไปที่แนวคิด 3 ประการ ได้แก่ การลดความเครียด การปรับปรุงความรู้ความเข้าใจ และความพึงพอใจในชีวิตโดยรวม



ภาพที่ 8 มุมมองด้านสุขภาพ

2.2.12 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) หรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ หรือการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นภาคส่วนที่เติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ทั่วโลก ประกอบด้วยกิจกรรมและบริการที่หลากหลาย โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงหรือรักษาสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดีของแต่ละบุคคล บทความนี้นำเสนอภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถูกกำหนดอย่างกว้างๆ ว่าเป็นแนวทางปฏิบัติของบุคคลที่เดินทางออกนอกประเทศที่พำนักของตนเพื่อรับการรักษายาบาล การทำหัตถการ หรือประสบการณ์ด้านสุขภาพ แรงจูงใจเบื้องหลังการเดินทางดังกล่าวอาจแตกต่างกันไป แต่มักจะรวมถึงปัจจัยต่างๆ เช่น การประหยัดต้นทุนการเข้าถึงการรักษาเฉพาะทาง เวลารอที่สั้นลง หรือโอกาสในการร่วมขั้นตอนทางการแพทย์เข้ากับการเดินทางเพื่อพักผ่อน

ตารางที่ 5 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ลำดับ	ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
1.	การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทนี้มุ่งเน้นไปที่บุคคลที่เดินทางไปรับการรักษาพยาบาลและหัตถการในต่างประเทศ การรักษาทางการแพทย์ทั่วไปที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้แก่ การผ่าตัดแบบเลือก การรักษาทางทันตกรรม การรักษาภาวะมีบุตรยาก และหัตถการเสริมความงาม บ่อยครั้งที่ผู้ให้บริการเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ซึ่งรวมถึงค่ารักษา ค่าแพทย์ ค่าขนส่งภาคพื้นดิน และในบางกรณี ค่าโรงแรม
2.	การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเน้นการแสวงหาความเป็นอยู่ที่ดีผ่านกิจกรรมและประสบการณ์ที่ส่งเสริมสุขภาพร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ ตัวอย่าง ได้แก่ ทรีทเมนท์สปา การฝึกโยคะ และเวิร์คชอปฝึกสติ
3.	การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเชิงป้องกัน	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทนี้หมุนรอบแนวคิดการจัดการสุขภาพเชิงรุก ผู้เดินทางในหมวดหมู่นี้อาจขอการตรวจสุขภาพเป็นประจำ การตรวจวินิจฉัย หรือการรักษายาบาลทางเลือกเพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพที่อาจเกิดขึ้น

การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design) เป็นการเน้นการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล ในหลักการของ Universal Design ซึ่งประกอบด้วย หลัก 7 ประการ ได้แก่ในหลักการออกแบบ เพื่อคนทั้งมวล (Principle of Universal Design) ซึ่งประกอบไปด้วย หลัก 7 ประการ ได้แก่

- (1) ทุกคนสามารถใช้ได้อย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Use)
- (2) มีความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนการใช้ได้ (Flexible Use)
- (3) ใช้งานง่าย (Simple and Intuitive Use)
- (4) การสื่อความหมายที่เข้าใจง่าย (Perceptible Information)
- (5) การออกแบบเพื่อการใช้งานที่ผิดพลาดได้ (Tolerance for Error)
- (6) ใช้แรงน้อย (Low Physical Effort)
- (7) มีการออกแบบขนาดและพื้นที่ ที่เหมาะสมกับการเข้าถึงและการใช้งานได้ (Size and Space for Approach and Use) (ไตรรัตน์.ม.ป.ป.)

ตารางที่ 6 ความหมาย ของหลักการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Principle of Universal Design)

หลักการ	ความหมาย
ทุกคนใช้ได้อย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Use)	การออกแบบที่เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของคนทุกกลุ่ม
มีความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนการใช้ได้ (Flexible Use)	การออกแบบที่ง่ายต่อการรองรับความสามารถที่หลากหลายของแต่ละบุคคล
ใช้งานง่าย (Simple and Intuitive)	ใช้การออกแบบที่ง่ายต่อความเข้าใจ โดยไม่คำนึงถึงประสบการณ์และระดับความรู้ความสามารถ
การสื่อความหมายเข้าใจง่าย (Perceptible Information)	สามารถสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นให้เข้าใจง่าย สามารถสร้างการรับรู้ทางประสาทสัมผัสของผู้ใช้ได้
การออกแบบที่เพื่อการใช้งานที่ผิดพลาดได้ (Tolerance for Error)	การออกแบบที่สามารถลดอันตรายจากอุบัติเหตุ และผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์
ใช้แรงน้อย (Low Physical Effort)	ออกแบบเพื่อการใช้งานที่สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสะดวกสบายไม่เกิดความเมื่อยล้า
มีขนาดและพื้นที่ ที่เหมาะสมกับการเข้าถึง และใช้งานได้ (Size and Space for Approach and Use)	ขนาดที่เหมาะสมและพื้นที่สำหรับการเข้าถึง และการใช้งาน โดยไม่คำนึงถึงขนาดร่างกาย ทำทางหรือการเคลื่อนไหว

2.2.13 นโยบายภาครัฐของไทยและพหุวิทยาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

รัฐบาลได้แถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 นโยบายตามข้อ 5.2 “พัฒนาระบบบริการสุขภาพ โดยเน้นการป้องกันโรครมากกว่า รอให้ป่วย แล้วจึงมารักษา สร้างกลไกการจัดการสุขภาพในระดับเขต แทนการกระจุกตัวอยู่ที่ ส่วนกลาง ปรับระบบการจ้างงาน การกระจายบุคลากรและทรัพยากรสาธารณสุขให้เหมาะสมกับ ท้องถิ่น และให้ภาคเอกชนสามารถมีส่วนร่วมในการจ้างบุคลากรเพื่อจัดบริการสาธารณสุข โดยรัฐเป็น ผู้กำกับดูแล สนับสนุนความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการพัฒนาระบบบริการทางการแพทย์ และสาธารณสุข โดยส่งเสริมการลงทุนและการใช้ทรัพยากรและบุคลากรร่วมกัน โดยมีข้อตกลง ที่รัดกุมและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย” ข้อ 5.3 “เสริมความเข้มแข็งของระบบเฝ้าระวังโรคระบาด โดยเฉพาะโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำ โดยมีเครือข่ายหน่วยเฝ้าระวัง หน่วยตรวจวินิจฉัยโรค และ หน่วยที่สามารถตัดสินใจเชิงนโยบายในการสกัดกั้นการแพร่กระจายได้อย่างทันท่วงที” และ นโยบาย ด้านการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ข้อ 6.6 “ชักจูงให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยว ในประเทศไทย โดยพิจารณามาตรการลดผลกระทบจากการประกาศใช้กฎอัยการศึกในบางพื้นที่ ที่มีต่อการท่องเที่ยวในโอกาสแรกที่จะทำได้ และสร้างสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูล ต่อบรรยากาศท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งการท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่น ร่วมกันหรือจัดเป็นกลุ่มได้ เช่น กลุ่มธรรมชาติ ซึ่งจะให้เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากวิถีชีวิต ชุมชน โดยเน้นการให้ความรู้และเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน การควบคุมสินค้า และบริการให้มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม ตลอดจนการอำนวยความสะดวก ในด้านต่างๆ แก่ นักท่องเที่ยว”

2.2.14 ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 -2564) คณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2558 ให้ความสำคัญ กับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญดังนี้

- 1) การพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวม
- 2) การพัฒนาเศรษฐกิจรายสาขา
- 3) การพัฒนาการเกษตรสู่ความเป็นเลิศ ด้านอาหาร
- 4) การพัฒนาศักยภาพคนให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศและมีคุณภาพชีวิตที่ดี
- 5) การสร้างความเสมอภาคเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ

6) การพัฒนาพื้นที่ภาค และการเชื่อมโยงภูมิภาค

7) การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบข้อเสนอ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ประกอบด้วย

การต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพใน 5 กลุ่ม ซึ่งเป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้วในประเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ ปัจจัยผลิต โดยการลงทุนชนิดนี้จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลาง ได้แก่

- 1) อุตสาหกรรมแห่งอนาคต
- 2) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
- 3) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 4) การเกษตรเชิงประสิทธิภาพและเทคโนโลยีชีวภาพ
- 5) กลุ่มอาหาร แห่งอนาคตหรือการแปรรูปอาหาร

2.2.15 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2559 ถึง 2560 (กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

แบ่งออกเป็น 4 ผลผลิตหลัก คือ

- 1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub)
- 2) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub)
- 3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub)
- 4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub)

2.2.14 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

(Medical Hub) ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2559 -2568) ทั้ง 4 ผลผลิตหลัก นี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบในวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2559

ในปี 2563 เกิดสถานการณ์โรคระบาดอุบัติใหม่ได้แก่ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ขึ้นทั้งไทยและต่างประเทศ ส่งผลต่อเศรษฐกิจทั่วโลกอย่างมาก ภายหลังจากที่โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) คลี่คลาย รัฐบาลจึงมีการปรับนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจเร่งด่วน ในการประชุมคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) ที่ประชุมได้พิจารณาและเห็นชอบในหลักการ 3 ด้าน ได้แก่

- 1.จัดทำแนวทางการรักษาพยาบาลพร้อมเป็นสถานกักกันใน

2. เห็นชอบให้ “ประเทศไทยเป็นเมืองหลวงของโลกด้านการดูแลสุขภาพ” โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Medical Hub ภายใต้แนวคิด “Healthcare Capital of the World” และกำหนดข้อความสำคัญในการสื่อสารว่า “Beyond Healthcare, Trust Thailand” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการกลับเข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลในประเทศไทย

3. มาตรการพัฒนาชุดเครื่องมือแพทย์รองรับการระบาดของโรคโควิด 19 เพื่อรับมือและลดโอกาสติดเชื้อของบุคลากรทางการแพทย์ และผู้เข้ารับการรักษาเชื้อโรค 19 โดยเน้นการผลิตในประเทศไทย แบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ

1. เครื่องมือแพทย์สำหรับการคัดกรองและตรวจสอบโรค
2. เครื่องมือแพทย์สำหรับการป้องกันและควบคุมโรค
3. เครื่องมือแพทย์สำหรับการคัดแยกและการฆ่าเชื้อ
4. เครื่องมือแพทย์สำหรับการบำบัดรักษาโรค โดยเน้นการผลิตในประเทศไทย

ที่มา : สืบค้นออนไลน์ <https://www.thaigov.go.th/>

2.2.15 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

นโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Medical Hab (พ.ศ.2560-2569)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 –2560 ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบในหลักการแล้ว เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2558 โดยมีเป้าหมายรวมคือ

1. ด้านเศรษฐกิจ เน้นการสร้างและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น
2. ด้านสังคม เน้นยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนใน เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน

3. ด้านสิ่งแวดล้อม บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการบูรณาการเชื่อมโยงระดับชาติถึงท้องถิ่น โดยมียุทธศาสตร์ที่สำคัญ กล่าวคือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว (กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สู่อุตสาหกรรม “Quality Leisure Destination” กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High value

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว (กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่/ กลยุทธ์การพัฒนาสายสาขา โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ และการท่องเที่ยว

5. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว (กลยุทธ์บูรณาการงานผ่านกลไก การขับเคลื่อนทั้งระบบ กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง)

2.2.16 การกำหนดมาตรการความสำเร็จ

การกำหนดมาตรการความสำเร็จ (Small Success) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้แก่ บริการดึงดูดชาวต่างชาติ (Magnet ได้แก่ด้านบริการรักษาพยาบาล Wellness/Beauty

1. บริการเพื่อส่งเสริมคุณภาพ ได้แก่ Medical Spa, น้ำพุร้อน, สปาเพื่อสุขภาพ, นวดเพื่อสุขภาพ
2. ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดเมืองสมุนไพร
3. พัฒนารฐานข้อมูล ใน 4 ผลผลิตหลักเพื่อรองรับนโยบาย Medical Hub
4. ปรับปรุงมาตรการกฎหมาย กฎระเบียบ
5. พัฒนาศูนย์สุขภาพครบวงจรของกลุ่มจังหวัดเมืองสมุนไพรเชื่อมโยงเมือง ท่องเที่ยวและพัฒนารูปแบบศูนย์สุขภาพดีทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ผสมผสาน
6. ส่งเสริมการลงทุน (BOI) และพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC ให้กับ ธุรกิจบริการสุขภาพและบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ
7. ส่งเสริมการจัดประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับนานาชาติ (Medical MICE)
8. จัดทำ Business Matching กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดหลัก และตลาดรอง
9. จัดทำแพ็คเกจสุขภาพ/ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ใน Magnet มีศักยภาพสูง
10. การจัด Trade Show/Road Show ในประเทศและต่างประเทศ
11. ประชาสัมพันธ์บนสายการบินที่บินตรงสูงประเทศไทย/Website/Social Media
12. สถานประกอบการมีรูปแบบและแนวทางการจัดบริการศูนย์สุขภาพดีทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ผสมผสานที่มีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน

2.2.17 นโยบายภาครัฐของเมืองพัทยาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ชลบุรี: Modern of the East

ชลบุรี: Modern of the East ชลบุรีเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ด้านการท่องเที่ยวและยังเป็นเสมือนแม่เหล็กดึงดูด นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ จากนานาชาติ อันจะ ช่วยกระตุ้นและสร้างรายได้ ทางเศรษฐกิจให้กับ EEC และประเทศได้ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนา EEC จึงกำหนดบทบาทหรือทิศทางการพัฒนาและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาคือ “เมืองพัทยาเป็น 1 ใน 5 MICE City ของประเทศไทย”

“ไมซ์ ซิตี้” (MICE City) อย่างเป็นทางการนั้น “เมืองพัทยา” จึงกำหนดแผนยุทธศาสตร์เมืองพัทยา 4 ปี (2561-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ

1. พัฒนาสู่การเป็นเมืองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวระดับโลกและมหานครศูนย์กลางภูมิภาค

2. เสริมสร้างภาพลักษณ์เมืองพัทยาในฐานะแหล่งสร้างทัศนคติที่ถูกต้องของความสำเร็จของเมืองพัทยา

2.2.18 แนวคิดพื้นฐานการทอ่งเกี่ยวเชิงสุขภาพความหมายของสุขภาพ

สุขภาพ มาจากคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า health มีรากศัพท์ hoelth หมายถึง ความปลอดภัย (safe), ไม่มี โรค (sound), ทั้งหมด (whole) คำว่า สุขภาพ เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มีผู้ให้ความหมายไว้หลายแนวคิดดังนี้คือ

สุขภาพ หมายถึง สภาวะที่ปราศจากโรค และสามารถใช้พลังกำลังของตนได้เต็มความสามารถ (Nightingale, 1860) องค์การอนามัยโลก ให้ความหมายของสุขภาพ หมายถึง สภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกายและจิตใจ รวมถึงการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมด้วยดี และคำว่า สุขภาพนี้ มิได้หมายความเฉพาะเพียงแต่ความปราศจากโรค และ ทุพพลภาพเท่านั้น

จากความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่า ความหมายของสุขภาพ ครอบคลุม กว้างขวางมาก เป็นความหมาย ของสุขภาพ ในอุดมคติ (ideal health) ซึ่ง ในความเป็นจริง สุขภาพที่เป็นอยู่จริง (real health) จะเป็น สภาวะสุขภาพส่วนบุคคล ที่สามารถขึ้น ๆ ลง ๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลง ขึ้นอยู่กับ การดูแล เอาใจใส่ต่อ สุขภาพของบุคคลนั้น สุขภาพหมายถึง ภาวะของความสมบูรณ์ของ ร่างกาย จิตใจ และการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม ปราศจาก โรคภัย สุขภาพมีความหมายเชิงบวก นั่นคือต้องมีทั้ง สุขภาพกายที่ดี สุขภาพจิตที่ดี สุขภาพสังคมที่ดี สุขภาพจิต วิญญาณที่ดี จึงจะกล่าวได้ว่ามี สุขภาพที่ดี ซึ่งผู้มีสุขภาพดีถือเป็นกำไรของชีวิต เพราะผู้ที่มีจะดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข

ความหมายของสุขภาพ แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบด้วยกันคือ

1. สุขภาพกาย (Physical Health)
2. สุขภาพจิต (Mental Health)
3. สุขภาพสังคม (Social Health)
4. สุขภาพจิตวิญญาณ (Spiritual Health) นอกจากนี้สุขภาพยังมีระดับต่างๆ ได้แก่
 1. สุขภาพระดับบุคคล (Individual Health)
 2. ระดับครอบครัว (Family Health)
 3. ระดับชุมชน (Community Health)
 4. ระดับสาธารณะ (Public Health)

สรุป ความหมาย ของสุขภาพ หมายถึง สภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย และ จิตใจ รวมถึง การ ปรับตัวอยู่ในสังคมด้วยดีมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น มีคุณธรรม และจิตวิญญาณที่ดี ปราศจากการเป็นโรค และ ปราศจากความพิการ

ความหมายของการบำบัด การบำบัด (Therapy เป็นคำใน ภาษากรีก) หรือ การรักษา คือความพยายาม แก้ไข (remediation) ปัญหาสุขภาพตาม การวินิจฉัย (diagnosis)

การบำบัด หมายถึง การสัมผัส การรับรส การได้กลิ่น มาปรับสมดุลของร่างกาย ดังนั้นในการรักษาอาจจะต้องประกอบด้วย aromatherapy, sound therapy, massage อาหาร การเข้าสมาธิ Homeopathy การรักษาวิธีนี้เปรียบเหมือนการถูกหนามตำต้องเอาหนามบ่ง

2.2.19 ความหมายและลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจุบันสถานการณ์ต่าง ๆ เจริญไปอย่างรวดเร็วอันเป็นผลทำให้ทุกในสังคมต่างตื่นรนในการดำเนินชีวิต อยู่ในสังคมทำให้เกิดการแข่งขันตลอดเวลาทำให้เกิดความเครียดมากขึ้น รูปแบบการดำเนินชีวิตจึงมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาจึงทำให้เกิดโรคแก่ร่างกายและจิตใจมากขึ้น จึงทำให้ผู้คนสนใจต่อการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ตามความเป็นอยู่และรายได้ของชนชั้นกลางที่ยกระดับขึ้นตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ของประเทศท่ามกลางวิถีชีวิตความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปที่มีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งส่งผลต่อ สุขภาพ ทำให้คนส่วนใหญ่ต้องหันมาสนใจ ฟันฟูสุขภาพเพื่อผ่อนคลายความเครียดและพักผ่อนซึ่งจะเห็นได้จาก การมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและภายในประเทศเกิดขึ้นมากมาย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2546 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของการ พัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2547 รัฐบาลประกาศเป้าหมายในการเป็น “ศูนย์กลางสุขภาพ ของเอเชีย (Medical Hub of Asia)” นโยบายดังกล่าวทำให้เกิดการพัฒนาตลาดและการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างคึกคัก นอกจากนี้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยว แห่งชาติ พ.ศ.2555 - 2559 ได้วิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) อาทิการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาสินค้า บริการและ ปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกิจกรรมที่ผสมผสานระหว่างกิจกรรมที่เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม เชิงสุขภาพ ซึ่งแบ่งออกเป็นการฟื้นฟูหรือบำบัดสุขภาพ (Health Healing) เช่น การทำฟิ การศัลยกรรมเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ ตามโรงพยาบาล คลินิกหรือสถานพยาบาลต่างๆ และการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) อันประกอบด้วย การรักษาด้วยแพทย์แผนไทย การรับประทาน อาหารเพื่อสุขภาพ เที่ยวชมและใช้บริการการรักษาด้วยสมุนไพรในชนบท การเที่ยวชมแหล่งเกษตร ธรรมชาติการท่องเที่ยวในแหล่งน้ำพุร้อนและ อาบน้ำแร่ การฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและใช้บริการในสถานบริการส่งเสริม สุขภาพ เช่น สปา จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นกิจกรรมที่พัฒนามาจากฐานรากของชุมชน เน้นการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและใช้ทรัพยากร

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551: 31) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ

นักวิชาการบางท่านให้ความสำคัญแก่สุขภาพใจด้วย เช่น Gee et al (1989 อ้างใน Douglas, 2001: 262) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าเป็นการเดินทางไปจุดหมายปลายทางในประเทศหรือในพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจและเพื่อความสงบในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่กังวลใจ

วรรณ วรษ์วานิช (2546: 145) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่น แจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

โดยสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ หรือจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และ หรือ บำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการ/ รักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

2.3 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิสิทธิ์ บุญชุม, เขมิกา ขำดำ และรัฐศาสตร์ เครือทอง. (2563). การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์สำหรับการเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของภาคใต้ตอนล่าง มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ทำให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และ ควรอนุรักษ์ให้คงอยู่สืบไป งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์เพื่อการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของภาคใต้ตอนล่างคือ ร่องเง็ง สีละ มะโย่งและบานอ ให้คงอยู่สืบไป สรุปผลการวิจัยว่า การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือได้ส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์ การเรียนรู้และการเผยแพร่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องทำให้สิ่งที่มีคุณค่าเหล่านี้จะไม่หายไปจากชุมชน

สุรสีห์ น้อยมหาไวย และปานจิตร หลงประดิษฐ์. (2559). แอปพลิเคชันรับรู้และแสดงตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ตามการจำแนกกลุ่มของผู้ใช้ด้วยกูเกิ้ลแมพเอพีไอบนมือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแอปพลิเคชันรับรู้และแสดง ตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวตามการจำแนกกลุ่มของผู้ใช้ ด้วยกูเกิ้ลแมพเอพีไอบนมือถือ

ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ โดยใช้สถานที่ท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี เป็นกรณีศึกษา และ 2) ประเมินการยอมรับแอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ภายในจังหวัดเพชรบุรี และใช้โทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แอปพลิเคชันรับรู้และแสดงตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวตามการจำแนกกลุ่มของผู้ใช้ด้วยกูเกิ้ลแมพเอพีไอ บนมือถือระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และแบบสอบถามการประเมินการยอมรับจากผู้ใช้งาน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) แอปพลิเคชันที่พัฒนา ประกอบด้วยฟังก์ชันหลัก ๆ 6 ฟังก์ชัน คือ Present Main Page, Change Map Style, Search, Track Place, List Place, และ Rate Place และ 2) ผลการประเมินการยอมรับจากผู้ใช้งาน โดยรวมอยู่ระดับมากที่สุด

ศศิพิมพ์ ปิ่นประยูร, ศศิมาพร ภูนิลามัย, กาญจนา ผาพรหม, และสุขสันต์ พรหมบุญเรือง. (2558). แอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดกาฬสินธุ์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้โมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดสกลนคร บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่มางาน พระราชทานปริญญาบัตรในปี พ.ศ.2558 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร จำนวน 500 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้โมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) โมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่พัฒนาขึ้น สามารถแสดงข้อมูลสถานที่ ระบุตำแหน่งปัจจุบันของผู้ใช้งาน แสดงข่าวประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์ และค้นหาข้อมูลสถานที่ได้ และ 2) ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

จากที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 โดยการศึกษาจาก หนังสือ บทความ ผลงานวิจัย นโยบาย ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสืบค้นเพิ่มเติมจากระบบสารสนเทศ รวมถึง ได้เก็บ ข้อมูลภาคสนามเบื้องต้นเพื่อเป็นโครงการนำร่องศึกษาความเป็นไปได้ของกระบวนการวิจัย ใน ภาพรวม ว่ามีความทันสมัยและมีความลุ่มลึกส่งผลให้เกิดข้อค้นพบหรือความรู้ใหม่ที่จะนำมา สั่งเคราะห์ใช้ในกระบวนการออกแบบคู่มือแนวทางนวัตกรรมการออกแบบเชื่อมโยงการท่องเที่ยว พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเมืองพัทยา ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในหลายมิติ เช่น นักออกแบบ นัก ออกแบบนวัตกรรม องค์การบริหารส่วนตำบล สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และระเบียบ วิจัยการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed method) ซึ่ง ประกอบไปด้วย วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) และ วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research)รายละเอียด ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การวิเคราะห์เชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความคล้ายคลึง เปรียบเทียบระหว่างไทยและต่างประเทศ
- 3.4 การวิเคราะห์นวัตกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และบริบทเชิงพื้นที่ เชื่อมโยงการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ
- 3.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเปรียบเทียบ พฤติกรรมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
- 3.6 วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สัมพันธ์เชิงพื้นที่
- 3.7 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลและออกแบบโมเดลนวัตกรรมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งการเก็บข้อมูลเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ผู้วิจัยมีการออกแบบรูปแบบแผนการวิจัยระยะที่หนึ่งเชิงสำรวจเป็นลำดับ (Sequential Exploratory) โดยการวิจัยแบ่งออกเป็นระยะๆ (Phases) ดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูลและวิเคราะห์เชิงคุณภาพก่อนแล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เชิงปริมาณใน ระยะที่สอง ผู้วิจัยจะให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ ซึ่งข้อมูลเชิงปริมาณจะ ใช้เสริมหรือสนับสนุนข้อมูลเชิงคุณภาพ การบูรณาการข้อมูลและการวิเคราะห์ สั่งเคราะห์ข้อมูลจะ

เกิดขึ้นในขั้นตอนของการอภิปรายผล ซึ่งแต่ละขั้นเกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่แตกต่างกันตามวิธีดำเนินงาน ได้แก่

ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลการเก็บข้อมูล

การดำเนินการวิจัยระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล
ตัวแทนผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชน	ชุมชนหนองปลาไหล ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ ชุมชนด้านสมุนไพร หรือการบำบัดรักษาโรค อายุไม่น้อยกว่า 45 ปี	2 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ที่ครบถ้วน	แบบสัมภาษณ์ อุปกรณ์ บันทึกเสียง อุปกรณ์ บันทึกภาพ อุปกรณ์	สัมภาษณ์แบบไม่มี โครงสร้างหรือไม่ เป็นทางการ (Unstructured interview) โดย ใช้การสนทนา ซักถามและ โต้ตอบแบบ เผชิญหน้าระหว่าง ผู้สัมภาษณ์กับ ผู้ให้สัมภาษณ์	- สัมภาษณ์ครั้ง ละไม่เกิน 30 นาที/ครั้ง/คน - ตอบ แบบสอบถาม ครั้งละไม่เกิน 15 นาที/ แบบสอบถาม /คน
	ชุมชนหนองปรือ ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ ชุมชนด้านสมุนไพร หรือการบำบัดรักษาโรค อายุไม่น้อยกว่า 45 ปี	2 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ที่ครบถ้วน	บันทึกวิดีโอ	ผู้สัมภาษณ์มีการ เก็บข้อมูลด้วยการ สังเกตบุคคลิกภาพ กริยาท่าทาง การ พูด เจตคติ ขณะ ที่สัมภาษณ์เพื่อ นำมาพิจารณา สรุปผลตาม	
	ชุมชนตะเคียนเตี้ย ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ ชุมชนด้านสมุนไพรหรือการ บำบัดรักษาโรค	2 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ที่ครบถ้วน			
	ชุมชนอื่นๆ ในพื้นที่พัทธยาที่ มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับ การที่เกี่ยวเชิงสุขภาพ ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ ชุมชนด้านสมุนไพรหรือการ บำบัดรักษาโรค	2 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ที่ครบถ้วน			
ตัวแทนผู้นำชุมชน	ชุมชนหนองปลาไหล - ตัวแทนผู้นำชุมชน อายุไม่น้อยกว่า 25 ปี	2 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ที่ครบถ้วน	- แบบสอบถาม - อุปกรณ์ บันทึกภาพ	- แบบสอบถาม - อุปกรณ์ บันทึกภาพ	- ตอบ แบบสอบถาม ครั้งละไม่เกิน 15 นาที แบบสอบถาม / คน

ตารางที่ 7 (ต่อ)

การดำเนินการวิจัยระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล	ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล
	ชุมชนหนองปรือ - ตัวแทนผู้นำชุมชน อายุไม่น้อยกว่า 25 ปี ชุมชนตะเคียนเตี้ย - ตัวแทนผู้นำชุมชน อายุไม่น้อยกว่า 25 ปี	2 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ครบถ้วน	2 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ครบถ้วน	- แบบสอบถาม - อุปกรณ์ บันทึกภาพ	-ตอบแบบสอบถาม ครั้งละไม่เกิน 15 นาที แบบสอบถาม / คน
	4. ชุมชนอื่นๆ ในพื้นที่ พหุวิทยาที่มีความ เชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับ กิจการที่เกี่ยวข้องเชิง สุขภาพ - ตัวแทนผู้นำชุมชน อายุไม่น้อยกว่า 25 ปี	2 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ที่ครบถ้วน	- แบบสอบถาม - อุปกรณ์ บันทึกภาพ	- แบบสอบถาม - อุปกรณ์ บันทึกภาพ	-ตอบแบบสอบถาม ครั้งละไม่เกิน 15 นาที แบบสอบถาม / คน
3. ตัวแทน กลุ่มอาชีพ ด้าน ผลิตภัณฑ์ เชิงสุขภาพ ด้านการ ท่องเที่ยว หรือการ ให้บริการ เชิงสุขภาพ	ตัวแทนกลุ่มผู้ ให้บริการ อาชีพ องค์กร สถาน ประกอบการ หรือ บุคคลในห่วงโซ่ อุปทาน (Supply Chain) เช่น ผู้ให้บริการเชิงสุขภาพ ตัวแทนบริษัททัวร์หรือ ผู้ให้บริการด้านการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตัวแทนธุรกิจด้าน โรงแรมผู้ให้บริการที่ เกี่ยวข้องกับการ บริการเชิงสุขภาพ อายุไม่น้อยกว่า 25 ปี ไม่จำกัดเพศ	8-12 คน หรือจนกว่า จะได้ข้อมูลที่ ครบถ้วน	- แบบสอบถาม - อุปกรณ์ บันทึกภาพ	- แบบสอบถาม - อุปกรณ์ บันทึกภาพ	-ตอบแบบสอบถามครั้ง ละไม่เกิน 15 นาที/ แบบสอบถาม/คน

การเข้าถึง การประชาสัมพันธ์ และการเชิญชวน ดังนี้

1. ติดต่อโดยตรงโดยทบทวนจากฐานข้อมูล สาธารณะหรือการติดต่อโดยใช้วิธีการอ้างอิง ต่อเนื่องปากต่อปากหรือ Snowball Sampling Technique และมีการจัดทำจดหมายเชิญชวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยตรง
2. เชิญชวนผู้เข้าให้ข้อมูลสำคัญโดยผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ เอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เชิญชวนโดยผ่านจุดประชาสัมพันธ์ของชุมชนและหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของชุมชน
3. สถานที่ในการสัมภาษณ์
4. มีการจัดสถานที่ในการสัมภาษณ์ภายในชุมชน ซึ่งเป็นสถานที่ที่เหมาะสมในด้านความเป็นส่วนตัวและสามารถ รักษาความลับได้ และเนื่องด้วยปัจจุบันมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) การเก็บข้อมูลการวิจัยผู้วิจัยได้มีมาตรการรักษาระยะห่างทางกายภาพและมีมาตรการในการรักษาความสะอาดระหว่างดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อความปลอดภัยของผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย
5. ผู้วิจัยเตรียมหน้ากาทอนามัยไว้ให้สำหรับผู้เข้าร่วมวิจัย
6. ก่อนการสัมภาษณ์หรือการตอบแบบสอบถาม หรือตอบแบบประเมินมีการล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ของผู้เข้าร่วมวิจัยตามความสมัครใจ
7. เลือกใช้สถานที่เก็บข้อมูลที่มีมาตรการในการรักษาความสะอาดและตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายเป็นอย่างดี
8. ในการสัมภาษณ์หรือเก็บข้อมูลมีการเว้นระยะห่างไม่น้อยกว่า 1 เมตร
9. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

3.1.1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ตัวแทนผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชน ในด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการเชิงสุขภาพ ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาโดยกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในชุมชนที่มีภูมิปัญญาในด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ชุมชนหนองปลาไหล ชุมชนหนองปรือ ชุมชนตะเคียนเตี้ย และชุมชนอื่นๆ ที่มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้อง

หมายเหตุ: ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชน หมายถึงบุคคลผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญาชาวบ้านมีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญ หรือได้รับการสืบทอดองค์ความรู้จากเจ้าของภูมิปัญญาไม่น้อยกว่า 15 ปี และภูมิปัญญานั้นๆ มีการนำมาใช้ประโยชน์เชื่อมโยงคุณค่าของอดีตกับปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม (เช่นการบำบัด การรักษาเชิงสุขภาพ การรักษาในด้านศาสตร์เฉพาะเช่น กัวซา)

เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

เป็นเจ้าของภูมิปัญญาชาวบ้านมีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญหรือได้รับการสืบทอดองค์ความรู้จากเจ้าของภูมิปัญญาที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

เป็นบุคคลผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญาชาวบ้านมีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญ หรือได้รับการสืบทอดองค์ความรู้จากเจ้าของภูมิปัญญาไม่น้อยกว่า 15 ปี

เป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

เป็นผู้มีอายุไม่น้อยกว่า 25 ปี ไม่จำกัดเพศ

สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้

ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัยยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

ตัวแทนผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน ที่อยู่ในชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา เช่น ชุมชนหนองปลาไหล ชุมชนหนองปรือ ชุมชนตะเคียนเตี้ย และชุมชนอื่นๆ ที่มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้อง จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

หมายเหตุ: ตัวแทนผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน หมายถึง ผู้มีความรู้ ความสามารถในกิจกรรมที่มีอยู่ในชุมชนเป็นอย่างดี หรือ ผู้นำทางความคิดในด้านการพัฒนา หรือ ผู้นำทางด้านอาชีพ เทคนิค การปฏิบัติ ผู้นำเยาวชนหรือผู้นำอาวุโสภายในชุมชนหรือคณะกรรมการภายในชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

ตัวแทนผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน ผู้มีความรู้ ความสามารถในกิจกรรมที่มีอยู่ในชุมชนเป็นอย่างดี หรือ ผู้นำทางความคิดในด้านการพัฒนา หรือ ผู้นำทางด้านอาชีพ เทคนิค

การปฏิบัติ หรือคณะกรรมการภายในชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาศายอยู่ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

เป็นผู้มีอายุไม่น้อยกว่า 25 ปี ไม่จำกัดเพศ

สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้

ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัย

ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

3. ตัวแทนกลุ่มอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ จำนวน กลุ่มละ 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาหมายเหตุ: ตัวแทนกลุ่มอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ หมายถึง ตัวแทนกลุ่มผู้ให้บริการ อาชีพ องค์กร สถานประกอบการ หรือบุคคลในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น ผู้ให้บริการเชิงสุขภาพ ตัวแทนบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตัวแทนธุรกิจด้านโรงแรมผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านหลักๆ ได้แก่

1. เป็นผู้ประกอบอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ โดยมีลักษณะการเก็บข้อมูลเชิงสุขภาพในระดับกลุ่มอาชีพที่ให้บริการหรือเกี่ยวข้องทางด้านการบำบัด ฟันฟู หรือให้บริการเชิงสุขภาพที่ไม่ซับซ้อน อาจจะรวมถึงสถาบันบำบัดรักษาเฉพาะทางทั้งในด้านร่างกาย หรือจิตใจในเชิงสุขภาพ จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่สถานประกอบการที่ผู้ประกอบการนั้นๆ ปฏิบัติงานอยู่

2. เป็นตัวแทนจากกลุ่มบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว หรือมีการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงสุขภาพ หรือการให้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิ เช่น การจัดท่องเที่ยวมีบริการในลักษณะแพ็คเกจเชิงสุขภาพพร้อมที่พัก หรือมีการกำหนดแพ็คเกจการรักษาเฉพาะทางพร้อมที่พักผนวกกับการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่สถานประกอบการที่ผู้ประกอบการนั้นๆ ปฏิบัติงานอยู่

3. เป็นตัวแทนธุรกิจด้านโรงแรมผู้ที่มีศักยภาพในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ หรือเป็นพันธมิตรทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 8 – 12 คน สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่สถานประกอบการที่ผู้ประกอบการนั้นๆ ปฏิบัติงานอยู่

4. เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องในส่วนของกรวางกรอบ แผนนโยบาย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาคที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์

เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ จำนวน 8 – 12 คน สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูล ได้แก่สถานประกอบการที่ผู้ประกอบการอาชีพนั้นๆ ปฏิบัติงานอยู่

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

- เป็นกลุ่มผู้ให้บริการ อาชีพ องค์กร สถานประกอบการ หรือบุคคลในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่นผู้ให้บริการเชิงสุขภาพ ตัวแทนบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตัวแทนธุรกิจด้านโรงแรมผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

- เป็นผู้ที่มีอายุไม่น้อยกว่า 20 ปี ไม่จำกัดเพศ
- สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัยยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

- ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

ตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

หมายเหตุ: ตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา หมายถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บริการเชิงสุขภาพ

4. เป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

หมายถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บริการ

- เชิงสุขภาพเป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 25-60 ปี ไม่จำกัดเพศ
- สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัยยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

ความเคารพในบุคคล (Respect for person)

- ผู้วิจัยเคารพในการขอความยินยอมโดยให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนและให้ อาสาสมัครตัดสินใจอย่างอิสระ ปราศจากการข่มขู่ บังคับ (Respect for free and informed consent และ Respect to autonomy of decision making)

- ผู้วิจัยเคารพในการเก็บรักษาความลับของข้อมูลส่วนตัวของอาสาสมัคร (Respect for confidentiality) ความหมายของ Confidentiality คือข้อมูล (data) เป็นวิธีการรักษาความลับของข้อมูล ส่วนตัวของอาสาสมัคร โดยมีข้อจำกัด ข้อมูลเหล่านั้น ได้แก่ การบันทึกเสียงหรือภาพ (tape, video and photo) มาตรการรักษาความลับ เช่น ใช้รหัส เก็บในคอมพิวเตอร์ (computer) ที่มีรหัสผ่าน (password)

- ผลของการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคู่มือนวัตกรรมสำหรับการออกแบบสู่การวาง นโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งอันนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไปการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ ไม่มีความเสี่ยงแต่อย่างใด ข้อมูลต่าง ๆ ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยชื่อของท่าน การนำเสนอข้อมูลจะเป็นในภาพรวม ทั้งนี้ข้อมูลจะถูกเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีรหัสผ่านของคณะผู้วิจัย เท่านั้น ส่วนเอกสารจะเก็บไว้ในตู้เอกสารที่ใส่กุญแจไว้เป็นเวลา 1 ปี หลังการเผยแพร่ผลการวิจัยและจะถูกนำไปทำลายหลังจากนั้น

- การให้ความยินยอมโดยได้รับข้อมูล เป็นกระบวนการ (Informed Consent process) เริ่มต้นจากการ ติดต่อครั้งแรก (initial contact) และกระบวนการต่อเนื่องไปตลอดระยะเวลาการศึกษาวิจัยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (elements) ได้แก่

- Information ให้ข้อมูลครบถ้วนไม่ปิดบัง

- Comprehension ผู้รับข้อมูลมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ผู้ขอความยินยอมต้องตรวจสอบความ เข้าใจ ของผู้ที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในการวิจัย

- Voluntariness ตัดสินใจโดยอิสระ (เข้าร่วมการวิจัย/ถอนตัวออกจากกรวิจัย) โดยปราศจากการขู่บังคับ (free of coercion) การชักจูงเกินเหตุ (Undue inducement) และแรงกดดัน (unjustifiable pressure)

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและคำตอบที่เป็นจริงครอบคลุมประเด็นอย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในส่วนของกรวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data)

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าสิ่งตีพิมพ์ บทความ วารสารงาน แผนพัฒนาเศรษฐกิจ แผนแม่บท นโยบายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในงานวิจัย

3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือไม่เป็นทางการ (Unstructured interview) เน้นพูดคุยกันเองโดยไม่มีโครงสร้าง ซึ่งการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยมีการกำหนดประเด็นที่ชัดเจน แต่รูปแบบสัมภาษณ์ของผู้วิจัยใช้ลักษณะกันเอง มีพิธีรีตอง ไม่เคร่งครัด ขึ้นตอนหรือลำดับข้อคำถาม ไม่มีการคาดการณ์ล่วงหน้าของข้อคำถามตามความเห็นของตนเอง และเสริมเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวข้องของผู้ให้สัมภาษณ์ได้ โดยมีกระบวนการดังนี้

3.2.3 เตรียมประเด็นความพร้อมในการสัมภาษณ์ (โดยใช้แบบสัมภาษณ์)

3.2.4 ติดต่อโดยตรงโดยทบทวนจากฐานข้อมูลสาธารณะ

หรือการติดต่อโดยใช้วิธีการอ้างอิงต่อเนื่องปากต่อปากหรือ Snowball Sampling Technique และมีการจัดทำจดหมายเชิญชวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยตรง

3.2.5 เชิญชวนผู้เข้าให้ข้อมูลสำคัญโดยผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ

เอกสารแผ่นพับ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เชิญชวน โดยผ่านจุดประชาสัมพันธ์ของชุมชน องค์กร และหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง

3.2.6 นัด วัน เวลา สถานที่ ในการสัมภาษณ์

โดยการโทรศัพท์หรือทำเอกสารแจ้งไปยังผู้ถูกสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

3.2.7 กำหนดการใช้รหัส (Code No.)

ในแบบบันทึกข้อมูลทุกประเภท แทนชื่อ-นามสกุล Hospital Number (HN) หรือ Identification รูปแบบอื่นใดก็ตามที่สามารถระบุถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้ว่าเป็นใคร

3.2.8 ทำการสัมภาษณ์และจัดบันทึกข้อมูลพร้อมด้วยการบันทึกเสียง

ถ่ายรูปด้วยกล้องวิดีโอและก่อนที่จะบันทึกข้อมูลผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อน ตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล และเนื่องจากสถานการณ์ Covid -19 ผู้ร่วมให้ข้อมูลสำคัญอาจไม่สะดวกในการให้ข้อมูลในลักษณะเผชิญหน้าจึงมีการสัมภาษณ์ผ่านการ VDO Call และผู้วิจัยขออนุญาตบันทึกข้อมูลในการให้สัมภาษณ์ ในบางราย

3.2.9 ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แล้วนำมาวิเคราะห์ พร้อมทั้งทำการแปลผลการสัมภาษณ์ หากมีการสัมภาษณ์แล้วข้อมูลไม่ครบหรือไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมอีกครั้ง

3.2.10 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.2.11 กำหนดประเด็นคำถามเพื่อใช้เครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก

(In-depth Interview) โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยเตรียมแนวทางการคำถามการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เพราะสามารถยืดหยุ่น และกระทำการได้ง่ายและมีความต่อเนื่องของคำถาม สามารถเจาะลึก การตั้งแนวคำถามหลักไว้ก่อนล่วงหน้าเป็นแบบกว้างๆ เพื่อให้มีจุดยืนและประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ ใช้ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด ไม่มีการกำหนดหรือเรียงลำดับหัวข้อการสนทนาเป็นไปแบบธรรมชาติ ไม่สร้างความอึดอัดแก่ผู้ถูกซักถาม แบ่งออกได้ 2 แบบ ได้แก่

3.2.12 การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ

การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบเพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ มีความเป็นอิสระที่จะเล่าเรื่องราวต่างๆ ของตนเอง ครอบครัว และข้อมูลในด้านทัศนคติ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องประกอบการวิจัย

3.2.13 การสัมภาษณ์ในลักษณะเจาะลึก

การสัมภาษณ์ในลักษณะเจาะลึกหรือสัมภาษณ์แบบมีจุดสนใจโดยเฉพาะ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะจงในเรื่องที่เป็นจุดสนใจ โดยผู้วิจัยได้ใช้คำถามจากแนวทางที่วางไว้ การได้มาซึ่งข้อมูลผู้วิจัยใช้เวลาในการสร้างสัมพันธภาพคุ้นเคยเพื่อสร้างความไว้วางใจและนำไปสู่ข้อมูลที่ต้องการ

3.2.14 การจดบันทึกและการบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

วิธีการจดบันทึกโดยละเอียดภายหลังที่ได้ข้อมูลจากการสนทนา การสัมภาษณ์การบันทึกการสังเกต เพื่อป้องกันการตกหล่นของข้อมูลหรือป้องกันการลืม การตั้งสมมติฐานชั่วคราวจากการวิเคราะห์ข้อมูลได้เป็นระยะๆ ส่วนใหญ่การสังเกต ผู้วิจัยจะทำควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์ บางกรณีอาจสังเกตโดยอิสระ ซึ่งประกอบไปด้วยการสังเกตภายใน (ตัวผู้วิจัย) และการสังเกตภายนอก ได้แก่สิ่งที่ผู้วิจัยเฝ้าสังเกตบุคคลอื่นๆในการสัมภาษณ์

วิธีการบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัย จะทำการขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียงเมื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ขัดข้อง ผู้วิจัยจะได้บันทึกเสียงไว้ ทำให้สามารถเก็บรายละเอียดของข้อมูลได้มากขึ้น โดยไม่ต้องกังวลกับการจดบันทึกในภายหลัง ทำให้การสนทนาเป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ และสามารถสังเกตดูอากัปกิริยาของผู้ให้ข้อมูล และสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์นั้นๆ ได้อย่างเต็มที่ ในกรณี

ที่ผู้ให้ข้อมูลไม่เต็มใจ ผู้วิจัยก็จะไม่ใช่เทปบันทึกเสียง เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสบายใจในการให้ข้อมูล และผู้วิจัยก็จะดำเนินการจดบันทึกเพียงอย่างเดียวเพื่อไม่เป็นการฝืนใจผู้ให้ข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินงาน มีขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างเครื่องมือ โดยการใช้ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผ่านการตรวจสอบเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตามแนวทางประเด็นซึ่งกำหนดไว้ให้ได้ตามวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล จากการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัด Category ใช้การวิเคราะห์สรุปเนื้อหาและการจัดกลุ่มข้อมูล

3.2.15 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2566

3.2.16 การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลวิธีการเชิงคุณภาพ โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยายและพรรณนา (Descriptive Research) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลใช้แนวคำถามซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนามได้เพียงพอต่อการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ขั้นต้นแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยนำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระบบตามเค้าโครงงานวิจัย วิเคราะห์และสรุปผลพร้อมกับหาข้อมูลเพิ่มเติมในการดำเนินการในกระบวนการวิจัยต่อไป แต่หากพบว่าข้อมูลยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ผู้วิจัยก็จะทำการสัมภาษณ์ซ้ำในบางประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากขึ้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลซ้ำในบางประเด็นอีกครั้งหนึ่งซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงมากขึ้น และผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแบบสามเส้า ตรวจสอบว่า ผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลมาต่างกันหรือไม่ และอย่างไร โดยใช้ผู้วิจัยหลายคนในการรวบรวมข้อมูล ทั้งการ ผู้สัมภาษณ์หรือการสังเกต พิสูจน์ความถูกต้องของ ข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ถ้า ข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูล เปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

การวิจัยระยะที่ 2

การดำเนินการวิจัยระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data)

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าสิ่งตีพิมพ์ บทความ วารสารงาน แผนพัฒนาเศรษฐกิจ แผนแม่บทนโยบายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในงานวิจัยผู้วิจัยเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างโดยการเข้าถึง การประชาสัมพันธ์ และ การเชิญชวน ดังนี้

- เชิญชวนผู้เข้าให้ข้อมูลสำคัญโดยผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ เอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เชิญชวนโดยผ่านหน่วยงานภาครัฐกลุ่มบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงสุขภาพ หรือการให้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา สถานประกอบการธุรกิจด้านโรงแรมหรือผู้ที่มีศักยภาพในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ หรือเป็นพันธมิตรทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มชุมชน หน่วยงานภาครัฐกลุ่มบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงสุขภาพ หรือการให้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา สถานประกอบการธุรกิจด้านโรงแรมหรือผู้ที่มีศักยภาพในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ หรือเป็นพันธมิตรทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์การเข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประสานงานขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล หลังจากผู้วิจัยได้ตอบรับการอนุเคราะห์ผู้วิจัยทำการนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ในการขอเข้าไปเก็บข้อมูล หรือประเมินความพึงพอใจ และก่อนเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยโดยการแจกเอกสารชี้แจงเพื่อเข้าร่วมโครงการวิจัย (AF 06-2) จากนั้นอธิบายคำชี้แจงและรายละเอียดในการสัมภาษณ์ ตอบแบบสอบถาม หรือ แบบประเมินให้กับกลุ่มตัวอย่างฟังจนเข้าใจ และการสัมภาษณ์ หรือ เก็บข้อมูลวิจัยเป็นไปตามสมัครใจโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ยินยอมและเต็มใจให้ข้อมูลเท่านั้น (แจกเอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย AF 06-03.01)

- สถานที่ในการเก็บข้อมูล สถานที่ด้านการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงสุขภาพ หรือการให้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา สถานประกอบการธุรกิจด้านโรงแรมหรือผู้ที่มีศักยภาพในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ หรือเป็นพันธมิตรทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเนื่องด้วยปัจจุบันมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) การเก็บข้อมูลการวิจัยผู้วิจัยได้มีมาตรการรักษาระยะห่างทางกายภาพและมีมาตรการในการรักษาความสะอาดระหว่างดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อความปลอดภัยของผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

- ผู้วิจัยเตรียมหน้ากากอนามัยไว้สำหรับผู้เข้าร่วมวิจัย

- ก่อนการสัมภาษณ์หรือการตอบแบบสอบถาม หรือตอบแบบประเมินมีการล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ของผู้เข้าร่วมวิจัยตามความสมัครใจ

- ในการเก็บข้อมูลมีการเว้นระยะห่างไม่น้อยกว่า 1 เมตร

- ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

การได้มาซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย/กลุ่มตัวอย่าง: ระบุวิธีการผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย/กลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเกณฑ์การคัดเลือก – คัดออก โดยละเอียด

การเก็บโดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจนจึงใช้สูตรการคำนวณโดยใช้ตารางของยามาเน่ 3 (Yamane,1973) ขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่า $Z = 1.96$ ความคลาดเคลื่อน (e) 10% หากมีประชากรตั้งแต่ 20,000 คน ขึ้นไปจะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 100 คน จึงใช้กลุ่มตัวอย่างในการประเมินเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน

ประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพลตฟอร์ม (Platform) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพัทยา (สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ 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 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน

- เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล
- เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Inclusion criteria)
- คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเข้าศึกษา (Inclusion criteria)

นักท่องเที่ยวชาวไทย

- มีอายุไม่น้อยกว่า 25 ปี ไม่จำกัดเพศ
- เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
- เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัย
- ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion criteria)

- นักท่องเที่ยวชาวไทยอาศัยอยู่ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

- นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้
- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- มีอายุไม่น้อยกว่า 25 ปี

นักท่องเที่ยวต่างชาติ

- สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาอังกฤษได้
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัย
- ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย
- เกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion criteria)
- นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติอาศัยอยู่ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
- นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

ความเคารพในบุคคล (Respect for person)

- ผู้วิจัยเคารพในการขอความยินยอมโดยให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนและให้อาสาสมัครตัดสินใจอย่างอิสระ ปราศจากการข่มขู่ บังคับ (Respect for free and informed consent และ Respect to autonomy of decision making)

- ผู้วิจัยเคารพในการเก็บรักษาความลับของข้อมูลส่วนตัวของอาสาสมัคร (Respect for confidentiality) ความหมายของ Confidentiality คือข้อมูล (data) เป็นวิธีการรักษาความลับของข้อมูล ส่วนตัวของอาสาสมัคร โดยมีข้อจำกัด ข้อมูลเหล่านั้น ได้แก่การบันทึกเสียงหรือภาพ (tape, video, and photo) มาตรการรักษาความลับ เช่น ใช้รหัส เก็บในคอมพิวเตอร์ (computer) ที่มีรหัสผ่าน (password)

- ผลของการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคู่มือนวัตกรรมสำหรับการออกแบบสู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไปการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ไม่มีความเสี่ยงแต่อย่างใด ข้อมูลต่าง ๆ ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยชื่อของท่าน การนำเสนอข้อมูลจะเป็นในภาพรวม ทั้งนี้ข้อมูลจะถูกเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีรหัสผ่านของคุณะผู้วิจัย เท่านั้น ส่วนเอกสารจะเก็บไว้ในตู้เอกสารที่ใส่กุญแจไว้เป็นเวลา 1 ปี หลังการเผยแพร่ผลการวิจัยและจะถูกนำไปทำลายหลังจากนั้น

การให้ความยินยอมโดยได้รับข้อมูล

เป็นกระบวนการ (Informed Consent process) เริ่มต้นจากการ ติดต่อกันครั้งแรก (initial contact) และกระบวนการต่อเนื่องไปตลอดระยะเวลาการศึกษาวิจัยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (elements) ได้แก่

- Information ให้ข้อมูลครบถ้วนไม่ปิดบัง
- Comprehension ผู้รับข้อมูลมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ผู้ขอความยินยอมต้องตรวจสอบความ เข้าใจ ของผู้ที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในการวิจัย
- Voluntariness ตัดสินใจโดยอิสระ (เข้าร่วมการวิจัย/ถอนตัวออกจากการศึกษา) โดยปราศจากการขู่บังคับ (free of coercion) การชักจูงเกินเหตุ (undue inducement) และแรงกดดัน (unjustifiable pressure)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มาจากการศึกษางานวิจัย ดังนี้

การทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพทยา (สำหรับนักทอ้งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ 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 นักทอ้งเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คนและนักทอ้งเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 คน และประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพ แพลตฟอรัม (Platform) การทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพทยา (สำหรับนักทอ้งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ 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 นักทอ้งเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คนและนักทอ้งเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

การเก็บข้อมูลพฤติกรรมกรทอ้งเที่ยว ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักทอ้งเที่ยวชาวไทยและนักทอ้งเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่พิเศษเมืองพทยาหรือผู้ที่เคยมาทอ้งเที่ยวในพื้นที่พิเศษพทยาอายุตั้งแต่ 20 - 65 ปี ขึ้นไป ไม่จำกัดเพศ โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนกลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยนักทอ้งเที่ยวชาวไทย 100 คน และชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

การประเมิน ความพึงพอใจนวัตกรรมกรออกแบบและแพลตฟอรัม (Platform) ด้านการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพทยาโดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน

กลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 20 - 65 ปี ขึ้นไป ไม่จำกัดเพศ แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน และชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

เกณฑ์การถอนกลุ่มตัวอย่าง/อาสาสมัครวิจัย ออกจากโครงการวิจัย (Discontinuation criteria) การถอนกลุ่มตัวอย่างได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุเกิน 65 ปี หรือกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เพราะจะมีผลต่ออุปสรรคในการเก็บข้อมูลได้

การให้ความยินยอมโดยได้รับข้อมูล เป็นกระบวนการ (Informed Consent process) เริ่มต้นจากการ ติดต่อครั้งแรก (initial contact) และกระบวนการต่อเนื่องไปตลอดระยะเวลา การศึกษาวิจัยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (elements) ได้แก่

- Information ให้ข้อมูลครบถ้วนไม่ปิดบัง
- Comprehension ผู้รับข้อมูลมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ผู้ขอความยินยอมต้องตรวจสอบความ เข้าใจ ของผู้ที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในการวิจัย
- Voluntariness ตัดสินใจโดยอิสระ (เข้าร่วมการวิจัย/ถอนตัวออกจากกรวิจัย)

โดยปราศจากการขู่บังคับ (free of coercion) การชักจูงเกินเหตุ (undue inducement) และแรงกดดัน (unjustifiable pressure)

5. การได้มาซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย/กลุ่มตัวอย่าง: ระเบียบวิธีการผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย/กลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเกณฑ์การคัดเลือก – คัดออก โดยละเอียด

5.1 การได้มาซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย/กลุ่มตัวอย่าง

5.1.1 ตัวแทนผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชน

ในด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการเชิงสุขภาพ ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา โดยกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในชุมชนที่มีภูมิปัญญาในด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ชุมชนหนองปลาไหล ชุมชนหนองปรือ ชุมชนตะเคียนเตี้ย และชุมชนอื่นๆ ที่มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้อง

หมายเหตุ: ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชน หมายถึงบุคคลผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญาชาวบ้าน มีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญ หรือได้รับการสืบทอดองค์ความรู้จากเจ้าของภูมิปัญญาไม่น้อยกว่า 15 ปี และภูมิปัญญานั้นๆ มีการนำมาใช้ประโยชน์เชื่อมโยงคุณค่าของอดีตกับปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม (เช่นชุมชน การบำบัด การรักษาเชิงสุขภาพ การรักษาในด้านศาสตร์เฉพาะ เช่น กัวซา)

เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

- เป็นเจ้าของภูมิปัญญาชาวบ้านมีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญหรือได้รับการสืบทอดองค์ความรู้จากเจ้าของภูมิปัญญาที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
- เป็นบุคคลผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญาชาวบ้านมีประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญ หรือได้รับการสืบทอดองค์ความรู้จากเจ้าของภูมิปัญญาไม่น้อยกว่า 15 ปี
- อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
- เป็นผู้มีอายุไม่น้อยกว่า 45 ปี
- สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัย
- ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

- ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้
 - ตัวแทนผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน
- ตัวแทนผู้นำชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา เช่น ชุมชนหนองปลาไหล ชุมชนหนองปรือ ชุมชนตะเคียนเตี้ย และชุมชนอื่นๆ ที่มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้อง จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

หมายเหตุ: ตัวแทนผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน หมายถึง ผู้มีความรู้ ความสามารถในกิจกรรมที่มีอยู่ในชุมชนเป็นอย่างดี หรือ ผู้นำทางความคิดในด้านการพัฒนา หรือ ผู้นำทางด้านอาชีพ เทคนิค การปฏิบัติ ผู้นำเยาวชนหรือผู้นำอาวุโสภายในชุมชนหรือคณะกรรมการภายในชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

เกณฑ์การคัดเลือกเข้า (Inclusion criteria)

- ตัวแทนผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชน ผู้มีความรู้ ความสามารถในกิจกรรมที่มีอยู่ในชุมชนเป็นอย่างดี หรือ ผู้นำทางความคิดในด้านการพัฒนา หรือ ผู้นำทางด้านอาชีพ เทคนิค การปฏิบัติ หรือคณะกรรมการภายในชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
- อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

- เป็นผู้มีอายุไม่น้อยกว่า 25 ปี ไม่จำกัดเพศ
- สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัย
- ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

- ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

- ตัวแทนกลุ่มอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ จำนวน กลุ่มละ 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

หมายเหตุ: ตัวแทนกลุ่มอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ หมายถึง ตัวแทนกลุ่มผู้ให้บริการ อาชีพ องค์กร สถานประกอบการ หรือบุคคลในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่นผู้ให้บริการเชิงสุขภาพ ตัวแทนบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตัวแทนธุรกิจด้านโรงแรมผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านหลักๆ ได้แก่

1. เป็นผู้ประกอบอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ โดยมีลักษณะการเก็บข้อมูลเชิงสุขภาพ ใน ระดับกลุ่มอาชีพที่ให้บริการหรือเกี่ยวข้องทางด้านการบำบัด ฟันฟู หรือให้บริการเชิงสุขภาพที่ไม่ซับซ้อน อาจจรรวมถึงสถาบันบำบัดรักษาเฉพาะทางทั้งในด้านร่างกาย หรือจิตใจ ในเชิงสุขภาพ จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่สถานประกอบการที่ผู้ประกอบการนั้นๆ ปฏิบัติงานอยู่

2. เป็นตัวแทนจากกลุ่มบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว หรือมีการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงสุขภาพ หรือการให้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิเช่น การจัดท่องเที่ยวมีบริการในลักษณะแพ็คเกจเชิงสุขภาพพร้อมที่พัก หรือมีการกำหนดแพ็คเกจการรักษาเฉพาะทางพร้อมที่พักผนวกกับการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่สถานประกอบการที่ผู้ประกอบการนั้นๆ ปฏิบัติงานอยู่

3. เป็นตัวแทนธุรกิจด้านโรงแรมผู้ที่มีศักยภาพในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ หรือเป็นพันธมิตรทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 8 – 12 คน สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่สถานประกอบการที่ผู้ประกอบการนั้นๆ ปฏิบัติงานอยู่

4. เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องในส่วนของกรวางกรอบ แผนนโยบาย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาคที่เกี่ยวข้องด้าน

ผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ จำนวน 8 – 12 คน สถานที่ที่ใช้เก็บข้อมูล ได้แก่สถานประกอบการที่ผู้ประกอบการอาชีพนั้นๆ ปฏิบัติงานอยู่

เกณฑ์การคัดเลือกเข้า (Inclusion criteria)

- เป็นกลุ่มผู้ให้บริการ อาชีพ องค์กร สถานประกอบการ หรือบุคคลในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่นผู้ให้บริการเชิงสุขภาพ ตัวแทนบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตัวแทนธุรกิจด้านโรงแรมผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

- เป็นผู้ที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 25 ปี ไม่จำกัดเพศ
- สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัย
- ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

- ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้
- ตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
- จำนวน 8 – 12 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

หมายเหตุ: ตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา หมายถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บริการเชิงสุขภาพ

5. เป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา หมายถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 1 ปี เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บริการเชิงสุขภาพเป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 25 ปีเป็นต้นไป

- ไม่จำกัดเพศ
- สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัย
- ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
ตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

ความเคารพในบุคคล (Respect for person)

1. ผู้วิจัยเคารพในการขอความยินยอมโดย
2. ให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนและให้อาสาสมัครตัดสินใจ อย่างอิสระ ปราศจากการข่มขู่ บังคับ
(Respect for free and informed consent และ Respect to autonomy of decision making)
3. ผู้วิจัยเคารพในการเก็บรักษาความลับของข้อมูลส่วนตัวของอาสาสมัคร (Respect for confidentiality) ความหมายของ Confidentiality คือข้อมูล (data) เป็นวิธีการรักษาความลับของข้อมูล ส่วนตัวของอาสาสมัคร โดยมีข้อจำกัด ข้อมูลเหล่านั้น ได้แก่ การบันทึกเสียงหรือภาพ (tape, video and photo) มาตรการรักษาความลับ เช่น ใช้รหัส เก็บในคอมพิวเตอร์ (computer) ที่มีรหัสผ่าน (password)

ผลของการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคู่มือนวัตกรรมสำหรับการออกแบบสู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไปการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ ไม่มีความเสี่ยงแต่อย่างใด ข้อมูลต่าง ๆ ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยชื่อของท่าน การนำเสนอข้อมูลจะเป็นในภาพรวม ทั้งนี้ข้อมูลจะถูกเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีรหัสผ่านของคณะผู้วิจัย เท่านั้น ส่วนเอกสารจะเก็บไว้ในตู้เอกสารที่ใส่กุญแจไว้เป็นเวลา 1 ปี หลังการเผยแพร่ผลการวิจัยและจะถูกนำไปทำลายหลังจากนั้น

การให้ความยินยอมโดยได้รับข้อมูล เป็นกระบวนการ (Informed Consent process) เริ่มต้นจากการ ติดต่อกันครั้งแรก (initial contact) และกระบวนการต่อเนื่องไปตลอดระยะเวลาการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (elements) ได้แก่

- Information ให้ข้อมูลครบถ้วนไม่ปิดบัง
- Comprehension ผู้รับข้อมูลมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ผู้ขอความยินยอมต้องตรวจสอบความ เข้าใจ ของผู้ที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในการวิจัย
- Voluntariness ตัดสินใจโดยอิสระ (เข้าร่วมการวิจัย/ถอนตัวออกจากการศึกษา) โดยปราศจากการขู่บังคับ (free of coercion) การชักจูงเกินเหตุ (undue inducement) และแรงกดดัน (Unjustifiable pressure)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและคำตอบที่เป็นจริงครอบคลุมประเด็นอย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในส่วนของ การวิจัยเชิงคุณภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าสิ่งตีพิมพ์ บทความ วารสารงาน แผนพัฒนา เศรษฐกิจ แผนแม่บท นโยบายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในงานวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือไม่เป็นทางการ (Unstructured interview) เน้นพูดคุยกันเองโดยไม่มีโครงสร้าง ซึ่งการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยมีการกำหนดประเด็นที่ชัดเจน แต่รูปแบบสัมภาษณ์ของผู้วิจัยใช้ลักษณะกันเอง มีพิธีรีตอง ไม่เคร่งครัดขั้นตอนหรือลำดับข้อคำถาม ไม่มีการคาดการณ์ล่วงหน้าของข้อคำถามตามความเห็นของตนเอง และเสริมเรื่องราวขงต่างๆที่เกี่ยวข้องของผู้ให้สัมภาษณ์ได้ โดยมีกระบวนการดังนี้

1. เตรียมประเด็นความพร้อมในการสัมภาษณ์ (โดยใช้แบบสัมภาษณ์)ติดต่อโดยตรงโดย ทบทวนจากฐานข้อมูล สาธารณะหรือการติดต่อโดยใช้วิธีการอ้างอิงต่อเนื่องปากต่อปากหรือ Snowball Sampling Technique และมีการจัดทำจดหมายเชิญชวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยตรง
2. เชิญชวนผู้เข้าให้ข้อมูลสำคัญ โดยผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ เอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เชิญชวน โดยผ่านจุดประชาสัมพันธ์ของชุมชน องค์กร และหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง
3. นัด วัน เวลา สถานที่ ในการสัมภาษณ์ โดยการโทรศัพท์หรือทำเอกสารแจ้งไปยังผู้ถูก สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)
4. กำหนดการใช้รหัส (Code No.) ในแบบบันทึกข้อมูลประเภทที่มีการแสดงทัศนคติที่มีผลกระทบต่อหรือเสี่ยงต่อการมีผลกระทบต่อเผยแพร่ข้อมูล แทนชื่อ-นามสกุล Hospital Number (HN) หรือ Identification รูปแบบอื่นใดก็ตามที่สามารถระบุถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้ว่าเป็นใครแต่ในกรณีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชนจำเป็นต้องอ้างอิงตัวบุคคลจึงต้องระบุ ชื่อ-นามสกุล ในการเก็บข้อมูล

ทำการสัมภาษณ์และจดบันทึกข้อมูลพร้อมด้วยการบันทึกเสียง ถ่ายรูปด้วยกล้องวิดีโอและ ก่อนที่จะบันทึกข้อมูลผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อนตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล และ เนื่องจากสถานการณ์ Covid -19 ผู้ร่วมให้ข้อมูลสำคัญอาจไม่สะดวกในการให้ข้อมูลในลักษณะ

เผชิญหน้าจึงมีการสัมภาษณ์ผ่านการ VDO Call และผู้วิจัยขออนุญาตบันทึกข้อมูลในการให้สัมภาษณ์ในบางราย

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แล้วนำมาวิเคราะห์ พร้อมทั้งทำการแปรผลการสัมภาษณ์หากมีการสัมภาษณ์แล้วข้อมูลไม่ครบหรือไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมอีกครั้ง

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

กำหนดประเด็นคำถามเพื่อใช้เครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยเตรียมแนวทางคำถามการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า เพราะสามารถยืดหยุ่น และกระทำการได้ง่ายและมีความต่อเนื่องของคำถาม สามารถเจาะลึก การตั้งแนวคำถามหลักไว้ก่อนล่วงหน้าเป็นแบบกว้างๆ เพื่อให้มีจุดยืนและประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ ใช้ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด ไม่มีการกำหนดหรือเรียงลำดับหัวข้อ การสนทนาเป็นไปแบบธรรมชาติ ไม่สร้างความอึดอัดแก่ผู้ถูกซักถาม แบ่งออกได้ 2 แบบ ได้แก่

1. การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ มีความเป็นอิสระที่จะเล่าเรื่องราวต่างๆ ของตนเอง ครอบครัว และข้อมูลในด้านทัศนคติ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องประกอบการวิจัย
2. การสัมภาษณ์ในลักษณะเจาะลึก หรือสัมภาษณ์แบบมีจุดสนใจโดยเฉพาะ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะจงในเรื่องที่เป็นจุดสนใจ โดยผู้วิจัยได้ใช้คำถามจากแนวทางที่วางไว้ การได้มาซึ่งข้อมูล ผู้วิจัยใช้เวลาในการสร้างสัมพันธภาพความคุ้นเคยเพื่อสร้างความไว้วางใจและนำไปสู่ข้อมูลที่ต้องการ

การจดบันทึกและการบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

วิธีการจดบันทึกโดยละเอียดภายหลังจากที่ได้ข้อมูลจากการสนทนา การสัมภาษณ์ การบันทึกการสังเกต เพื่อป้องกันการตกหล่นของข้อมูลหรือป้องกันการลืม การตั้งสมมติฐานชั่วคราวจากการวิเคราะห์ข้อมูลได้เป็นระยะๆ ส่วนใหญ่การสังเกต ผู้วิจัยจะทำควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์ บางกรณีอาจสังเกตโดยอิสระ ซึ่งประกอบไปด้วยการสังเกตภายใน (ตัวผู้วิจัย) และการสังเกตภายนอก ได้แก่สิ่งที่ผู้วิจัยเฝ้าสังเกตบุคคลอื่นๆ ในการสัมภาษณ์

วิธีการบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัย จะทำการขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียง เมื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่ขัดข้อง ผู้วิจัยจะได้บันทึกเสียงไว้ ทำให้สามารถเก็บรายละเอียดของข้อมูลได้มากขึ้น โดยไม่ต้องกังวลกับการจดบันทึกในภายหลัง ทำให้การสนทนาเป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ และสามารถสังเกตดูอากัปกิริยาของผู้ให้ข้อมูล และสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์นั้นๆ ได้อย่างเต็มที่ ในกรณี

ที่ผู้ให้ข้อมูลไม่เต็มใจ ผู้วิจัยก็จะไม่ใช่เทปบันทึกเสียง เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสบายใจในการให้ข้อมูล และผู้วิจัยก็จะดำเนินการจดบันทึกเพียงอย่างเดียวเพื่อไม่เป็นการฝืนใจผู้ให้ข้อมูล

ขั้นตอนการดำเนินงาน มีขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างเครื่องมือ โดยการใช้ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยผ่านการตรวจสอบเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามแนวทางประเด็นซึ่งกำหนดไว้ให้ได้ตามวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล จากการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัด Category ใช้การวิเคราะห์สรุปเนื้อหาและการจัดกลุ่มข้อมูล ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2566

การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลวิธีการเชิงคุณภาพ โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยายและพรรณนา (Descriptive Research) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลใช้แนวคำถามซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนามได้เพียงพอต่อการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ขั้นต้นแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยนำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระบบตามเค้าโครงงานวิจัย วิเคราะห์และสรุปผลพร้อมกับหาข้อมูลเพิ่มเติมในการดำเนินการในกระบวนการวิจัยต่อไป แต่หากพบว่าข้อมูลยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ผู้วิจัยก็จะทำการสัมภาษณ์ซ้ำในบางประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากขึ้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลซ้ำในบางประเด็นอีกครั้งหนึ่งซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงมากขึ้น และผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแบบสามเส้า ตรวจสอบว่า ผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลมาต่างกันหรือไม่ และอย่างไร โดยใช้ผู้วิจัยหลายคนในการรวบรวมข้อมูล ทั้งการ ผู้สัมภาษณ์หรือการสังเกต พิสูจน์ความถูกต้องของ ข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ถ้า ข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูล เปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

การวิจัยระยะที่ 2

การดำเนินการวิจัยระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data)

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าสิ่งตีพิมพ์ บทความ วารสาร งานแผนพัฒนาเศรษฐกิจ แผนแม่บทนโยบายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในงานวิจัยผู้วิจัยเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างโดยการเข้าถึง การประชาสัมพันธ์ และ การเชิญชวน ดังนี้

เชิญชวนผู้เข้าให้ข้อมูลสำคัญโดยผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ เอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์เชิญชวนโดยผ่านหน่วยงานภาครัฐกลุ่มบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงสุขภาพ หรือการให้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา สถาประกอบการธุรกิจด้านโรงแรมหรือผู้ที่มีศักยภาพในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ หรือเป็นพันธมิตรทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำหนดการใช้รหัส (Code No.) ในแบบสอบถามที่มีการแสดงทัศนคติที่มีผลกระทบหรือเสี่ยงต่อการมีผลกระทบต่อการเผยแพร่ข้อมูล แทนชื่อ-นามสกุล Hospital Number (HN) หรือ Identification รูปแบบอื่นใดก็ตามที่สามารถระบุถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้ว่าเป็นใครขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มชุมชน หน่วยงานภาครัฐกลุ่มบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงสุขภาพ หรือการให้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา สถาประกอบการธุรกิจด้านโรงแรมหรือผู้ที่มีศักยภาพในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ หรือเป็นพันธมิตรทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์การเข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประสานงานขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล หลังจากผู้วิจัยได้ตอบรับการอนุเคราะห์ ผู้วิจัยทำการนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ในการขอเข้าไปเก็บข้อมูล หรือประเมินความพึงพอใจ และก่อนเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย โดยการแจกเอกสารชี้แจงเพื่อเข้าร่วมโครงการวิจัย (AF 06-2) จากนั้นอธิบายคำชี้แจงและรายละเอียดในการสัมภาษณ์ ตอบแบบสอบถาม หรือ แบบประเมินให้กับกลุ่มตัวอย่างฟังจนเข้าใจ และการสัมภาษณ์ หรือ เก็บข้อมูลวิจัยเป็นไปตามสมัครใจโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ยินยอม และเต็มใจให้ข้อมูลเท่านั้น (แจกเอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย AF 06-03.01)

สถานที่ในการเก็บข้อมูล

สถานที่ด้านการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงสุขภาพ หรือการให้บริการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองพัทยา สถาประกอบการธุรกิจด้านโรงแรมหรือผู้ที่มีศักยภาพในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ หรือเป็นพันธมิตรทางการค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเนื่องด้วยปัจจุบันมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) การเก็บข้อมูลการวิจัยผู้วิจัยได้มีมาตรการรักษา ระยะห่างทางกายภาพและมีมาตรการในการรักษาความสะอาดระหว่างดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อความปลอดภัยของผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

ผู้วิจัยเตรียมหน้ากากอนามัยไว้สำหรับผู้เข้าร่วมวิจัยก่อนการสัมภาษณ์หรือการตอบแบบสอบถาม หรือตอบแบบประเมินมีการล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ของผู้เข้าร่วมวิจัยตามความสนใจในการเก็บข้อมูลมีการเว้นระยะห่างไม่น้อยกว่า 1 เมตร

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลมาดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณการได้มาซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย/กลุ่มตัวอย่าง: ระบุวิธีการผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย/กลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเกณฑ์การคัดเลือก – คัดออก โดยละเอียด

การเก็บโดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจนจึงใช้สูตรการคำนวณโดยใช้ตารางของยามาเนะ 3 (Yamane, 1973) ขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่า $Z = 1.96$ ความคลาดเคลื่อน (e) 10% หากมีประชากรตั้งแต่ 20,000 คน ขึ้นไปจะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 100 คน จึงใช้กลุ่มตัวอย่างในการประเมินเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน

ประเมินความพึงพอใจในวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพลตฟอร์ม (Platform) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพัทยา (สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจนจึงใช้สูตรการคำนวณโดยใช้ตารางของยามาเนะ 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 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน

เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Inclusion criteria)

คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเข้าศึกษา (Inclusion criteria)

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย
2. มีอายุไม่น้อยกว่า 25 ไม่จำกัดเพศ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาไทยได้
3. เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
4. ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมการวิจัยยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion criteria)

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยอาศัยอยู่ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่สามารถเสียสละ เวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

- อายุไม่น้อยกว่า 20 ไม่จำกัดเพศ
- นักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถอ่าน ฟัง เขียนภาษาอังกฤษได้
- ไม่มีการเจ็บป่วยรุนแรงที่เป็นอุปสรรค ต่อการเข้าร่วมการวิจัย
- ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออกของกลุ่มตัวอย่าง (Exclusion criteria)

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติอาศัยอยู่ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ไม่สามารถเสียสละเวลาเข้าร่วมในการทำกิจกรรม/ หรือตอบแบบสอบถามไม่ครบตามที่กำหนดไว้

ความเคารพในบุคคล (Respect for person)

ผู้วิจัยเคารพในการขอความยินยอมโดยให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนและให้อาสาสมัครตัดสินใจอย่างอิสระ ปราศจากการข่มขู่ บังคับ (Respect for free and informed consent และ Respect to autonomy of decision making)

ผู้วิจัยเคารพในการเก็บรักษาความลับของข้อมูลส่วนตัวของอาสาสมัคร (Respect for confidentiality) ความหมายของ Confidentiality คือข้อมูล (data) เป็นวิธีการรักษาความลับของข้อมูล ส่วนตัวของอาสาสมัคร โดยมีข้อจำกัด ข้อมูลเหล่านั้น ได้แก่การบันทึกเสียงหรือภาพ (tape, video, and photo) มาตรการรักษาความลับ เช่น ใช้รหัส เก็บในคอมพิวเตอร์ (computer) ที่มีรหัสผ่าน (password)

ผลของการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคู่มือนวัตกรรมสำหรับการออกแบบสู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไปการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ ไม่มีความเสี่ยงแต่อย่างใด ข้อมูลต่าง ๆ ของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ไม่มีการเปิดเผยชื่อของท่าน การนำเสนอข้อมูลจะเป็นในภาพรวม ทั้งนี้ข้อมูลจะถูกเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีรหัสผ่านของคณะผู้วิจัย เท่านั้น ส่วนเอกสารจะเก็บไว้ในตู้เอกสารที่ใส่กุญแจไว้เป็นเวลา 1 ปี หลังการเผยแพร่ผลการวิจัยและจะถูกนำไปทำลายหลังจากนั้น

การให้ความยินยอมโดยได้รับข้อมูล เป็นกระบวนการ (Informed Consent process) เริ่มต้นจากการ ติดต่อกันครั้งแรก (initial contact) และกระบวนการต่อเนื่องไปตลอดระยะเวลาการศึกษาวิจัยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (elements) ได้แก่

- Information ให้ข้อมูลครบถ้วนไม่ปิดบัง
- Comprehension ผู้รับข้อมูลมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ผู้ขอความยินยอมต้องตรวจสอบความเข้าใจของผู้ที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในการวิจัย
- Voluntariness ตัดสินใจโดยอิสระ (เข้าร่วมการวิจัย/ถอนตัวออกจากกรวิจัย) โดยปราศจากการขู่บังคับ (free of coercion) การชักจูงเกินเหตุ (undue inducement) และแรงกดดัน (unjustifiable pressure)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มาจากการศึกษางานวิจัย ดังนี้

การทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพททยา (สำหรับนักทอ้งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ) 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 นักทอ้งเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คนและนักทอ้งเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 คน และประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพ แพลตฟอรั่ม (Platform) การทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพททยา (สำหรับนักทอ้งเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ) 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 นักทอ้งเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คนและนักทอ้งเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

การเก็บข้อมูลพฤติกรรมกรทอ้งเที่ยว ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักทอ้งเที่ยวชาวไทยและนักทอ้งเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่พิเศษเมืองพททยาหรือผู้ที่เคยมาทอ้งเที่ยวในพื้นที่พิเศษพททยา อายุไม่น้อยกว่า 25 ปี ไม่จำกัดเพศ โดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนกลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยนักทอ้งเที่ยวชาวไทย 100 คน และชาวต่างชาติจำนวน 100 คน การประเมิน ความพึงพอใจนวัตกรรมกรออกแบและแพลตฟอรั่ม (Platform) ด้านการทอ้งเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพททยาโดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนกลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยนักทอ้งเที่ยวชาวไทย อายุไม่น้อยกว่า 25 ปี ไม่จำกัดเพศ แบ่งเป็นนักทอ้งเที่ยวชาวไทย 100 คน และชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

เกณฑ์การถอนกลุ่มตัวอย่าง/อาสาสมัครวิจัย ออกจากโครงการวิจัย (Discontinuation criteria) การถอนกลุ่มตัวอย่างได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กลุ่มตัวอย่างนักทอ้งเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เพราะจะมีผลต่ออุปสรรคในการเก็บข้อมูลได้

การให้ความยินยอมโดยได้รับข้อมูล เป็นกระบวนการ (Informed Consent process) เริ่มต้นจากการ ติดต่อครั้งแรก (initial contact) และกระบวนการต่อเนื่องไปตลอดระยะเวลาการศึกษาวิจัยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (elements) ได้แก่

- Information ให้ข้อมูลครบถ้วนไม่ปิดบัง
- Comprehension ผู้รับข้อมูลมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ผู้ขอความยินยอมต้องตรวจสอบความ เข้าใจ ของผู้ที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครในการวิจัย
- Voluntariness ตัดสินใจโดยอิสระ (เข้าร่วมการวิจัย/ถอนตัวออกจากการศึกษา) โดยปราศจากการขู่บังคับ (free of coercion) การชักจูงเกินเหตุ (undue inducement) และแรงกดดัน (unjustifiable pressure)

วิธีการดำเนินการวิจัยและขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรม เกี่ยวกับนวัตกรรมการออกแบบ ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเมืองระดับสากล ทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์สังเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ วิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้ข้อมูลด้านนวัตกรรมการออกแบบและระบบบริการสำหรับการท่องเที่ยว วิเคราะห์ สังเคราะห์ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

ข้อมูลทุติยภูมิ

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาข้อมูลและความเชื่อมโยงของพื้นที่ชุมชนในเมืองพัทยา คัดเลือกชุมชนที่มีความเชื่อมโยงในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อหาชุมชนตัวแทนในกรณีศึกษาและพัฒนาวัตกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เหมาะสมกับพื้นที่

1. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยการประเมินความสอดคล้อง (Index of consistency : IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความสอดคล้อง (Index of consistency : IOC)

1.1.1 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านนวัตกรรมการออกแบบ

1.1.2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านไอที

1.1.3 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวหรือมีความเกี่ยวข้อง

2. สร้างเครื่องมือแบบการสัมภาษณ์เบื้องต้นกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชนในด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการเชิงสุขภาพ(เช่นการบำบัด การรักษาเชิงสุขภาพ การรักษาในด้านศาสตร์เฉพาะเช่น กัวซา)ผู้นำชุมชนและกรรมการชุมชนที่อยู่ในชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ (เช่น ผู้นำกลุ่มชุมชน ผู้นำวิสาหกิจชุมชน)กลุ่มอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ (องค์กรหรือบุคคลในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น ผู้ให้บริการเชิงสุขภาพ ตัวแทนบริษัททัวร์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตัวแทนธุรกิจด้านโรงแรมผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการเชิงสุขภาพ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาคที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ ด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ

3. สร้างเครื่องมือแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับ (นักท่องเที่ยวชาวไทย) ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับ (นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาแบบสอบถามชุดที่ 02 และ 03 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจนจึงใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran โดยมีระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คนและชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

1. สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม (ผู้เชี่ยวชาญ) ด้านแพลตฟอร์มและนวัตกรรมการออกแบบด้านการท่องเที่ยว ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน
2. สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม (ผู้เชี่ยวชาญ) ด้านนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน
3. สร้างเครื่องมือแบบประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพลตฟอร์ม (Platform) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพัทยา (สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย)
4. สร้างเครื่องมือประเมินความพึงพอใจนวัตกรรมการออกแบบด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพัทยา (สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ)เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจนจึงใช้สูตรการคำนวณโดยใช้ตารางของยามาเนะ 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 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษามูลภาคสนาม สัมภาษณ์พูดคุยกับชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมเพื่อสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับ (นักท่องเที่ยวชาวไทย) ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา โดยใช้แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับ (นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ) ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 100 คนและชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 4 สร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทดลองใช้โมเดลต้นแบบ ประเมินคุณภาพ และทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโมเดลต้นแบบนวัตกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเมินคุณภาพ แพลตฟอร์มและนวัตกรรมการออกแบบด้านการท่องเที่ยว ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านประเมินคุณภาพด้านนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน นำแพลตฟอร์มและนวัตกรรมมาปรับปรุงและพัฒนาตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำนวัตกรรมและแพลตฟอร์มไปประเมิน ความพึงพอใจ นวัตกรรมการออกแบบและแพลตฟอร์ม (Platform) ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพัทยาโดยใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวนกลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุตั้งแต่ 20-65 ปี ไม่จำกัดเพศแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 คน และชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์สรุปผลข้อมูล จัดทำรายละเอียดคู่มือเสนอแนะทิศทางนวัตกรรมการออกแบบการส่งเสริมภาพลักษณ์ มิติการ ท่องเที่ยวใหม่ สู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อันนำไปสู่การต่อยอดสู่การใช้งานในการพัฒนาพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยการประเมินความสอดคล้อง (Index of consistency : IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิด้านนวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเมืองพัทยา

1. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านนวัตกรรมการออกแบบ
2. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านไอที
3. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวหรือมีความเกี่ยวข้อง

2. แบบสอบถามผู้ใช้นวัตกรรมการออกแบบเชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเมืองพัทยา เช่น หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานท้องถิ่นที่ได้รับประโยชน์

3. แบบสอบถามผู้ใช้งาน Platform ด้านประเมินความพึงพอใจต่อ คู่มือการออกแบบ และ Platform ต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบเชื่อมโยงการท่องเที่ยวพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเมืองพัทยา

ขั้นตอนการศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 9 ภาพขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 1

ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับนวัตกรรมการออกแบบ Platform และระบบบริการสำหรับการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเมืองระดับสากล ทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ วิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้ข้อมูลด้านนวัตกรรมการออกแบบและระบบบริการสำหรับการท่องเที่ยว วิเคราะห์ สังเคราะห์ การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่

ขั้นตอนที่ 2

ศึกษาข้อมูลและความเชื่อมโยงของพื้นที่ชุมชนในเมืองพัทยา จัดกลุ่มชุมชนวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนา แล้วคัดเลือกชุมชนที่มีความเชื่อมโยงในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อหาชุมชนตัวแทนในกรณีศึกษาและพัฒนา นวัตกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เหมาะสมกับพื้นที่

ขั้นตอนที่ 3

ศึกษามูลภาคสนาม สํารวจ สัมภาษณ์พูดคุยกับชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม เพื่อสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ขั้นตอนที่ 4

สร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทดลองใช้โมเดลต้นแบบ ประเมินคุณภาพ และทดสอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโมเดลต้นแบบนวัตกรรมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ขั้นตอนที่ 5

จัดทำรายละเอียดคู่มือเสนอแนะทิศทางนวัตกรรมการออกแบบการส่งเสริมภาพลักษณ์ มิติ การท่องเที่ยวใหม่ สู่การวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันนำไปสู่การต่อยอดสู่การใช้งานในการพัฒนาพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบ

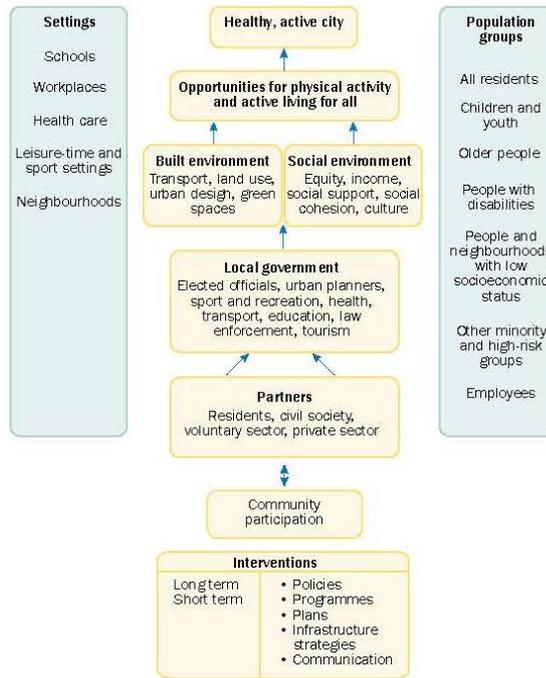
ก่อนการออกแบบคู่มือแนวทางการออกแบบนวัตกรรม และแพลตฟอร์มเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพัทยา ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ที่เคยเดินทางไปทำกิจกรรมในพื้นที่พิเศษพัทยาเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อค้นหาภาพลักษณ์ของพื้นที่พิเศษพัทยาโดยค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นจากการระบุคุณสมบัติพิเศษเพื่อนำผลมาวิเคราะห์สู่ค่านิยมของอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่พิเศษพัทยา ดังนี้

- 4.1 วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลกและนวัตกรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: กรณีศึกษา
- 4.2 วิเคราะห์และสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 4.3 วิเคราะห์ภาพลักษณ์ท้องถิ่นและอัตลักษณ์พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา
- 4.4 วิเคราะห์พื้นที่และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกิจกรรมในพื้นที่พิเศษพัทยา
- 4.5 วิเคราะห์ภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษพัทยา
- 4.6 วิเคราะห์สิ่งที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา

4.1 วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลกและนวัตกรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: กรณีศึกษา

4.1.1 กรณีศึกษา: เมืองกระฉับกระเฉงต่างประเทศ (เมืองโตรอนโต)

เมืองกระฉับกระเฉงต่างประเทศ (Active City Designing For Health) เมืองโตรอนโต 2014 (Toronto Public Health, City of Toronto Planning, City of Toronto Transportation Services and Gladki Planning Associates. Active City: Designing for Health. May 2014 City of Toronto.) เป็นเมืองที่โดดเด่นในการใช้จักรยานโดยประชากรส่วนใหญ่นิยมใช้จักรยานมากที่สุด ในอเมริกาเหนือ โตรอนโตมีการพัฒนาพื้นที่และเมืองให้สนับสนุนการเดินทางและการปั่นจักรยาน มีการพัฒนาและใช้เครื่องมือใหม่ๆ ในการผลักดันพฤติกรรมการใช้จักรยาน เช่น สัญญาณจักรยาน



Source: A Healthy City is an Active City: A Physical Activity Planning Guide (2008). World Health Organization.

ภาพที่ 10 กรอบแนวคิดในการพัฒนาเมืองโตรอนโต

ที่มา: Toronto Public Health, City of Toronto Planning, City of Toronto Transportation Services and Gladki Planning Associates. Active City: Designing for Health. May 2014 City of Toronto.

ตารางที่ 8 กรณีเมืองโตรอนโต

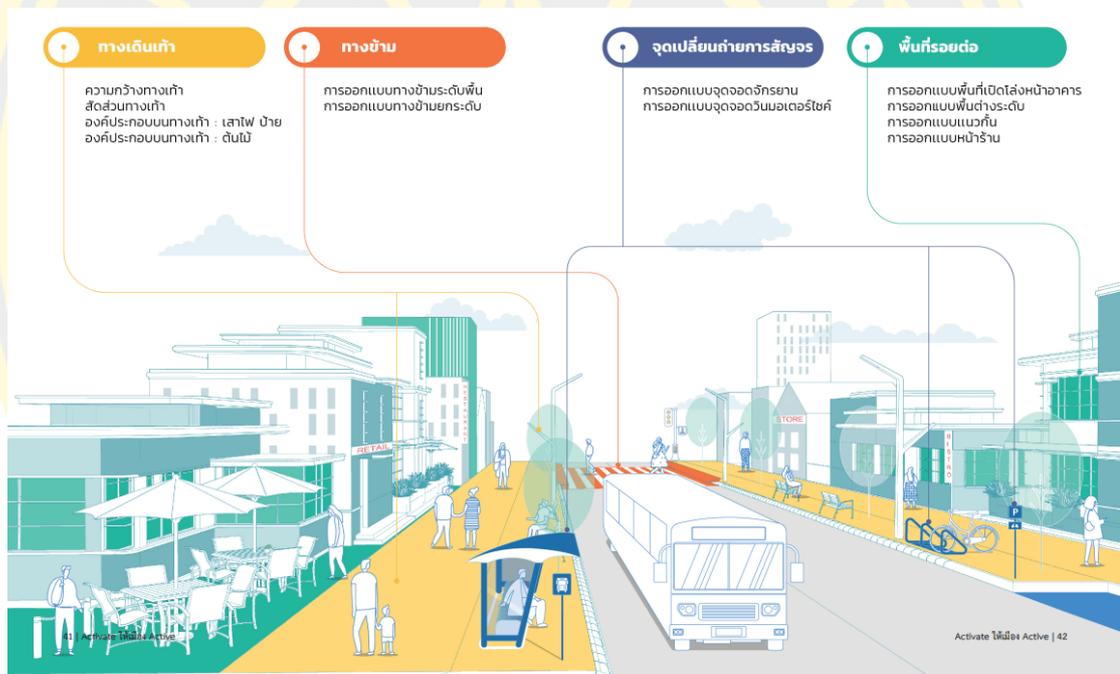
สถานที่	รายละเอียด
<p data-bbox="359 1444 619 1478">วอเตอร์ฟรอนท์ โตรอนโต</p> 	<p data-bbox="719 1444 1401 1514">เปลี่ยนแปลงพื้นที่ริมน้ำให้กลายเป็นพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมเป็นพื้นที่ต้นแบบองค์ประกอบหลักสามประการ ได้แก่</p> <p data-bbox="719 1525 1401 1982">องค์ประกอบแรกคือบริเวณริมน้ำหลัก ซึ่งเป็นทางเดินสาธารณะและทางเดินไม้ยาว 18 เมตร เรียงรายไปด้วยต้นไม้ ทอดยาวไปตามแนวน้ำ โดยมีสะพานไม้ทอดข้ามทางลาด ทางเดินไม้ตั้งอยู่บริเวณทางแยกที่ถนนสายหลักของเมืองบรรจบกับน้ำ โดยขยายอาณาเขตสาธารณะและสร้างพื้นที่รวมตัวและสังคมใหม่ที่ได้รับการออกแบบอย่างพิถีพิถันโดยใช้เส้นโค้งเป็นลอนเพื่อสร้างที่นั่งและเส้นทางใหม่ๆ เพื่อเข้าถึงริมน้ำที่คิดของเส้นทาง LRT ที่ปรับปรุงและขยายออกไปถูกแปลงเป็นศูนย์การค้าสำหรับคนเดินที่ต่อเนื่องกันมีต้นไม้เรียงราย และส่วนต่อขยายของเส้นทางพักผ่อนหย่อนใจที่มีอยู่ ข้างๆ แกลเลอรีรอกน้ำผัน ที่บริเวณพื้นที่สาธารณะทางลาดลง มีพื้นที่เบียงไม้เป็นลอนยื่นออกไปเหนือน้ำส่วนที่สองคือบริเวณริมน้ำลอยน้ำ: ทำเทียบเรือที่ทอดยาวจากทางเดินริมน้ำ ส่วนที่สามคือ Queen's Quay Boulevard และทางลาดลง การจราจรสองเลนทาง</p>

ตารางที่ 9 (ต่อ)

สถานที่	รายละเอียด
<p data-bbox="331 405 655 439">ออกแบบทางเดินเลียบชายหาด</p> 	<p data-bbox="722 405 1404 857">ทางเดินเลียบชายหาดเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีชีวิตชีวาและเป็นโครงการต้นแบบที่ประสบความสำเร็จสำหรับการพัฒนาในอนาคตตามแนวชายฝั่งทะเลของโตรอนโตออกแบบที่ไม่เหมือนใคร ได้แก่ การปูพื้น เพอร์นิเจอร์ และรายละเอียดการปลูกต้นไม้คุณภาพสูงที่ออกแบบเองโดยได้รับแรงบันดาลใจจากไบเมเบิลอันเป็นสัญลักษณ์ของแคนาดา เราทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้รับเหมาในสถานที่ โดยร่วมมือกันสร้างแบบจำลองและประดิษฐ์มันั่งและไฟ นอกจากนี้ ยังมีการติดตั้งงานใต้ดินที่ครอบคลุม รวมถึงเซลล์ดิน ระบบชลประทานแบบพาสซีฟ และเทคโนโลยีการเติมอากาศให้รากไม้ ร่วมกับร่องระบายน้ำและเสริมความแข็งแรงให้ผนังท่าเทียบเรือ การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ทำให้ผู้คนได้สัมผัสกับขอบน้ำอีกครั้ง และเชื่อมโยงและทำให้บริเวณริมน้ำสวยงามขึ้นสำหรับชาวโตรอนโตทุกคน</p>
<p data-bbox="360 1193 627 1272">ถนนควีนส์ คีย์ บูเลอวาร์ด ของโตรอนโต</p> 	<p data-bbox="722 1193 1404 1646">สวนเชิงเส้น Queens Quay ที่ได้รับการออกแบบใหม่เชื่อมโยงเขตต่างๆ และพื้นที่สาธารณะต่างๆ ตามแนวหน้าการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมรวมถึงท่อระบายน้ำและท่อระบายน้ำฝนใหม่ ระบบไฟฟ้าที่ได้รับการอัปเดต และทางเดินรถรางที่สร้างขึ้นใหม่ ถนนได้รับการปรับปรุงใหม่ทำให้ปริมาณการจราจรของรถยนต์ลดลงเหลือสองเลนทางทิศเหนือของรางรถรางที่สร้างขึ้นใหม่ และมีพื้นที่สำหรับทางเดินสำหรับคนเดินเท้าที่กว้างขวางทางด้านทิศใต้ของถนน ทางเดินนี้มีลักษณะเฉพาะคือมีต้นไม้สองแถวเรียงรายอยู่ตามเส้นทางอเนกประสงค์ Martin Goodman ซึ่งปัจจุบันเชื่อมต่อไปตามความยาวทั้งหมดของแนวหน้าเป็นครั้งแรก การนำทางเดินขนส่งสาธารณะที่ซับซ้อนมาใช้ได้อย่างประสบความสำเร็จถือเป็นรากฐานของแนวทางปฏิบัติของเรามาหลายทศวรรษ</p>

4.1.2 กรณีศึกษา: เมืองกระฉับกระเฉงต่างประเทศ (เขตสีลม ประเทศไทย)

สีลมเป็นหนึ่งในย่านศูนย์รวมกิจการด้านพาณิชยกรรม การค้า และบริการระดับประเทศ มีกิจกรรมต่าง ๆ กระจุกตัวกัน มีผู้คนเข้ามาในพื้นที่อย่างหนาแน่น นำมาซึ่งปัญหาทางสุขภาวะหลายประการ เช่น ภาวะเหนื่อยเนื่องจากการนั่งทำงานในสำนักงาน การสัญจรไม่สะดวกเนื่องมาจากมีกิจกรรมหนาแน่นสูง แนวทาง Active City จึงถูกนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหา ทั้งการสร้างความกระฉับกระเฉงเพื่อลดภาวะเหนื่อยเนื่องจากการทำงานในสำนักงาน และการสร้างพื้นที่ที่เอื้ออำนวยต่อการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยการเดินเท้า โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างย่านสีลมให้เป็นพื้นที่ที่เสริมสร้างสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี รวมถึงการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผ่านหลักการออกแบบภาพรวม ไปจนถึงองค์ประกอบเล็ก ๆ ที่หลายคนอาจมองข้ามไป เพื่อให้เป็นแรงบันดาลใจและต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่สุขภาวะอื่น ๆ ต่อไป



ภาพที่ 11 การออกแบบย่านสีลม ต้นแบบเมืองกระฉับกระเฉง

ที่มา: คู่มือการออกแบบย่านสีลม ต้นแบบเมืองกระฉับกระเฉง

ตารางที่ 9 ตารางเปรียบเทียบการออกแบบเมือง (เมืองกระบี่กระบอง)

เมืองโตรอนโต ประเทศอังกฤษ	สีลม (กรุงเทพ) ประเทศไทย แนวทางการออกแบบ	ข้อเสนอแนะในการ นำมาประยุกต์ใช้กับพื้นที่ พิเศษเมืองพัทยา
1. การคมนาคม มีการวางแผนการใช้พื้นที่คมนาคมที่รถสามารถเข้าร่วมกับการปั่นจักรยานและการเดินได้	1. ออกแบบถนนที่ปลอดภัย (Public Safety) เช่น ออกแบบทางเท้าให้มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีกล้องวงจรปิด	1 ออกแบบถนนที่ปลอดภัย (Public Safety) ออกแบบทางเท้าให้มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีกล้องวงจรปิด มีการวางแผนการใช้พื้นที่คมนาคมที่รถสามารถเข้าร่วมกับการปั่นจักรยานและการเดินได้
2. พื้นที่สาธารณะ ออกแบบพื้นที่เมืองที่กระตุ้นกิจกรรมและพื้นที่สาธารณะที่สามารถใช้สอยได้จริงและรื่นรมย์ในการใช้	2. ออกแบบเมืองสำหรับทุกคน (Universal & Inclusive Design) ออกแบบให้เป็นเมืองสำหรับทุกคน เพื่อให้ทุกคนเข้าถึงและใช้งานพื้นที่ได้อย่างเท่าเทียมและตอบโจทยตามความต้องการของทุกคน โดยเฉพาะในกลุ่มเปราะบาง ให้ผู้ใช้งานเกิดความสะดวกรวดเร็ว สบาย	ออกแบบเมืองสำหรับทุกคน (Universal & Inclusive Design) ออกแบบให้เป็นเมืองสำหรับทุกคน เพื่อให้คนทุกคนเข้าถึงและใช้งานพื้นที่ได้อย่างเท่าเทียมและตอบโจทยตามความต้องการของทุกคน ออกแบบพื้นที่เมืองที่กระตุ้นกิจกรรมและพื้นที่สาธารณะที่สามารถใช้สอยได้จริงและรื่นรมย์ในการใช้
3. อาคาร ที่มีความเป็นอัจฉริยะ มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน และเปลี่ยนผันการใช้สอย	3. สามารถสร้างประสบการณ์และภาพจำได้ (Urban Experience) ส่งเสริมให้ย่านพาณิชย์รวมใจกลางเมือง สามารถสร้างประสบการณ์และภาพจำ ได้ด้วย เพื่อให้ย่านมีชีวิตชีวา น่าเดิน ไม่น่าเบื่อและมีอัตลักษณ์โดดเด่นต่างจากย่านอื่น ๆ ช่วยดึงดูดกิจกรรมและผู้คนเข้ามาได้เสมอ เช่น ปลุกต้นไม้พื้นถิ่นให้ถนนสวยงามมีร่มเงาตลอดทั้งเส้น มีกิจกรรมการค้าที่หลากหลายทั้งกลางวันและกลางคืน หรือการคุมโทนสี	3. สร้างพื้นที่สร้างประสบการณ์และภาพจำได้ ออกแบบอาคาร ที่มีความเป็นอัจฉริยะมีความยืดหยุ่นในการใช้งาน และเปลี่ยนผันการใช้สอย

ตารางที่ 10 (ต่อ)

เมืองโทรอนโต ประเทศอังกฤษ	สีลม (กรุงเทพ) ประเทศไทย แนวทางการออกแบบ	ข้อเสนอแนะในการ นำมาประยุกต์ใช้กับพื้นที่พิเศษ เมืองพัทยา
	วัสดุของอาคารและพื้นที่ว่าง รวมถึงองค์ประกอบเล็ก ๆ น้อย ๆ ภายในย่านให้ไปในทางเดียวกัน เพื่อสร้างประสบการณ์การเดินที่ต่อเนื่องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	
4. พื้นที่สาธารณะ ออกแบบพื้นที่เมืองที่กระตุ้นกิจกรรมและพื้นที่สาธารณะที่สามารถใช้สอยได้จริงและรื่นรมย์ในการใช้	4. ออกแบบจุดรอและจอดรถโดยสาร	4. ออกแบบพื้นที่เมืองที่กระตุ้นกิจกรรมและพื้นที่สาธารณะที่สามารถใช้สอยได้ ออกแบบจุดรอและจอดรถโดยสารหรือรถสาธารณะแบบแบ่งปัน
5. บริการชุมชนและเมืองที่เชื่อมต่อผู้คนอย่างง่ายผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ที่ยกระดับการสื่อสารและมอบอำนาจให้กับชุมชน	5. ออกแบบพื้นที่รอยต่อ ออกแบบให้เชื่อมต่อกันอย่างกลมกลืน และทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม	5. ออกแบบเมืองที่เชื่อมต่อผู้คนอย่างง่ายผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ออกแบบพื้นที่รอยต่อ ออกแบบให้เชื่อมต่อกันอย่างกลมกลืน และทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม
6. สร้าง Digital Platform การสร้าง Digital layer เพื่อเชื่อมต่อกับ physical layer สร้างความยั่งยืน สร้างชุมชน climate positive ที่สามารถดูดซับเอาก๊าซคาร์บอนจากชั้นบรรยากาศได้ (carbon negative)	6. ออกแบบพื้นที่ต่างระดับ ออกแบบให้เกิดความปลอดภัยเป็นหลัก มีความชันที่ได้มาตรฐานมีราวจับและป้ายเตือน รวมถึงการออกแบบพิเศษ ควรจัดให้ทางลาดหลบไปอยู่บริเวณด้านข้างหรืออ้อมไปด้านหลังอาคารเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพื้นที่ได้อย่างเท่าเทียม	6. ออกแบบพื้นที่สาธารณะ เช่นพื้นที่สวนสาธารณะ พื้นที่พักผ่อนริมนทะเล ให้เกิดความปลอดภัยเป็นหลัก มีความชันที่ได้มาตรฐานมีราวจับและป้ายเตือน รวมถึงการออกแบบพิเศษ ควรจัดให้ทางลาดหลบไปอยู่บริเวณด้านข้างหรืออ้อมไปด้านหลังอาคารเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพื้นที่ได้อย่างเท่าเทียม

สรุป จากตารางที่ 20 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กรอบแนวคิดในการพัฒนาเมืองเพื่อเชื่อมโยงกับการออกแบบต้นแบบแนวคิดเพื่อนำเสนอการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดการพัฒนาเมืองในลักษณะของเมืองกระฉับกระเฉง (Active City Designing For Health) เมืองโตรอนโตมาใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลเนื่องจากเป็นเมืองที่มีลักษณะเป็นเมืองชายทะเลและเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายคล้ายกับเมืองพัทยา และเล็งเห็นว่าการออกแบบเมืองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีแนวคิดในการส่งเสริมสุขภาพจะเชื่อมโยงกับแนวคิดการออกแบบเมือง กระฉับกระเฉง (Active City Designing For Health) โดยพบว่า เมืองที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นจำเป็นต้องมีแนวทางการออกแบบพื้นที่สาธารณะ ให้เกิดการกระตุ้นการเดินทาง การทำกิจกรรมให้มากขึ้น จำเป็นต้องส่งเสริมพื้นที่สีเขียวและการออกแบบพื้นที่ส่วนกลางให้มีความสอดคล้องใกล้ชิดธรรมชาติให้มากขึ้น โดยผู้วิจัยได้ทำรายละเอียดแนวทางการออกแบบพื้นที่ในลักษณะการออกแบบเดสตันแบบเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาทั้งในเชิงนโยบายและนำไปต่อยอดในการพัฒนาในพื้นที่อื่นๆ ได้ สำหรับผู้ที่สนใจ โดยคู่มือสามารถดาวน์โหลดจากคิวอาร์โค้ดในภาคผนวก

4.1.2 กรณีศึกษา: การออกแบบ (เมืองบาร)

กรณีศึกษา: การออกแบบเมืองบาร (BATH Wellbeing City) ประเทศอังกฤษ กว่า 2,000 ปีที่ผ่านมา ผู้คนได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองบารเนื่องจากน้ำพุร้อนที่เป็นธรรมชาติและมีความสมบูรณ์ในการ "บำบัด" ชาวโรมันได้สร้างพื้นที่ทั้งหมดขึ้นเพื่ออุทิศให้กับการดูแลสุขภาพและชาวเจอร์เจียก็ได้วางแผนสร้าง "ภูมิทัศน์เพื่อการบำบัด" แบบใหม่ด้วยการสร้างสวนสาธารณะและพื้นที่สาธารณะแห่งใหม่เพื่อให้ผู้คน "สามารถบำบัดรักษา" ได้ เมืองบารเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติที่ยาวนานเป็นเมืองศูนย์กลางชั้นนำของประเทศสหราชอาณาจักรด้านความเป็นอยู่ที่ดี เมืองบารได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการ 10 ประการเพื่อเป็นแนวคิดในการพัฒนาเมืองให้ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือนเมืองบารมีความสุขและมีสุขภาพดีขึ้น ทั้งในด้านจิตใจ ร่างกาย และจิตวิญญาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

01



นำน้ำอยู่ทุกหนทุกแห่ง
(Water everywhere)
โดย ออกแบบเมืองให้การ
ใช้น้ำเพื่อสร้างบรรยากาศ
ให้เกิดความผ่อนคลาย
(สปา)

02



การบำบัดด้วยธรรมชาติ
(Nature Cure)
ออกแบบพื้นที่ให้มีการ
เชื่อมโยงพื้นที่สีเขียวให้
มากขึ้น

03



จัดการสิ่งแวดล้อม
ให้สะอาดและเขียวขจี
(Clean and Green)
จัดการสิ่งแวดล้อม ลดการใช้
รถยนต์ เน้นส่งเสริมการเดินทาง
ปั่นจักรยานและใช้ระบบขนส่ง
สาธารณะให้มากขึ้น

04



จิตใจและร่างกาย
(Mind and body)
ส่งเสริมให้ประชากรมี
กิจกรรมในการออกกำลังกาย
ให้มากขึ้น

05



จัดให้มีเทศกาลหรือ
กิจกรรมร่วมกัน
มากขึ้น

(Come together)

จัดเทศกาลหรือกิจกรรม
ที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์
ร่วมอย่างสม่ำเสมอ

06



การพัฒนาบ้านที่ทุกคน
เข้าถึงได้

(Warm Bath)

พัฒนาบ้านที่มีคุณภาพ ทำ
ให้รู้สึก น่านอนอาศัย
ประหยัดพลังงานราคาไม่
แพง ทุกคนเข้าถึงในการ
เป็นเจ้าของได้

07



ส่งเสริมให้มีพื้นที่ปลูกผัก
ทานเอง
ที่บ้าน

(Slow food
revolution)

ส่งเสริมให้มีการปลูกผัก
ทานเองที่บ้าน

08



สร้างพื้นที่ที่สามารถทำ
กิจกรรมได้
ทั้งผู้ใหญ่และเด็ก

(Play on)

สร้างพื้นที่กิจกรรมสร้าง
ความสนุกสนานให้กับ
เมืองสำหรับทุกคน

09



สร้างพื้นที่ผ่อนคลาย
และฟื้นฟู

(Relax and restore)

ส่งเสริมพื้นที่ส่วนกลาง
สำหรับการพักผ่อน

10



จัดกิจกรรมสร้างเสริม
ประสบการณ์ใหม่

(Feast for the senses)

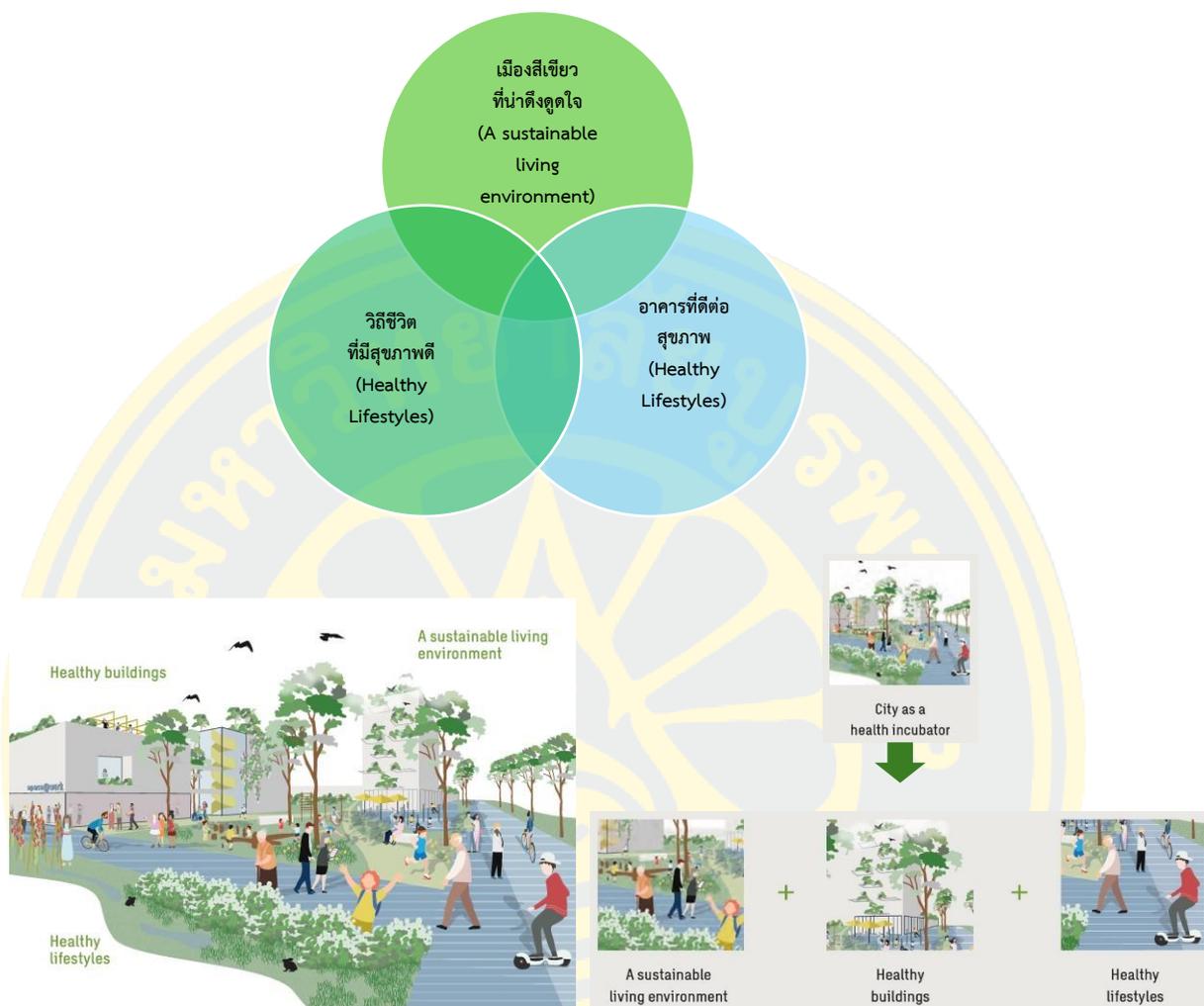
สร้างประสบการณ์ใหม่
ในการจัดกิจกรรมในสวน

ภาพที่ 12 Bath: An imagined future as a WELLBEING CITY.

ที่มา: Rob Delius (2023) Url: <https://stridetreglown.com/initiatives/bath-wellbeing-city/>

4.1.3 กรณีศึกษา: รายงานข้อมูลเชิงลึกของเมือง อาคารสุขภาพดี

(คู่มือการออกแบบสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยในอนาคต) Report: Healthy building, Cities and you-How to design future living environments (Allerød, Denmark. Visualization: Omega Render, Sweco Architects (2021) การให้คำนิยามการออกแบบเมืองในฐานะศูนย์บ่มเพาะด้านสุขภาพ สามารถมองได้ว่าเป็นจุดสมดุลระหว่างองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการได้แก่ เมืองสีเขียวที่น่าดึงดูดใจ อาคารที่ดีต่อสุขภาพและวิถีชีวิตที่มีสุขภาพดี



ภาพที่ 13 Urban Health & Well-Being

ที่มา : Urban Health & Well-Being — Healthy buildings, cities and you (2021)

4.1.4 กรณีศึกษา: พื้นที่สีเขียวเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี

1. การออกแบบเพื่อสุขภาพคนเมือง หมายถึง การออกแบบเพื่อสุขภาพคนเมือง การออกแบบสำหรับคนวางแผนพื้นที่สีเขียวในเมืองที่ดีต่อสุขภาพโดยใช้ กฎ 3-30-300 ของศาสตราจารย์ Cecil Van Konijnendijk โดยมีโมเดลต้นแบบในการออกแบบเมืองที่ ซึ่งให้หลักคิดว่าทุกคนควรมองเห็นต้นไม้ 3 ต้นจากบ้านของตน และอาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียง โดยมีร่มไม้ (หรือพืชพรรณ) ปกคลุมอย่างน้อย 30% และอยู่ห่างจากพื้นที่สีเขียวที่ใกล้ที่สุดไม่เกิน 300 เมตร ซึ่งสามารถทำกิจกรรมสันทนาการได้หลากหลาย การใช้ชีวิตในร่มโดยใช้พืชเป็นหลักเนื่องจากเราใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในบ้าน การมีต้นไม้ในสภาพแวดล้อมในร่มจึงมีประโยชน์มากมาย พวกเขาเพิ่มคุณภาพอากาศ ความเข้มข้นของผู้คน ความเป็นอยู่โดยรวม และความพึง

พอใจในงาน นอกจากนี้ พี่ยังสามารถลดการระคายเคืองและความเครียดได้ นอกจากนี้ยังพบว่ามุมมองมีบทบาทสำคัญในความเป็นอยู่ที่ดีในแต่ละวัน



ภาพที่ 14 การออกแบบเพื่อสุขภาพคนเมือง

ที่มา: Urban Health & Well-Being 2021

2. การออกแบบสวนและอาคารเพื่อส่งเสริมสุขภาพ

ข้อค้นพบที่สำคัญ 3 ประการจากรายงานนี้สำหรับการออกแบบอาคารและเมืองเพื่อส่งเสริมการใช้ชีวิตในเมืองที่มีสุขภาพดียิ่งขึ้น

1. คำนี้ถึงความเชื่อมโยงระหว่างสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในอาคารมีความเชื่อมโยงกันอย่างแยกไม่ออก นักวางผังเมืองจึงจำเป็นต้องพิจารณาสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นอย่างรอบด้าน ในทุกมิติ การออกแบบระบบบำบัดอากาศ ระบบไฟส่องสว่างควรใช้ประโยชน์จากพลังงานสะอาดและแสงจากธรรมชาติให้มากที่สุด

2. การออกแบบพื้นที่สีเขียว

เมืองในอนาคตควรสร้างอาคาร ถนน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับธรรมชาติที่ส่งผลดีต่อสุขภาพจิตและสุขภาพกายที่ดีขึ้น

3. การออกแบบพื้นที่ที่ส่งเสริมการเคลื่อนไหวหรือการออกกำลังกายที่เพิ่มขึ้น

เมืองและอาคารในอนาคตควรสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คนเลือกสิ่งที่ดีที่สุดควรออกแบบพื้นที่ให้ส่งเสริมการออกกำลังกายหรือการเดินให้มากหรือออกแบบโครงสร้างพื้นฐานในรูปแบบที่น่าดึงดูดและสร้างสรรค์มากขึ้น





ภาพที่ 15 ภาพการออกแบบพื้นที่ส่งเสริมการเคลื่อนไหว

4.1.5 กรณีศึกษา: การวางแผนเมือง

กรณีศึกษา: การวางแผนเมือง ตามคู่มือการวางแผนเชิงสุขภาพและการใช้พื้นที่สีเขียวในเมือง (Guide for Cities on Health-Oriented Planning Urban Green Spaces) การวางแผนเมืองตามคู่มือการวางแผนเชิงสุขภาพและการใช้พื้นที่สีเขียวในเมือง (Guide for Cities on Health-Oriented Planning Urban Green Spaces) แบ่งออกเป็น 4 หลักในการแทรกแซงนโยบาย 5 โดเมน ได้แก่การส่งเสริมสุขภาพ ผลลัพธ์ความเป็นอยู่ที่ดี ความร้อน ความเครียด คุณภาพอากาศ และเสียง ภายใต้แต่ละคลัสเตอร์ การดำเนินการจะแตกต่างกันไปตามบริบทหรือพื้นฐานของเมือง

ตารางที่ 10 การวางแผนเมือง ตามคู่มือการวางแผนเชิงสุขภาพและการใช้พื้นที่สีเขียวในเมือง

การส่งเสริมสุขภาพ	งบประมาณน้อย	งบประมาณปานกลาง	งบประมาณสูง
ย่านที่สร้างขึ้นอย่างหนาแน่น	<ul style="list-style-type: none"> โครงการใบสั่งยาสีเขียว การสั่งจ่ายยาด้วยการให้ออกไปพบธรรมชาติ (Prescribing nature) โครงการจัดเซชันกายภาพบำบัดกลางแจ้ง โครงการ “มานั่งมีตรภาพ” กลางแจ้ง: การรักษาสุขภาพจิตโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขทั้งไป 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาสวนโรงในพยาบาลและสถานที่ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาล การพัฒนาสวนบำบัด การออกแบบพื้นที่สีเขียวให้เป็นสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินโครงการใบสั่งยาสีเขียวร่วมกับการฝึกอบรมกลางแจ้งฟรีในสวนสาธารณะในบริเวณใกล้เคียง การแปลงบางส่วนของอุทยานที่มีให้เป็นอุทยานโรคมองเสื่อม การแปลงบางส่วนของสวนสาธารณะที่มีอยู่ให้เป็นสวนสาธารณะสำหรับคนพิการ

ตารางที่ 10 (ต่อ)

การส่งเสริม สุขภาพ	งบประมาณน้อย	งบประมาณปานกลาง	งบประมาณสูง
<p>ส่วนแบ่งพื้นที่สีเขียวสูง/พื้นที่ขนาดใหญ่เหมาะสมสำหรับพื้นที่สีเขียว</p>	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการใบสั่งยาสีเขียว การสั่งจ่ายยาด้วยการให้ออกไปพบธรรมชาติ (Prescribing nature) • โครงการจัดเซสชันกายภาพบำบัดกลางแจ้ง • โครงการเดินบำบัดพร้อมไกด์ • โครงการมานั่งมิตรภาพในสวนสาธารณะ: การรักษาสุขภาพจิตโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข 	<ul style="list-style-type: none"> • การพัฒนาเส้นทางเดินเพื่อสุขภาพในพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ • การพัฒนาเส้นทางภาวะสมองเสื่อมในสวนสาธารณะ: การรักษาสุขภาพจิตโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข 	<ul style="list-style-type: none"> • การรันโปรแกรมใบสั่งยาสีเขียวร่วมกับฟรี • การฝึกอบรมกลางแจ้งในสวนสาธารณะขนาดใหญ่ • การพัฒนาอุทยานโรคสมองเสื่อม • การพัฒนาสวนสาธารณะสำหรับคนพิการ • การพัฒนาสวนสาธารณะที่เป็นเส้นตรงหรือมีรูปร่างไม่สม่ำเสมอ
เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน			
<p>ย่านที่สร้างขึ้นอย่างหนาแน่น</p>	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการใบสั่งยาสีเขียว การสั่งจ่ายยาด้วยการให้ออกไปพบธรรมชาติ (Prescribing nature) • การแทรกแซงแบบยุทธวิธีเพื่อสนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม • การพัฒนา parklets สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม • จัดการกิจกรรมทางสังคม/กิจกรรมยามว่าง/วันครอบครัว/การรวมตัวในชุมชน • จัดตลาดนัดสีเขียวที่คนเมืองทุกชนชั้นเข้าถึงได้ 	<ul style="list-style-type: none"> • การวางตำแหน่งที่สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม • การจัดตั้งสวนชุมชน/สวนจัดสรร • การพัฒนาสวนดาดฟ้าเพื่อส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคม • การพัฒนา parklets สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการสวนชุมชน/สวนจัดสรรขนาดใหญ่ • โครงการสวนบนดาดฟ้าขนาดใหญ่ที่สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม •

ตารางที่ 10 (ต่อ)

การส่งเสริม สุขภาพ	งบประมาณน้อย	งบประมาณปานกลาง	งบประมาณสูง
เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน			
	<ul style="list-style-type: none"> จัดโครงการเพื่อสังคมในสวนชุมชน/สวนจัดสรร 		
ย่านที่สร้างขึ้น อย่างหนาแน่น	<ul style="list-style-type: none"> โครงการใบสั่งยาสีเขียว การสั่งจ่ายยาด้วยการให้ออกไปพบธรรมชาติ (Prescribing nature) การแทรกแซงแบบยุทธวิธี เพื่อสนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การพัฒนา parklets สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม จัดการกิจกรรมทางสังคม/กิจกรรมยามว่าง/วันครอบครัว/การรวมตัวในชุมชน จัดตลาดนัดสีเขียวที่คนเมืองทุกชนชั้นเข้าถึงได้ จัดโครงการเพื่อสังคมในสวนชุมชน/สวนจัดสรร 	<ul style="list-style-type: none"> การวางตำแหน่งที่สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การจัดตั้งสวนชุมชน/สวนจัดสรร การพัฒนาสวนดาดฟ้า เพื่อส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การพัฒนา parklets สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสวนชุมชน/สวนจัดสรรขนาดใหญ่ โครงการสวนบนดาดฟ้าขนาดใหญ่ที่สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน			
ส่วนแบ่งพื้นที่สีเขียวสูง/พื้นที่ขนาดใหญ่เหมาะสำหรับพื้นที่สีเขียว	<ul style="list-style-type: none"> โครงการใบสั่งยาสีเขียว การสั่งจ่ายยาด้วยการให้ออกไปพบธรรมชาติ (Prescribing nature) การแทรกแซงวิถีชีวิตแบบยุทธวิธีเพื่อสนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> การวางตำแหน่งที่สนับสนุนปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การก่อตั้งสวนสาธารณะ/สวนจัดสรร จัดภาพยนตร์กลางแจ้ง จัดแสดงดนตรีพื้นที่สีเขียว 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาสวนสาธารณะที่มีพื้นที่เปิดโล่งขนาดใหญ่เหมาะสำหรับกิจกรรมทางสังคม โครงการสวนชุมชน/สวนจัดสรรขนาดใหญ่ จัดภาพยนตร์กลางแจ้ง จัดแสดงดนตรี

ตารางที่ 10 (ต่อ)

การส่งเสริม สุขภาพ	งบประมาณน้อย	งบประมาณปานกลาง	งบประมาณสูง
กิจกรรมทางวัฒนธรรม (ต่อ)			
ย่านที่สร้างขึ้น อย่างหนาแน่น	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดกิจกรรมทางสังคม/กิจกรรมยามว่าง/วันครอบครัว/การรวมตัวในชุมชน • ตลาดเกษตรกรในสวนสาธารณะ • จัดโครงการเพื่อสังคมในสวนชุมชน/ สวนจัดสรร • จัดภาพยนตร์กลางแจ้ง • จัดแสดงดนตรีพื้นที่สีเขียว • จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป/ การวาดภาพเชิงสร้างสรรค์อ่านหนังสือในพื้นที่สาธารณะ ทำการแสดง • ละคร ดนตรี หรือเต้นรำในพื้นที่สาธารณะและสวน 	<ul style="list-style-type: none"> • จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป/ การวาดภาพเชิงสร้างสรรค์ อ่านหนังสือในพื้นที่สาธารณะ ทำการแสดง ละคร ดนตรี หรือเต้นรำในพื้นที่สาธารณะและสวน 	<ul style="list-style-type: none"> • จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป การวาดภาพเชิงสร้างสรรค์ อ่านหนังสือในพื้นที่สาธารณะ ทำการแสดง ละคร ดนตรี หรือเต้นรำในพื้นที่สาธารณะและสวน
เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน			
ส่วนแบ่งพื้นที่สีเขียวสูง/พื้นที่ขนาดใหญ่เหมาะสมสำหรับพื้นที่สีเขียว	<ul style="list-style-type: none"> • จัดภาพยนตร์กลางแจ้ง • จัดแสดงดนตรีพื้นที่สีเขียว • จัดกิจกรรมเวิร์คช็อป/ การวาดภาพเชิงสร้างสรรค์ อ่านหนังสือในพื้นที่สาธารณะ 	<ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาเวทีการแสดงในพื้นที่สีเขียว • 	<ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาการของประชุมกลางแจ้งสำหรับการแสดง • การสนับสนุนทางการเงินแก่การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในพื้นที่สีเขียว

4.1.6 กรณีศึกษา: เมืองแห่งความที่อยู่ที่ดี

เมืองแห่งความที่อยู่ที่ดี: ยุคใหม่ใหม่ของการพัฒนาเมืองหลังการเติบโต (Cities for Well-Being: New Era of Postgrowth Urban Development)

ความเป็นอยู่ที่ดีเป็นแนวคิดแบบองค์รวมที่ครอบคลุมสุขภาพร่างกาย จิตใจ และสังคม ตลอดจนความรู้สึกถึงจุดมุ่งหมายและความสมหวังในชีวิต ในบริบทของเมือง ความเป็นอยู่ที่ดีหมายถึงคุณภาพชีวิตที่ชาวเมืองประสบ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ

ตารางที่ 11 การกำหนดความเป็นอยู่ที่ดีในเมือง

ปัจจัย	คำอธิบาย
การเข้าถึงพื้นที่สีเขียว	สร้างพื้นที่หรือโอกาสในการออกกำลังกาย การผ่อนคลาย และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ในขณะที่เดียวกันก็ปรับปรุงคุณภาพอากาศ
สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านสุขภาพ	ส่งเสริมและผลักดันให้ทุกคนสามารถเข้าถึงการดูแลได้เมื่อต้องการ ส่งเสริมสุขภาพที่ดีและป้องกันการเจ็บป่วย
สถาบันการศึกษาและวัฒนธรรม	ให้โอกาสเข้าถึงด้านการศึกษาและวัฒนธรรม
ที่อยู่อาศัยราคาไม่แพง	สร้างที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพดีและราคาไม่แพงให้ผู้อาศัยสามารถเข้าเป็นเจ้าของได้
ด้านอื่นๆ	ความเป็นอยู่ที่ดีในเมือง ได้แก่ ความปลอดภัย การเข้าถึงอาหารเพื่อสุขภาพ ความสามัคคีของชุมชน และโอกาสทางเศรษฐกิจ การสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนสุขภาพกาย จิตใจ และอารมณ์ของผู้อยู่อาศัยได้
อากาศและน้ำที่สะอาด	การมีคุณภาพอากาศที่ดีและน้ำที่สะอาดถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการมีสุขภาพที่ดี มลภาวะอาจนำไปสู่ปัญหาเรื้อรังทางเดินหายใจ ในขณะที่คุณภาพน้ำที่ไม่ดีอาจทำให้เกิดการเจ็บป่วยได้
ที่อยู่อาศัยราคาไม่แพง	ที่อยู่อาศัยเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน และเมื่อไม่สามารถจ่ายได้ก็สามารถนำไปสู่การไร้บ้าน ความยากจน และความเครียดได้
รวมสังคม	ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของและการเชื่อมต่อกับผู้อื่นมีความสำคัญต่อสุขภาพจิตและความเป็นอยู่โดยรวม ชุมชนที่ส่งเสริมการรวมทางสังคม ส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชีวิตในชุมชนมากขึ้น
ความหลากหลายทางวัฒนธรรม	ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญของชีวิตในเมือง โดยส่งเสริมความอดทน ความเข้าใจ และความคิดสร้างสรรค์
การเข้าถึงกิจกรรมสันทนาการ	กิจกรรมสันทนาการ เช่น กิจกรรมกีฬา ศิลปะ และวัฒนธรรม สามารถส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิต ลดความเครียด และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

4.1.7 กรณีศึกษา: เมืองที่เป็นผู้นำในด้านความเป็นอยู่ที่ดี
ตารางที่ 12 เมืองที่เป็นผู้นำในด้านความเป็นอยู่ที่ดี

เมือง	แนวทางสู่ความเป็นอยู่ที่ดี	แนวทางการพัฒนาเมืองสู่ความเป็นอยู่ที่ดีและส่งเสริมสุขภาพ
เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์	มุ่งเน้นการขนส่งสาธารณะ ส่งเสริมการปั่นจักรยานเดิน และการใช้ยานพาหนะไฟฟ้า ใช้โครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเพื่อสร้างพื้นที่ธรรมชาติสำหรับผู้อยู่อาศัย เสนอการตรวจสอบสุขภาพประจำปีฟรีสำหรับผู้อยู่อาศัยทุกคน	อัมสเตอร์ดัมได้กลายเป็นผู้นำในการพัฒนาเมืองที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นที่การลดการใช้รถยนต์และส่งเสริมรูปแบบการขนส่งที่ใช้จักรยาน มีการปรับปรุงโครงสร้างถนนสำหรับการปั่นจักรยานและการเดินเท้าทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถสัญจรไปมาได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องพึ่งรถยนต์ เมืองนี้ยังเป็นที่ตั้งของสวนสาธารณะและพื้นที่สีเขียวหลายแห่ง ทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเข้าถึงธรรมชาติและกิจกรรมกลางแจ้งได้ ความมุ่งมั่นของอัมสเตอร์ดัมในเรื่องความเป็นอยู่ที่ดีทำให้อัมสเตอร์ดัมได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในเมืองที่น่าอยู่ที่สุดในโลกมุ่งเน้นการขนส่งสาธารณะ ส่งเสริมการปั่นจักรยาน เดิน และการใช้ยานพาหนะไฟฟ้า
เมืองซานตาโมนิกา สหรัฐอเมริกา	มุ่งเน้นไปที่โครงสร้างพื้นฐานสำหรับคนเดินเท้าและเป็นมิตรกับจักรยาน โดยมีการปรับปรุงทางเท้าทางม้าลาย และเลนจักรยาน เสนอโปรแกรมด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีมากมายสำหรับผู้พักอาศัย รวมถึงชั้นเรียนออกกำลังกาย การให้ความรู้ด้านโภชนาการ และสวนชุมชน ดำเนินโครงการริเริ่มด้านพลังงานทดแทน	ซานตาโมนิกาได้ใช้แนวทางแบบองค์รวมเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี โดยส่งเสริมการขนส่งที่ยั่งยืนและการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพที่ดีแก่ผู้อยู่อาศัย มีการพัฒนาเส้นทางในการปั่นจักรยานของเมืองและถนนที่เป็นมิตรต่อคนเดินเท้าทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเคลื่อนไหวร่างกายและลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้อย่างง่ายดาย ซานตาโมนิกายังเสนอโปรแกรมด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีมากมาย เพื่อให้มั่นใจว่าผู้อยู่อาศัยจะสามารถเข้าถึงทรัพยากรและการศึกษาเพื่อรักษาวิถีชีวิตที่มีสุขภาพดีเมืองนี้ มีความก้าวหน้าครั้งสำคัญในด้านพลังงานหมุนเวียน โดยมีแผนจะบรรลุเป้าหมายคาร์บอนเป็นกลางภายในปี 2050 มุ่งเน้นไปที่โครงสร้าง

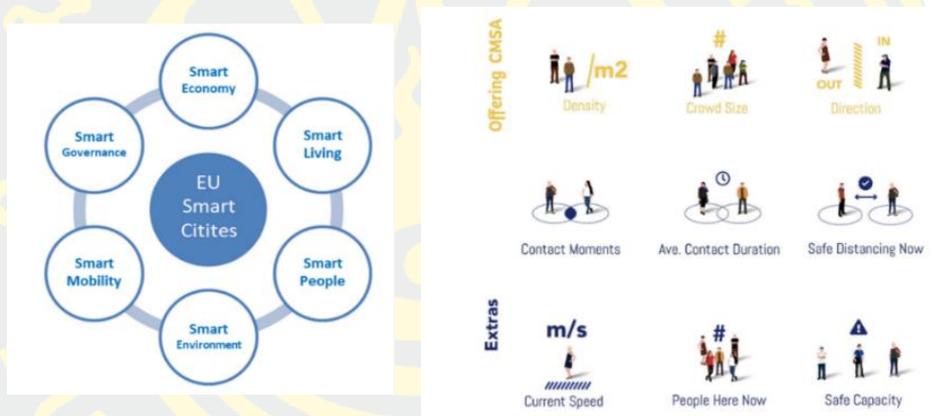
ตารางที่ 12 (ต่อ)

เมือง	แนวทางสู่ความเป็นอยู่ที่ดี	แนวทางการพัฒนาเมืองสู่ความเป็นอยู่ที่ดี และส่งเสริมสุขภาพ
เมืองซานตาโมนิกา สหรัฐอเมริกา (ต่อ)		พื้นฐานสำหรับคนเดินเท้าและเป็นมิตรกับจักรยาน โดยมีการปรับปรุงทางเท้า ทางม้าลาย และเลนจักรยาน เสนอโปรแกรมด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีมากมายสำหรับผู้พักอาศัย รวมถึงชั้นเรียนออกกำลังกาย การให้ความรู้ด้านโภชนาการ และสวนชุมชน ดำเนินโครงการริเริ่มด้านพลังงานทดแทน
เมืองเวลลิงตัน นิวซีแลนด์	มุ่งเน้นความสามารถในการเดินและการขนส่งสาธารณะ ส่งเสริมการใช้จักรยานและการใช้ยานพาหนะไฟฟ้า ใช้โครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเพื่อสร้างพื้นที่ธรรมชาติสำหรับผู้อยู่อาศัย เสนอกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสันทนาการมากมาย รวมถึงเทศกาลและกิจกรรมต่างๆ	มุ่งเน้นความสามารถในการเดินและการขนส่งสาธารณะ ส่งเสริมการใช้จักรยานและการใช้ยานพาหนะไฟฟ้า ใช้โครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเพื่อสร้างพื้นที่ธรรมชาติสำหรับผู้อยู่อาศัย เสนอกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสันทนาการมากมาย รวมถึงเทศกาลและกิจกรรมต่างๆ

4.1.8 กรณีศึกษา: เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์

เมืองอัมสเตอร์ดัมประเทศเนเธอร์แลนด์ มุ่งเน้นความสามารถในการเดินและการขนส่งสาธารณะ ส่งเสริมการใช้จักรยานและการใช้ยานพาหนะไฟฟ้า ใช้โครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเพื่อสร้างพื้นที่ธรรมชาติสำหรับผู้อยู่อาศัย เสนอกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสันทนาการมากมายอัมสเตอร์ดัมได้กลายเป็นผู้นำในการพัฒนาเมืองที่ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นที่การลดการใช้รถยนต์และส่งเสริมรูปแบบการขนส่งที่ใช้งานอยู่ เครือข่ายทางจักรยานที่กว้างขวางของเมืองและถนนที่เหมาะสมกับคนเดินเท้าทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถสัญจรไปมาได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องพึ่งรถยนต์ เมืองนี้ยังเป็นที่ตั้งของสวนสาธารณะและพื้นที่สีเขียวหลายแห่ง ทำให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเข้าถึงธรรมชาติและกิจกรรมกลางแจ้งได้ ความมุ่งมั่นของอัมสเตอร์ดัมในเรื่องความเป็นอยู่ที่ดีทำให้อัมสเตอร์ดัมได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในเมืองที่น่าอยู่ที่สุดในโลก รวมถึงเทศกาลและกิจกรรมต่างๆ การพัฒนานวัตกรรมของเมืองอัมสเตอร์ดัมอัมสเตอร์ดัมสมาร์ทซิตี หรือ Amsterdam Smart City ในปัจจุบัน การขับเคลื่อนเมืองถูกครอบคลุมไปแล้วทั้ง 7 ด้าน Smart City ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ (Smart Environment) 2) พลังงานอัจฉริยะ (Smart Energy) เน้นการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เพิ่มพื้นที่สีเขียวในเมือง ประชาชนเมืองหันมาใช้พลังงานสะอาดแทนพลังงานจาก

โครงข่ายไฟฟ้าหลัก 3) การเดินทางและขนส่งอัจฉริยะ (Smart Mobility) มีการวางโครงสร้างพื้นฐานของเมืองที่ดี มีนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัด เช่น โครงการ Smart Urban Mobility ที่เก็บข้อมูลการเดินทางของประชาชนบนท้องถนน เพื่อนำไปวิเคราะห์ หรือทำนายอนาคตเมือง 4) การดำรงชีวิตอัจฉริยะ (Smart Living) เมืองมีความทันสมัย ปลอดภัย สะอาด น่ายู่ 5) พลเมืองอัจฉริยะ (Smart People) ประชาชนเข้าถึงการเรียนรู้ได้ทุกที่มีช่องทางในการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย 6) การบริหารภาครัฐอัจฉริยะ (Smart Governance) การบริการภาครัฐมีความทันสมัย โปร่งใส ประชาชนเข้าถึงได้ตลอดเวลา และ 7) เศรษฐกิจอัจฉริยะ (Smart Economy) เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรม เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) บล็อกเชน (Blockchain) และ อินเทอร์เน็ตเพื่อสรรพสิ่ง (IoT) เป็นต้น โดยนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจและบริการ และสร้างโอกาสใหม่ๆ สำหรับธุรกิจ เป็นต้น



ภาพที่ 16 องค์ประกอบของ Amsterdam Smart City

Amsterdam Central เปิดใช้ที่จอดรถจักรยานใหม่ 2 แห่ง เมื่อรวมกันแล้วมีพื้นที่สำหรับจอดจักรยานประมาณ 11,000 คัน โดยที่จอดรถจักรยาน Stationsplein สร้างขึ้นภายใต้แนวคิด Open Harbourfront รองรับจักรยานได้เกือบ 7,000 คัน ที่จอดรถจักรยานแบบสองชั้นออกแบบทำโดย VelopA พร้อมด้วยเทคโนโลยีการตรวจสอบเพื่อป้องกันการโจรกรรมโดย LumiGuide ส่วนที่จอดรถจักรยานแห่งที่สองเป็นอาคารอยู่ใต้น้ำ ตั้งอยู่บนถนน IJboulevard บริเวณด้านหลังของสถานี Amsterdam Central จอดรถจักรยานได้ประมาณ 4,000 คัน ที่จอดรถจักรยาน Stationsplein เชื่อมต่อโรงรถไฟใต้ดินและสถานี Amsterdam Central โดยการออกแบบได้รับความร่วมมือจากพิพิธภัณฑน์อัมสเตอร์ดัม ด้านที่จอดรถจักรยานบนถนน IJboulevard ได้รับการออกแบบโดย VenhoevenCS ทางเข้าด้านตะวันออกและตะวันตกมีการสร้างกำแพงแบบพาโนรามาเพื่อแสดงภาพวาดที่มีชื่อเสียง

4.1.9. กรณีศึกษา: เมืองแวนคูเวอร์

1. เทคโนโลยี Car Sharing & E-bike Sharing

2. Car Sharing & E-bike Sharing คือการบริการเช่ารถและจักรยานระยะสั้น

ที่มีการให้บริการโดยมุ่งเน้นการลดปริมาณการใช้รถยนต์บนท้องถนน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ รูปแบบ Peer to Peer (P2P) ที่จะมีการจับคู่ระหว่างเจ้าของรถที่แท้จริง ที่หวังจะหารายได้เสริมจากการปล่อยให้เช่ารถกับบุคคลที่อยากเช่ารถ เพื่อให้รถยนต์มักถูกจอดทิ้งไว้ ได้ออกวิ่งหรือให้เครื่องยนต์ได้มีการทำงาน อารมณ์เหมือน Air BNB

Mobi by Shaw Go เป็นส่วนสำคัญของ ระบบขนส่งที่ใช้งานอยู่ ของเมืองแวนคูเวอร์มาเป็นเวลา 6 ปีแล้ว และเรามีความยินดีที่จะขยายพื้นที่ให้บริการไปยังบริเวณใกล้เคียง ในแวนคูเวอร์ ตะวันออก ตะวันตก และได้ เพิ่มมากขึ้น

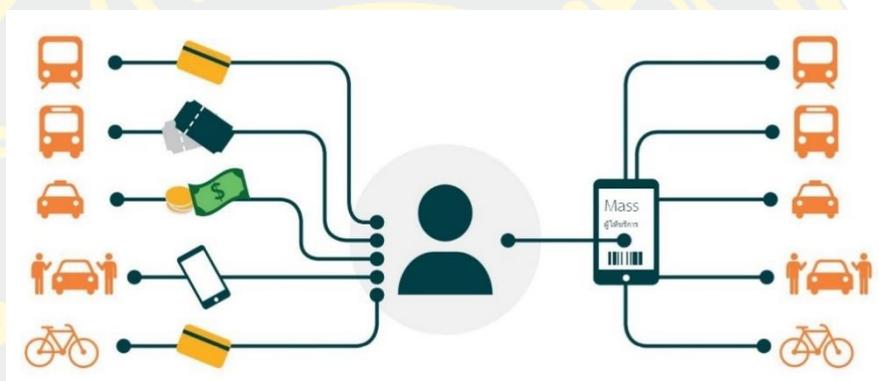
จักรยานไฟฟ้า Mobi by Shaw Go มีระดับการช่วยเหลือไฟฟ้า 3 ระดับและเกียร์ 3 ระดับ เพื่อให้ผู้คนทุกระดับความสามารถพิชิตเนินเขาและขี่จักรยานไฟฟ้าได้ไกลและเร็วขึ้น จักรยานไฟฟ้า Mobi มีระบบช่วยปั่นด้วยความเร็วสูงสุด 25 กม./ชม. ผู้ใช้สามารถค้นหาจักรยานไฟฟ้าที่อยู่ใกล้ที่สุดได้บนแอป Mobi by Shaw Go ใหม่ การจอดจักรยานไฟฟ้าก็ไม่ต่างจากการจอดจักรยาน Mobi แบบคลาสสิก ผู้ใช้สามารถปลดล็อกจักรยานไฟฟ้าจากสถานีใดก็ได้และคืนจักรยานที่ท่าจอดใดก็ได้



ภาพที่ 17 จักรยานไฟฟ้า Mobi by Shaw Go

4.1.10 กรณีศึกษา: การต้นแบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมเมืองคุณภาพระดับโลก

แพลตฟอร์ม Mobility as a Service (Mass) การบูรณาการการเข้าถึงบริการขนส่งต่างๆ เช่น การขนส่งสาธารณะ การแบ่งปันรถ การแบ่งปันจักรยาน การแบ่งปันสกูตเตอร์ แท็กซี่ การเช่ารถ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพเป็นพื้นฐาน โดยการออกแบบระบบการใช้งานตามความต้องการของผู้ใช้โดยพร้อมให้บริการทุกที่ทุกเวลา ผู้ใช้สามารถวางแผนการเดินทาง การจอง และการชำระเงินแบบครบวงจรได้ รวมถึงสามารถเข้าถึงระบบข้อมูลเส้นทางได้ด้วยระบบดิจิทัลแบบแอกทีฟเพื่อให้การเดินทางสะดวกสบายมากขึ้นโดยไม่ต้องใช้รถยนต์ส่วนตัว



ภาพที่ 18 แพลตฟอร์ม Mobility as a Service (Mass)

ที่มา : Kamargianni & Matyas ,2016

ตารางที่ 13 แสดงการสร้างระบบบริการที่ยึดผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง

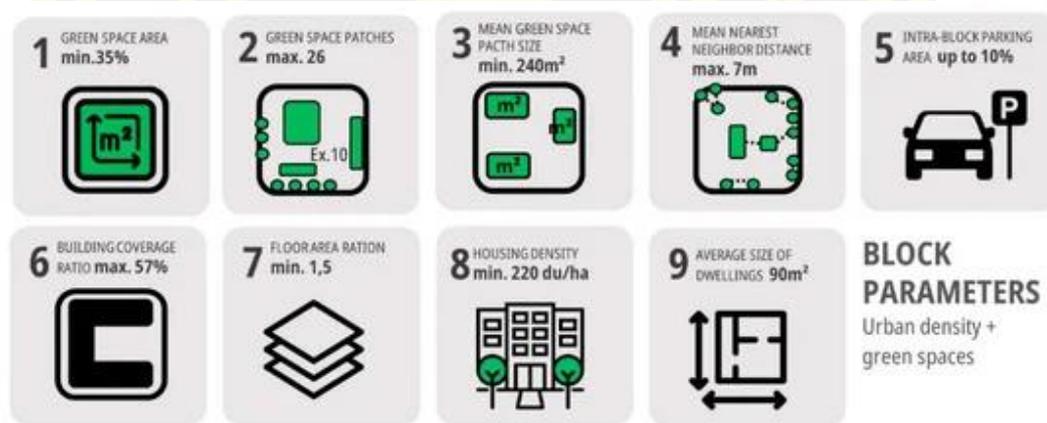
ความคาดหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยว			
ความน่าเชื่อถือ	ความเรียบง่าย	ความเท่าเทียม	ความยืดหยุ่น
แพลตฟอร์มควรมีการรับประกันข้อมูลแบบเรียลไทม์ที่ถูกต้องมีคุณภาพระดับสูง	การเข้าใช้บริการของผู้ใช้ค่อนข้างง่ายเป็นมิตรต่อผู้ใช้ ช่วยผู้ใช้ในการตัดสินใจ	ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียม	สามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการของผู้ใช้ได้

4.1.11 กรณีศึกษา: งานวิจัยพื้นที่สีเขียวและการจัดพื้นที่แบบกะทัดรัด

แบบจำลองการวางแผนพื้นที่สำหรับการพัฒนาเมืองบนฐานความรู้ในพื้นที่รอบเมือง Green and Compact: A Spatial Planning Model for Knowledge-Based Urban Development in Peri-Urban Areas. Patricia, Fabiano and Gabriela (2021)

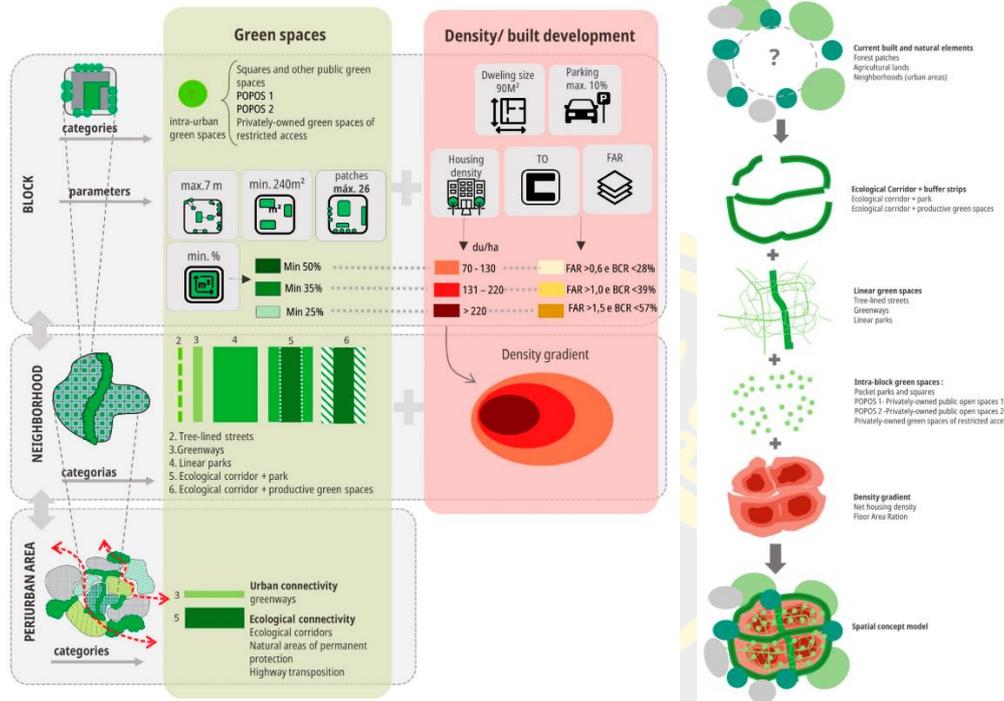
การพัฒนาที่มุ่งหวังที่จะสำรวจแนวคิดของ "บล็อกเมืองในอุดมคติ" (The urban block metrics) ซึ่งได้รับการพัฒนาจากแนวทางและพารามิเตอร์ที่จัดทำขึ้นโดย Sanches และเสริมด้วย

การวิเคราะห์กรณีศึกษาจากทั่วโลกมากกว่า 400 กรณีและการทบทวนวรรณกรรม เมตริกต่อไปนี้ได้รับการคัดเลือกเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้สูงสุดในขณะที่ให้ความหนาแน่นสูงสุด สำหรับพื้นที่สีเขียว พื้นที่สีเขียวต้องมีพื้นที่อย่างน้อย 35% ของพื้นที่ทั้งหมด จุดสีเขียวสูงสุด 26 จุด พื้นที่สีเขียวมีขนาดเฉลี่ยขั้นต่ำ 240 ตารางเมตรและระยะห่างเฉลี่ยสูงสุดระหว่างจุดสีเขียวคือ 7 เมตร เมื่อพิจารณาตามรูปแบบการก่อสร้างและความหนาแน่น มีดังนี้ พื้นที่จอดรถภายในบล็อกสูงสุด 10% เพื่อลดการมีอยู่ของพื้นที่, อัตราส่วนความครอบคลุมอาคาร (BCR) สูงสุด 57%, อัตราส่วนพื้นที่อาคารขั้นต่ำ (FAR) 1.5, ความหนาแน่นของที่อยู่อาศัยขั้นต่ำ 220 หน่วยต่อเฮกตาร์ (du/ha) และขนาดห้องชุดขั้นต่ำ 90 ตารางเมตร (ภาพที่ 13)



ภาพที่ 19 เมตริกของกลุ่มเมือง

จากงานวิจัยได้มีการพัฒนากรอบแนวคิด ของการพัฒนาารูปแบบการวางแผนพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ พื้นที่สีเขียวและความหนาแน่น ซึ่งครอบคลุมทุกมาตราส่วน (เขตเมือง ชุมชน/เขต และเมือง/ภูมิภาค) ดังภาพที่ 19



ภาพที่ 20 กรอบแนวคิด ของการพัฒนารูปแบบการวางแผนพื้นที่

ตัวอย่างการนำทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบเมืองโดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบได้แก่ การออกแบบเมืองสำหรับที่ราบสูงตอนกลางและการออกแบบผังเมืองสำหรับศูนย์กลางภาคใต้ดังภาพที่ 20 และภาพที่ 21



ภาพที่ 21 การออกแบบเมืองสำหรับที่ราบสูงตอนกลาง



ภาพที่ 22 การออกแบบผังเมืองสำหรับศูนย์กลางภาคใต้

สรุป ความกะทัดรัด ความหนาแน่น และพื้นที่สีเขียวไม่ใช่สิ่งที่แยกจากกัน โครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและโซลูชันตามธรรมชาติต้องรวมเข้าในกระบวนการวางแผน และไม่ถือเป็นส่วนเสริมที่แยกจากกัน โครงสร้างเชิงพื้นที่ที่แนะนำโดยแบบจำลองนี้ให้โครงสร้างโซลูชันตามธรรมชาติในแนวราบและแนวตั้งในขนาดต่างๆ ที่จะรวมไว้ในแผนสุดท้าย การปรับระดับความหนาแน่นให้สอดคล้องกับการให้บริการระบบนิเวศที่เลือกไว้จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงพื้นที่สีเขียวและลดความขัดแย้งบริบทรอบเมืองเป็นจุดที่เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว พื้นที่ดังกล่าวมักเป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาที่มีความหนาแน่นต่ำ แต่กระจายเนื่องจากการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานและพื้นที่ที่มีการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรและธรรมชาติ ในทางกลับกัน บริบทรอบเมืองจะต้องเป็นจุดสนใจของพื้นที่ดังกล่าว เนื่องจากมีที่ดินเพียงพอและมีศักยภาพในการให้บริการระบบนิเวศมากขึ้น แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาร่วมกับการวางแผนเพื่อให้บริการระบบนิเวศที่ดีขึ้น การเพิ่มความหนาแน่นให้กับเขตชานเมือง และการสร้างการเชื่อมต่อทางระบบนิเวศระหว่างเขตเมืองที่รวมกันเป็นหนึ่งในพื้นที่ตอนในภูมิทัศน์แบบผสมผสานที่เชื่อมโยงพื้นที่จัดสรรและสวนในเมืองและวนเกษตรเข้ากับพื้นที่พัฒนาสามารถสนับสนุนหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ การเข้าถึงอาหารและวัสดุที่ไม่ต้องผ่านกระบวนการใดๆ (เช่น ไม้) สำหรับการก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์สามารถเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีในขณะที่ส่งเสริมงานในท้องถิ่นและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสำหรับผู้อยู่อาศัย นอกจากนี้ วนเกษตรยังสามารถให้การเปลี่ยนแปลงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากพื้นที่เขตเมืองชั้นในไปสู่พื้นที่ชนบท ช่วยเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพและสนับสนุนการผลิตทางการเกษตรตั้งนั้น บทบาทของการออกแบบจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยแบบจำลองเป็นพาหนะที่พัฒนาจากแนวทางเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อผสมผสานความกังวลและหลักการในการวางแผนเมืองและสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน โดยแบบจำลองให้ทั้งความเป็นเมืองและการเข้าถึงธรรมชาติ การนำไปใช้ในแผนจะต้องรวมการวิเคราะห์พื้นที่และความต้องการเฉพาะอย่างครอบคลุม การเปลี่ยนแปลงพื้นที่รอบเมืองตามที่เสนอในที่นี้จะช่วยให้สามารถกำหนดโครงสร้างการวางแผนใหม่จากขอบเขตที่จำกัดได้ ซึ่งจะทำให้สภาพแวดล้อมมีความยั่งยืน น่าอยู่ และยืดหยุ่นมากขึ้น

4.1.12 การวิเคราะห์นวัตกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์นวัตกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสืบค้นข้อมูลจากวรรณกรรมและสืบค้นข้อมูลในลักษณะออนไลน์สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 14 ข้อมูลวิเคราะห์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ

ประเภทนวัตกรรม	คุณสมบัตินวัตกรรม	รายละเอียดนวัตกรรม
1. เทคโนโลยีไร้สัมผัส	เทคโนโลยีรู้จำเสียงพูด (Speech recognition)	<ol style="list-style-type: none"> มีการพัฒนาระบบการใช้เสียงในการเปิดปิดไฟตามที่พัก โรงแรม มีพัฒนาประตูหรือรถยนต์ที่มีระบบความปลอดภัยด้วยการตรวจสอบใบหน้าแทนการใช้กุญแจ และเปิดอัตโนมัติได้โดยไม่ต้องสัมผัส มีการพัฒนาระบบการใช้เสียงในการเปิดปิดไฟตามที่พัก โรงแรม มีพัฒนาประตูหรือรถยนต์ที่มีระบบความปลอดภัยด้วยการตรวจสอบใบหน้าแทนการใช้กุญแจ และเปิดอัตโนมัติได้โดยไม่ต้องสัมผัส
	เงินดิจิทัล (Digital money)	ระบบกระเป๋าเงินดิจิทัล ใช้จ่ายโดยไม่ต้องสัมผัสอะไรนอกจากโทรศัพท์ของตนเอง ไม่ต้องจับเงินที่คนอื่นเคยสัมผัสมาก่อน หรือยื่นบัตรเครดิตให้กับพนักงานเมื่อซื้อสินค้า ร้านค้าเองก็มีทางเลือกเพื่อช่วยรักษาสุขภาพอนามัยของทั้งพนักงานและลูกค้าเช่นกัน
2. B-Booking (in advance)	นวัตกรรมวางแผนล่วงหน้า และจองก่อนล่วงหน้า	การวางแผนการเดินทาง ได้แก่ การจัดสรรคนร่วมคณะเดินทาง วันเวลาและค่าใช้จ่าย และอยู่ภายใต้การจำกัดจำนวน และเงื่อนไขการบริหารพื้นที่แบบเว้นระยะห่าง
	นวัตกรรมวางแผนล่วงหน้า และจองก่อนล่วงหน้า	การวางแผนการเดินทาง ได้แก่ การจัดสรรคนร่วมคณะเดินทาง วันเวลาและค่าใช้จ่าย และอยู่ภายใต้การจำกัดจำนวน และเงื่อนไขการบริหารพื้นที่แบบเว้นระยะห่าง
3. ป้าย (RFID Tag, Transponder-Responder)	ป้ายลดการสัมผัสหรือสามารถรับรู้การสื่อสารผ่านระบบดิจิทัล	ประกอบไปด้วย เสาอากาศ และตัวไมโคร ชิป เสาอากาศจะทำหน้าที่รับส่งสัญญาณคลื่นวิทยุระหว่างป้าย (RFID Tag) กับเครื่องอ่าน (Reader) ป้ายติดสินค้ากันขโมยในห้างสรรพสินค้า และตัวรถไฟฟ้ายานเป็นเหรียญกลมสีดาขนาดเล็ก ที่ใช้แตะเพื่อเข้าสู่ชานชาลาในการโดยสารรถไฟใต้ดินที่ก็มีรูปร่างหลาย

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ประเภทนวัตกรรม	คุณสมบัตินวัตกรรม	รายละเอียดนวัตกรรม
2. เทคโนโลยีไร้สัมผัส	เทคโนโลยีรู้จำเสียงพูด (Speech recognition)	ลักษณะขึ้นอยู่กับการใช้งานและมีการแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะการทำงานดังนี้ - Active Tag แท็กชนิดนี้เป็นแบบมีแหล่งพลังงาน (แบตเตอรี่) ในตัวเอง ทำให้อุปกรณ์ สามารถรับสัญญาณได้ในระยะไกล แต่มีข้อเสียคืออายุการใช้งานจำกัดตามอายุของแบตเตอรี่ และเมื่อแบตเตอรี่หมดจะไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้อีก (Singh, Brar, & Fong, 2006) - Passive Tag เป็นแท็กที่ไม่มีแหล่งพลังงานในตัวเอง แต่จะสามารถทำงานได้เมื่อได้รับการกระตุ้นโดยสัญญาณคลื่นวิทยุที่ส่งมาจากอุปกรณ์อ่านสัญญาณ มีราคาต่ำกว่า Active Tag มีขนาดเล็ก และมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน (Singh, Brar, & Fong, 2006)
3. 4. อุปกรณ์อ่านสัญญาณ (RFID Reader หรือ Interrogator) มีหน้าที่ในการเชื่อมต่อกับป้าย (RFID Tag)	อุปกรณ์อ่านสัญญาณ เชื่อมต่อกับป้าย (RFID Tag)	เป็นส่วนที่ จะทำการประมวลผลข้อมูลที่ ได้มาจากป้าย (RFID Tag) หรือจะสร้างข้อมูลเพื่อส่งไปยังป้าย และยังเป็น ที่เก็บระบบฐานข้อมูลได้อีกด้วย โดยระบบที่คนนิยมใช้ ในปัจจุบันจะมีระบบการจัดการ ฟาร์มปศุสัตว์ ระบบคลังสินค้าระบบขนส่ง และระบบ การบริหารจัดการ ทรัพยากร
4. 5. เทคโนโลยีการ เชื่อมต่อไร้สาย (NFC technology)	การชำระเงินแบบไม่ต้อง สัมผัสใช้เทคโนโลยีไร้สาย ระยะสั้นเพื่อการชำระเงิน ที่สมบูรณ์ระหว่างบัตรที่ไม่ มีการสัมผัส หรืออุปกรณ์ ที่สามารถชำระเงินได้ และ เครื่องเซ็ค เอาต์ที่เปิดใช้ งานแบบไร้สัมผัส บัตรวีซ่า แบบไร้สัมผัส คือบัตรชิปที่ มีเสาอากาศสื่อสารใกล้ สนาม (NFC) ซึ่งจะช่วยให้สามารถชำระเงินได้ใน ระยะใกล้ เมื่อแตะบัตรวีซ่า	NFC ได้รับการพัฒนาโดยเจตนาสำหรับระยะใกล้หรือ ระยะสัมผัส คล้ายระบบ MI Fare และ RFID NFC ยัง ขึ้นอยู่กับแนวคิดของการเหนี่ยวนำแม่เหล็กไฟฟ้าที่ทำให้ การ แลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และเป็นมิตรกับผู้ใช้ตามกระบวนการที่ค้นที่ สัมผัสได้ (Borrego Jaraba Lague Ruiz and Gomez-Nieto, 2011)

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ประเภทนวัตกรรม	คุณสมบัตินวัตกรรม	รายละเอียดนวัตกรรม
5. เทคโนโลยีไร้สัมผัส (NFC technology) (ต่อ)	หรืออุปกรณ์ที่สามารถ ชำระเงินได้ที่ช่องชำระ เงิน ที่ไม่มีการสัมผัสกับระบบ ไร้สัมผัส (ใกล้สัญลักษณ์ รูปสัมผัสสัญลักษณ์ไร้สัมผัส) การชำระเงินจะถูกส่งไป เพื่อขออนุมัติ	

4.1.4 กรณีศึกษา: การสร้างแบรนด์เมือง (City Branding)

กรณีศึกษาการสร้างแบรนด์เมือง (City Branding)

City Branding หรือแบรนด์เมือง เราจะนึกถึง 2 อย่างก็คือ 1. คำขวัญ 2. โลโก้ แบรนด์เมืองที่เราคุ้นตามาก ก็คือ เมืองนิวยอร์ก เราจะเคยเห็นโลโก้ 1 หัวใจสีแดง NY เกิดจากเหตุการณ์ก่อการร้ายที่ตึกเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ หลังจากนั้นก็ทำแคมเปญชื่อว่าไอ เลิฟ นิวยอร์ก ขึ้นมาเพื่อที่จะสร้างขวัญและกำลังใจให้กับคนในเมือง รวมถึงเป็นการระดมทุนเพื่อที่จะมาฟื้นฟูตรงบริเวณพื้นที่ตึกเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ แต่ทั้งนี้แบรนด์ของเมืองไม่ได้มีเป็นเพียงแคโลโก้ แต่มีรายละเอียดกว่านั้นมาก หลักการของการสร้างแบรนด์ของเมือง (City Branding)

City Branding จริงๆ แล้ว ไม่ได้เป็นเพียงแค่การออกแบบโลโก้ City Branding เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมหรือความร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมือง ทำความเข้าใจในคุณค่าของตัวเอง สร้างกลไกในการรักษาคุณค่านั้นไปพร้อมกับการประชาสัมพันธ์นำเสนอคุณค่าไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ตัวเองต้องการ ดึงดูดเข้ามาสู่เมือง สร้างผลกระทบเชิงบวกให้เป็นเมืองต่อไปในอนาคต

Key Word ที่สำคัญ คือ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ที่มาทำงานร่วมกัน มาเลือกว่า “อะไรของเมือง ที่เราจะสามารถนำเสนอเป็นกลุ่มเป้าหมาย” ให้เขารับรู้ในคุณค่าหลักร่วมกัน หลังจากรับรู้และเข้าใจในอัตลักษณ์ของเมือง จะดึงดูดเขาให้เข้ามาสู่มาเยือนในเมืองเราเข้ามาจับจ่ายใช้สอยบริโภคในเมืองของเรา และหลายพื้นที่ที่ประสบปัญหาเรื่องของการลดลงของประชากร การสร้างแบรนด์เมืองจะช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเข้ามาช่วยในการร่วมเป็นอาสาสมัครทำกิจกรรมบางอย่างของเมือง หรือเข้ามาเป็นพลเมืองของเมืองนั้น

การทำแบรนด์เมือง นอกจากนำเสนอคุณค่าและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาสู่พื้นที่ของเรา นั้น ไม่ได้เพียงแค่การทำสื่อประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข้อมูลเท่านั้น แต่ยังไปถึงว่า เมืองต้องมีการออกแบบกิจกรรม และออกแบบพื้นที่ ให้มารองรับแบรนด์ของเมืองที่เราสร้างขึ้น สิ่งเหล่านี้ องค์ประกอบของการจัดทำแบรนด์เมืองทั้งสิ้น

องค์ประกอบสำคัญของ City Branding ที่แข็งแกร่ง

City Branding ที่แข็งแกร่งไม่ใช่เพียงแค่การมีโลโก้สวยงามหรือสโลแกนที่ติดหู แต่ต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่หลากหลายและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ Kavaratzis (2004) ได้เสนอองค์ประกอบสำคัญของ City Branding ไว้ 6 ประการ ได้แก่:

1. **Presence (การรับรู้):** เมืองต้องมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ
2. **Place (สถานที่):** เมืองต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่น่าสนใจ
3. **People (ผู้คน):** ชาวเมืองต้องเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี
4. **Prerequisites (ปัจจัยพื้นฐาน):** เมืองต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น ระบบขนส่งมวลชน ที่พัก และความปลอดภัย
5. **Pulse (จังหวะชีวิต):** เมืองต้องมีกิจกรรมและเทศกาลที่น่าสนใจ
6. **Potential (ศักยภาพ):** เมืองต้องมีศักยภาพในการเติบโตและพัฒนา

การสร้างแบรนด์เมืองในต่างประเทศ

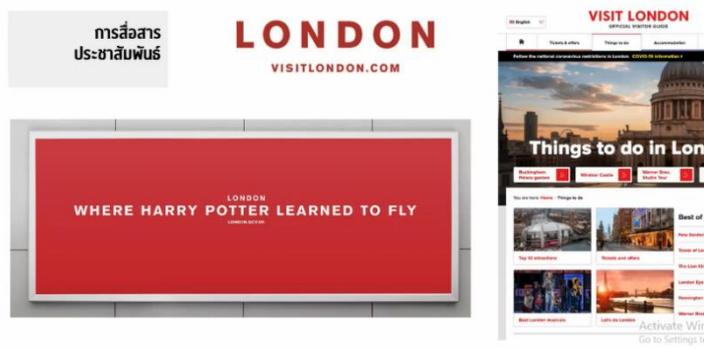
เมืองลอนดอน ประเทศอังกฤษ

เมืองลอนดอน ก่อนช่วงโควิด 19 มีการรีแบรนด์เมือง การ branding เมืองของลอนดอน ทำผ่านการประชาสัมพันธ์ใน visitlondon.com การมีรูปแบบโลโก้ที่เป็นอัตลักษณ์ของเมืองเพื่อใช้ร่วมกันในทุกผลิตภัณฑ์ เป็น City Identity ที่สื่อสารให้เห็นถึงสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของเมืองลอน

ลอนดอนซูคำขวัญ “Where Harry Potter learned to fly สถานที่ที่แฮร์รี่พ็อตเตอร์เรียนรู้ที่จะบิน” Harry Potter เป็นนิยายที่ไม่มีตัวตนจริง แต่คนรู้จักทั่วโลก รู้จักลอนดอนในฐานะเมืองหนึ่งที่เป็นที่อาศัยของ Harry Potter ลอนดอนหยิบเรื่องนี้ขึ้นมาสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์ไม่ได้หมายความว่าต้องเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานเท่านั้น อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ร่วมสมัย เราสร้างขึ้นมาใหม่หรือคนยอมรับในตัวเรา

นอกจากนั้น ไม่เพียงแต่สร้างภาพจำคำขวัญ เห็นได้ว่า เมืองลอนดอนมีการพัฒนาเชิงพื้นที่ มีการพัฒนาเมืองเก่า และการพัฒนาพื้นที่ที่ทันสมัย มีการออกแบบสินค้า บริการ ทั้งที่สะท้อนวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมการดื่มชา การแสดงละครเวที ออกแบบอาคารสถานที่ที่ผสมความเก่าและความทันสมัยของลอนดอน เป็นการขับเคลื่อนทั้งองค์ภาพของเมืองที่ต้องไปด้วยกันทั้งหมด

ตัวอย่างการพัฒนาแบรนด์เมือง



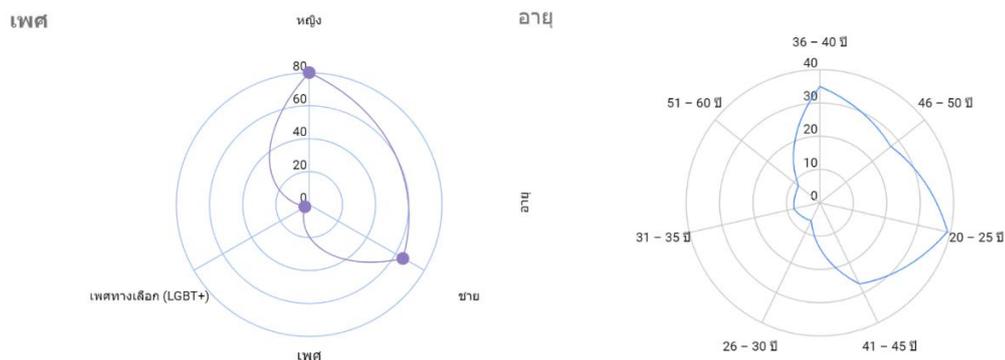
ที่มา ญัฐพงศ์ พันธุ์น้อย, 2566

ภาพที่ 23 การออกแบบแบรนด์เมืองปอร์โต ประเทศโปรตุเกส

4.3 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ท้องถิ่นและอัตลักษณ์พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

4.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภาพลักษณ์ท้องถิ่นและอัตลักษณ์พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

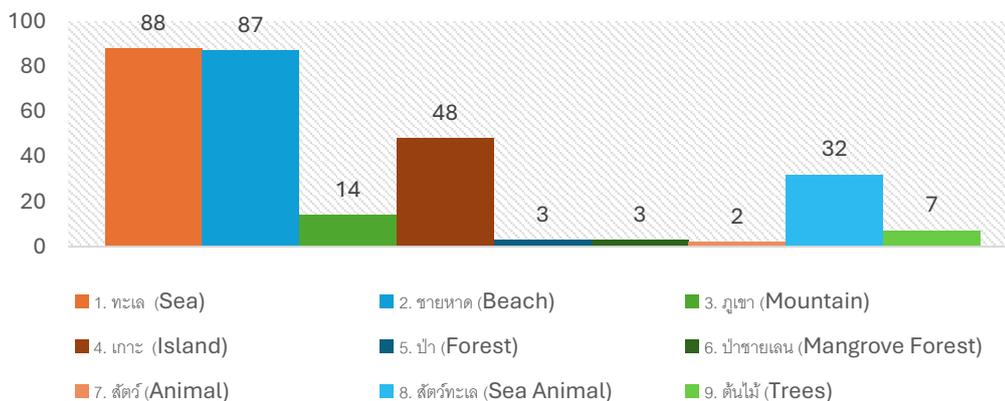
ในการสำรวจความคิดเห็นครั้งนี้ผู้วิจัย ได้สำรวจแบบสอบถามทั้งหมดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มคนทั่วไปที่รู้จักหรือเคยเดินทางมาทำกิจกรรมในพื้นที่พิเศษพัทยา จำนวน 100 คน โดยการกรอกข้อมูลแบบออนไลน์ในระบบ Google Form การสำรวจใช้ระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม 2566 ถึง วันที่ 5 มิถุนายน 2566 โดยผลการวิเคราะห์ จากจำนวน 100 คน เป็นเพศชาย จำนวนร้อยละ 43 คน เพศหญิงจำนวนร้อยละ 55 และเป็นเพศทางเลือก (LGBT+) จำนวนร้อยละ 2 คน ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลาย โดยมีผู้กรอกแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด อายุระหว่าง 36 – 40 ปี คิดเป็น (ร้อยละ 24) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากเป็นลำดับที่ 2 มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 25 ปี คิดเป็น (ร้อยละ 23) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากเป็นลำดับที่ 3 มีช่วงอายุระหว่าง 46 – 50 ปี คิดเป็น (ร้อยละ 19) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากเป็นลำดับที่ 4 มีช่วงอายุระหว่าง 41-45 ปี (ร้อยละ 19) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากเป็นลำดับที่ 5 มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี (ร้อยละ 7) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากเป็นลำดับที่ 6 มีช่วงอายุระหว่าง 31-35 ปี (ร้อยละ 6) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 7 มีช่วงอายุระหว่าง 26-30ปี (ร้อยละ 4) ตามลำดับ



ภาพที่ 24 แผนภูมิแสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรหมมา

4.4.2 ผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านสภาพแวดล้อมที่แสดงถึงพื้นที่ พิเศษพิทยา

ผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านสภาพแวดล้อมที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพิทยา ในการสำรวจความคิดเห็นครั้งนี้ผู้วิจัย ได้สำรวจแบบสอบถามทั้งหมดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มคนทั่วไปที่รู้จักหรือเคยเดินทางมาทำกิจกรรมในพื้นที่พิเศษพิทยา จำนวน 100 คน โดยการกรอกข้อมูลแบบออนไลน์ในระบบ Google Form การสำรวจใช้ระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม 2566 ถึง วันที่ 5 มิถุนายน 2566 ผลการวิเคราะห์ จากจำนวน 100 คน จากการเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อความให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกนิยามอัตลักษณ์เมือง ด้านสภาพแวดล้อมที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพิทยาด้วยคำสำคัญ 3 คำ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า สอดคล้องกับอัตลักษณ์ลักษณะด้านสภาพแวดล้อมเมืองพิทยามากที่สุด ผลการวิเคราะห์พบว่าคำนิยาม ของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรกได้แก่ “ทะเล” มีผู้ตอบ แบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 88) คำสำคัญที่สอง ได้แก่ “ชายหาด มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 87) คำสำคัญที่สามได้แก่ “เกาะ” มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 48) คำสำคัญ ที่สี่ได้แก่ “สัตว์ทะเล” มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 32) คำสำคัญที่ห้าได้แก่ “ภูเขา” มีผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็น(ร้อยละ 14)



ภาพที่ 25 ผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมือง

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรพมา

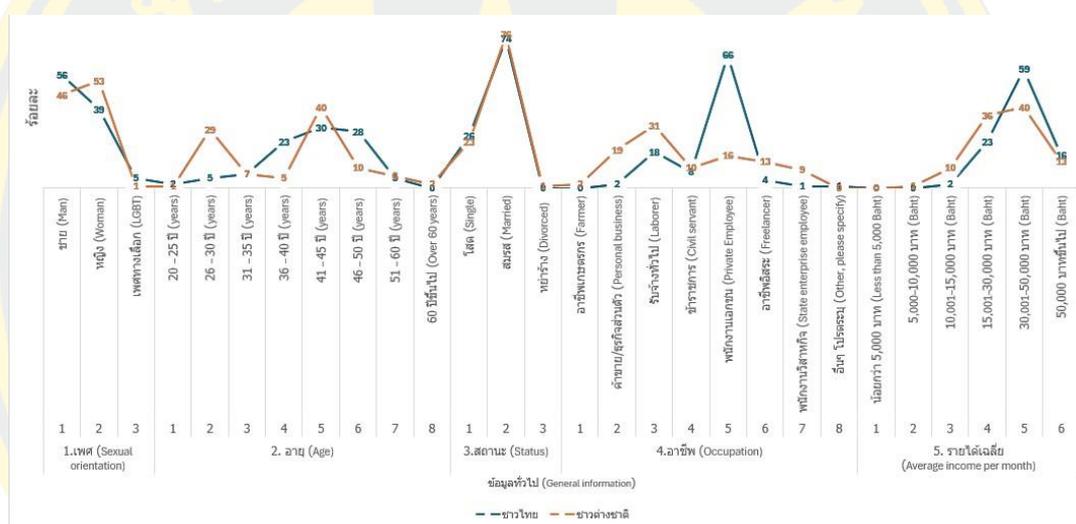
4.4.3 ผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

ผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยาในการสำรวจความคิดเห็นครั้งนี้ผู้วิจัย ได้สำรวจแบบสอบถามทั้งหมดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มคนทั่วไปที่รู้จักหรือเคยเดินทางมาทำกิจกรรมในพื้นที่พิเศษพัทยา จำนวน 100 คน โดยการกรอกข้อมูลแบบออนไลน์ในระบบ Google Form การสำรวจใช้ระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม 2566 ถึง วันที่ 5 มิถุนายน 2566 ผลการวิเคราะห์ จากจำนวน 100 คน จากการเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกนิยามอัตลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยาด้วยคำสำคัญ 5 คำ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสอดคล้องกับอัตลักษณ์ลักษณะด้านสภาพผลิตภัณฑ์เมืองพัทยานามากที่สุด ผลการวิเคราะห์พบว่า คำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรกได้แก่ “อาหารทะเล” มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 95) คำสำคัญที่สอง ได้แก่ “อาหารทะเลแห้ง” มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 72) คำสำคัญที่สาม ได้แก่ “ผลิตภัณฑ์จากทะเล” มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 59) คำสำคัญที่สี่ ได้แก่ “ผ้ามัดย้อม ผ้าบาติก” มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 18) คำสำคัญที่ห้า ได้แก่ “ผลิตภัณฑ์สมุนไพร” มีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็น (ร้อยละ 14)

4.4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ) ในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา The purpose of this questionnaire is to study the attitudes of experts towards the questionnaire used in

the study “Design Innovation for Wellness Tourism: Pattaya City” โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 (Part 1) ข้อมูลทั่วไป (General information) ตอนที่ 2 (Part 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Tourism behaviors in Pattaya City) ตอนที่ 3 (Part 3) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Wellness tourism behaviors in Pattaya) ตอนที่ 4 (Part 4) ความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Interests and trends in wellness tourism in Pattaya City) ตอนที่ 5 (Part 5) : ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Potentials of Pattaya City in wellness tourism) โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบแผนภูมิพร้อมการบรรยายในเชิงพรรณนาดังนี้

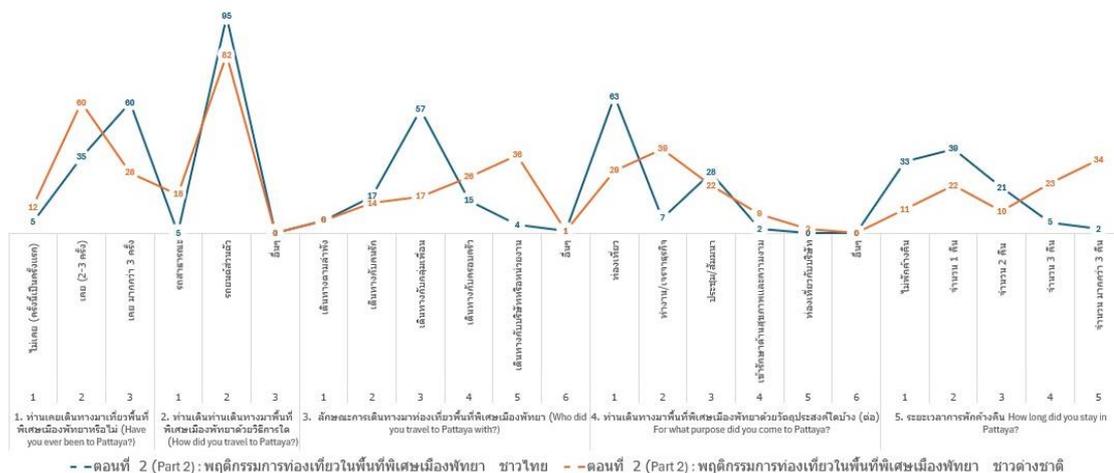


ภาพที่ 26 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป

(General information) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่พิเศษพัทยา
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

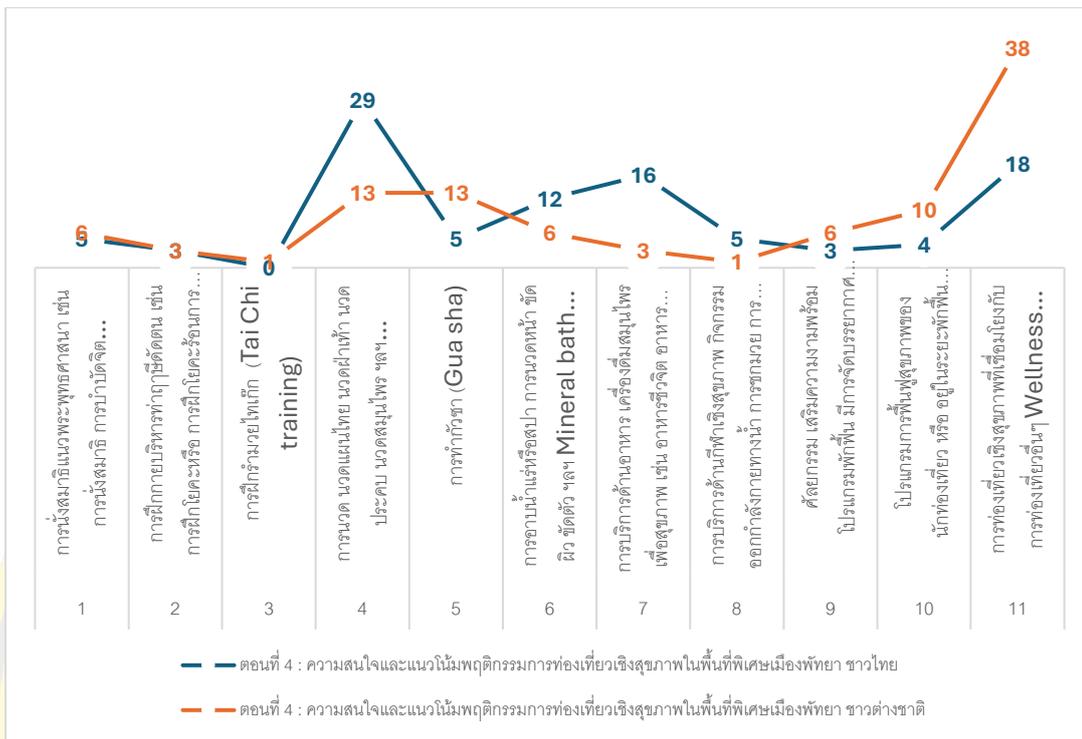
จากภาพที่ 24 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป (General information) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่พิเศษพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พิเศษพัทยาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย เป็นนักท่องเที่ยวเพศทางเลือกร้อยละ 1 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตพื้นที่พิเศษพัทยาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง เป็นนักท่องเที่ยวเพศทางเลือกร้อยละ 5 ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พิเศษพัทยา 3 ลำดับแรกได้แก่ อายุระหว่าง 41-45 ปี อายุระหว่าง 46-50 ปี และ อายุระหว่าง 36-40 ปี ตามลำดับ ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตพื้นที่พิเศษพัทยา 3 ลำดับแรก ได้แก่ อายุระหว่าง 41-45 ปี อายุระหว่าง 26-30 ปี และ อายุระหว่าง 46-50 ปี ตามลำดับ สถานภาพครอบครัวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่วน

ใหญ่มีสถานภาพสมรส อาชีพนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน อาชีพนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่รับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติอยู่ระหว่าง 30,000 – 50,000 บาท



ภาพที่ 27 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้าน พฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Tourism behaviors in Pattaya City)

จากภาพที่ 27 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทั่วไป (General information) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในพื้นที่พิเศษพัทยา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 60 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษพัทยามากกว่า 3 ครั้ง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ร้อยละ 60 เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษพัทยา 2-3 ครั้ง การเดินทางทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 95 และชาวต่างชาติส่วนใหญ่ร้อยละ 82 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 57 เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ร้อยละ 36 เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทหรือหน่วยงาน วัตถุประสงค์ในการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 63 มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ร้อยละ 39 เดินทางมาทำงานหรือเจรจาธุรกิจ ระยะเวลาในการพักค้างคืนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 39 พักค้างคืนเป็นระยะเวลา 1 คืน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ร้อยละ 34 พักค้างคืนเป็นระยะเวลามากกว่า 3 คืน



ภาพที่ 29 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Interests and trends in wellness tourism in Pattaya City)

จากภาพที่ 27 แผนภูมิแสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้าน ความสนใจและแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Interests and trends in wellness tourism in Pattaya City) พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Interests and trends in wellness tourism in Pattaya City) ในด้านนวดแผนไทย นวดฝ่าเท้า นวดประคบ และนวดสมุนไพร ฯลฯ มากที่สุดร้อยละ 29 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ พิเศษเมืองพัทยา (Interests and trends in wellness tourism in Pattaya City) ในด้านการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอื่นๆ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 38

ตารางที่ 17 แสดงข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Potentials of Pattaya City in wellness tourism)

ลำดับ	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})				ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	
		นักท่องเที่ยว ชาวไทย	การ แปล ผล	นักท่องเที่ยว ต่างชาติ	การ แปล ผล	นักท่องเที่ยว ชาวไทย	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ
1.	พื้นที่พิเศษเมืองพัทยามีบริบท อาทิ สภาพอากาศ ภูมิทัศน์ ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.65	มาก	3.12	ปานกลาง	0.74	0.87
2.	พื้นที่พิเศษเมืองพัทยามีโครงสร้างพื้นฐานเพียงพอสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.66	มาก	3.45	ปานกลาง	0.74	0.82
3.	พื้นที่พิเศษเมืองพัทยามีสาธารณูปโภคพื้นฐานเพียงพอต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.71	มาก	3.27	ปานกลาง	0.78	0.80
4.	พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา มีกิจกรรมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.88	มาก	3.12	ปานกลาง	0.87	0.74
5.	พื้นที่พิเศษเมืองพัทยามีอัตลักษณ์ที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.76	มาก	3.38	ปานกลาง	0.84	0.73
6.	พื้นที่พิเศษเมืองพัทยามีวิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.78	มาก	3.34	ปานกลาง	0.86	0.74

จากตารางที่ 21 แสดงตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา (Potentials of Pattaya City in wellness tourism) ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีทัศนคติที่มองเห็นศักยภาพด้านความพร้อมในการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นบริบท อาทิ สภาพอากาศ ภูมิ

ทัศน์ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานเพียงพอ ศักยภาพด้านสาธารณสุขโรคพื้นฐานเพียงพอ
 อัตลักษณ์ วิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีผลการ
 แปลผลการประเมินในระดับมาก แต่ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการประเมินด้าน
 ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาในภาพรวมมีการแปลผลอยู่ในระดับ
 ปานกลาง ซึ่งเห็นความแตกต่างในทัศนคติอย่างเห็นได้ชัดเจน

4.4 วิเคราะห์สิ่งที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา

4.4.1 จินตภาพของเมือง (Image of the city)

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

ตารางที่ 18 คำนิยามจินตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพัทยา

องค์ประกอบ	รายละเอียด	พื้นที่พิเศษพัทยา
1. เส้นทาง (Path)	ถนน ทางเดิน ทางคมนาคม เส้นทาง ระบบขนส่งมวลชน	1. ถนน 2. ทางเดิน 3. ทางคมนาคม 4. เส้นทาง 5. อุโมงค์ทางลอดแยกพัทยา 6. รถนำเที่ยวเมืองพัทยาระบบขนส่ง มวลชน รถสองแถว รถตู้
2. เส้นขอบ (Edge)	เส้นเขต เพื่อแสดงการสิ้นสุดของ ย่าน หรือเส้นกั้นขอบเขต เช่นเส้น ขอบฟ้า เส้นทะเลแยกกับพื้นที่ทาง บก ลำคลองกับพื้นฝั่ง แนวรั้ว กำแพง สิ่งกีดขวาง คลอง คันดิน	1. เส้นทะเลแยกกับพื้นที่ทางบก 2. เส้นกั้นขอบเขต 3. แนวรั้ว

ตารางที่ 18 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	พื้นที่พิเศษพัทยา
3. ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)	ย่านกิจกรรม ย่านศูนย์กลาง ย่านที่พักย่านพาณิชย์ ย่านท่าเรือ ย่านตลาดร้านค้า	1. ย่านกิจกรรม 1.1 ลานกิจกรรมแหลมบาลีฮาย 1.2 ลานกิจกรรมลานโพธิ์นาเกลือ 2. Art Street Pattaya ย่านตลาด 2.1 ตลาดประมง 2.2 ตลาดนาเกลือ 2.3 ตลาดซากแก้ว 2.4 ตลาดเทพประสิทธิ์ 2.5 ตลาดโต้เต้
3. ศูนย์กลาง (Nodes)	จุดรวมกิจกรรม ลานกิจกรรม จุดตัดเส้นทางสัญจร	1. สวนสาธารณะ 1. สวนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ 2. สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติเขาทัพพระยา (สวนสุขภาพ) 3. สวนสาธารณะชายหาดกระทิงลาย (เริ่มจากบ้านสุขาวดี- วัดจิตตภาวันวิทยาลัย) 4. สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ เมืองพัทยา และสวนสาธารณะคลองนกยาง 5. สวนสาธารณะเมืองพัทยา 35 ไร่ (ซอยชัยพฤกษ์ 2) 6. สวนสาธารณะซอยชัยพฤกษ์ 4 (หนองโพรง) 7. สวนสาธารณะสนามกีฬาศูนย์เยาวชนเมืองพัทยา 2. จุดตัดเส้นทางสัญจร 1. แยกถนนพระตำหนัก 2. แยกหาดยินยอม 3. ทางม้าลายถนนชัยพฤกษ์
5. จุดหมายตา (Landmarks)		1.

ตารางที่ 18 (ต่อ)

องค์ประกอบ	รายละเอียด	พื้นที่พิเศษพญา
	ทำหน้าที่ เป็นสัญลักษณ์ชี้แนะสำหรับสภาพแวดล้อม เช่น อาคาร หน้าร้าน ป้าย ภูเขา อนุสาวรีย์ ฯลฯ หรือจุดสำคัญต่างๆ	<ol style="list-style-type: none"> 1. อ่าวกระทิงลาย 2. เขาพญา (เขาพระบาท) 2. จุดหมายตาที่มนุษย์สร้างขึ้น <ol style="list-style-type: none"> 1. ปราสาทสังขธรรม 2. ถนนคนเดิน 3. สวนนงนุช 4. วัดเขาชีจรรย์ 5. สวนไดโนเสาร์ 6. โคลัมเบีย พิคเจอร์ส 7. เมืองหิมะ 8. สวนเสือ 9. Art Venture NFT 10. ดอลฟินาเรียม 11. พิพิธภัณฑ์ริบลิส์ 12. ฟาร์มแกะ 13. เลเจนด์สยาม

4.4.1.1 จินตภาพของเมือง เส้นทาง (Path)

จินตภาพของเมือง (Image of the city) แสดงถึงจินตภาพของเมือง (Image of the city) พื้นที่พิเศษพญา เส้นทาง (Path)



ภาพที่ 30 จินตภาพของเมืองเส้นทาง (Path) ถนน ทางเดิน

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)



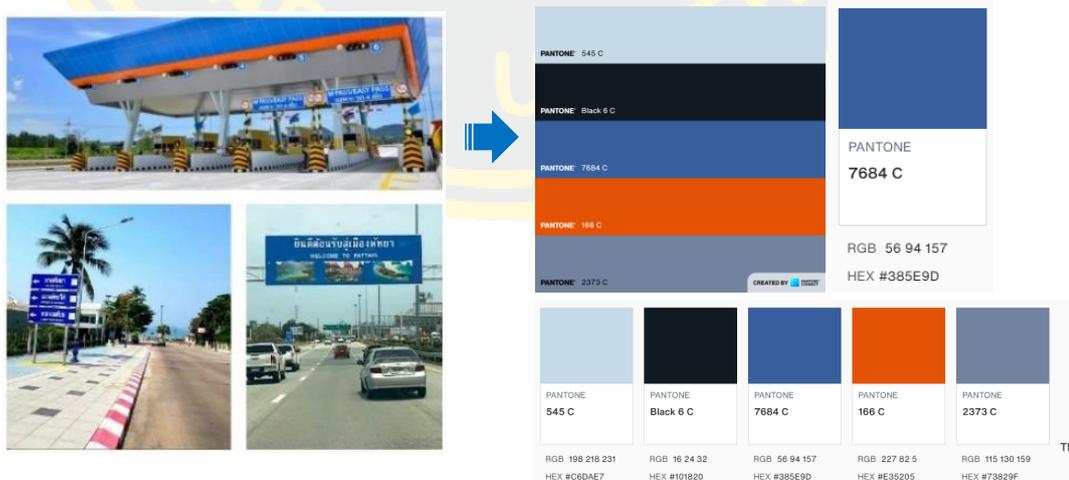
ภาพที่ 31 จินตภาพของเมืองเส้นทาง (Path) ทางคมนาคม

ที่มา: สืบค้นออนไลน์ ประชาชาติธุรกิจ (25 สิงหาคม 2560) Url: <https://n9.cl/hx0rd>



ภาพที่ 32 จินตภาพของเมืองเส้นทาง (Path) ระบบขนส่ง

ที่มา: สืบค้นออนไลน์ ประชาชาติธุรกิจ (25 สิงหาคม 2560) Url: <https://n9.cl/hx0rd>





PANTONE 545 C	PANTONE 7684 C RGB 56 94 157 HEX #385E9D
PANTONE Black 6 C	
PANTONE 7684 C	
PANTONE 166 C	
PANTONE 2373 C	

PANTONE 545 C RGB 198 218 231 HEX #C6DAE7	PANTONE Black 6 C RGB 16 24 32 HEX #101820	PANTONE 7684 C RGB 56 94 157 HEX #385E9D	PANTONE 166 C RGB 227 82 5 HEX #E35205	PANTONE 2373 C RGB 115 130 159 HEX #73829F
---	--	--	--	--



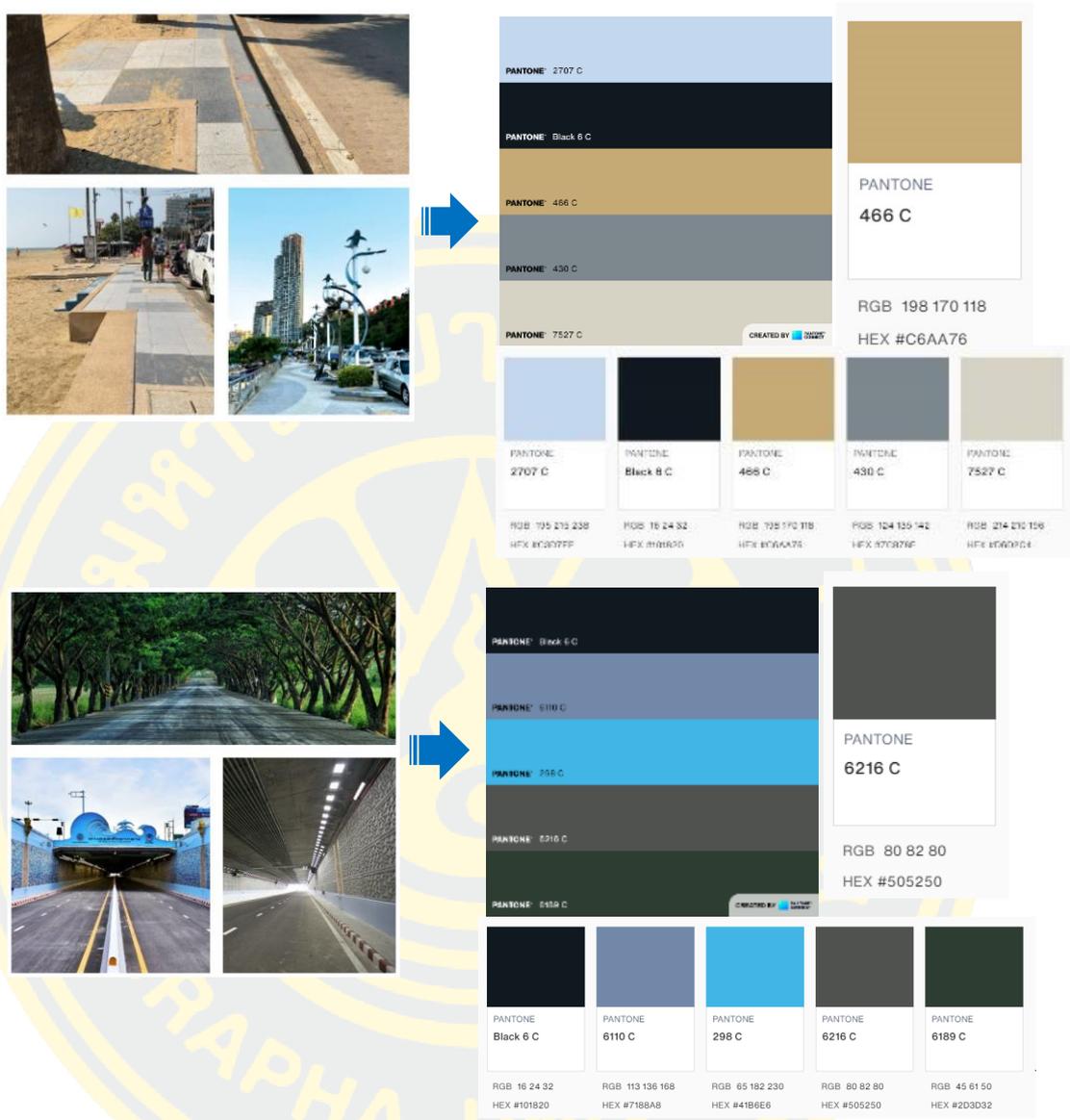
PANTONE 2176 C	PANTONE 2176 C RGB 166 184 193 HEX #A6BBC1
PANTONE 2299 C	
PANTONE Black 6 C	
PANTONE 4228 C	

PANTONE 2176 C RGB 166 184 193 HEX #A6BBC1	PANTONE 2299 C RGB 164 210 51 HEX #A44C2B3	PANTONE Black 6 C RGB 16 24 32 HEX #101820	PANTONE 4228 C RGB 09 06 02 HEX #495988	PANTONE 2995 C RGB 0 169 234 HEX #00A9EB
--	--	--	---	--



PANTONE 4274 C	PANTONE 1795 C RGB 210 39 48 HEX #D22730
PANTONE Black 6 C	
PANTONE 7545 C	

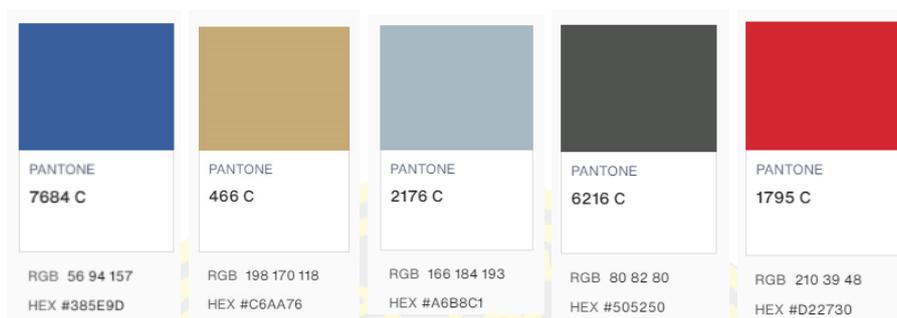
PANTONE 4274 C RGB 176 189 186 HEX #B0B7B9	PANTONE Black 6 C RGB 16 24 32 HEX #101820	PANTONE 7545 C RGB 66 85 90 HEX #475563	PANTONE 1795 C RGB 210 39 48 HEX #D22730	PANTONE 656 C RGB 221 229 237 HEX #DDDFDD
--	--	---	--	---



ภาพที่ 33 สีจากจินตภาพของเมือง เส้นทาง (Path)

ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี โดย ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)





ภาพที่ 34 สีจากจินตภาพของเมือง เส้นทาง (Path)

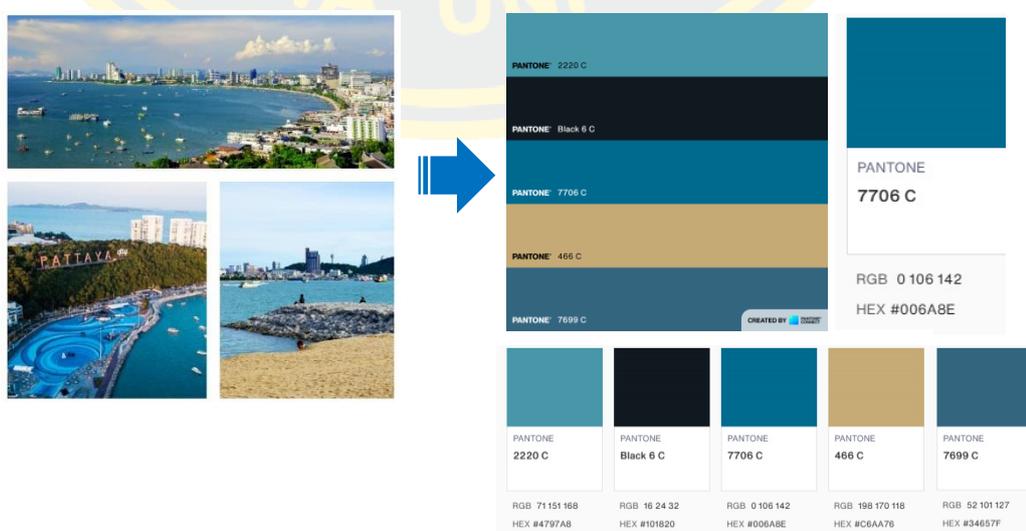
ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี โดย ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)

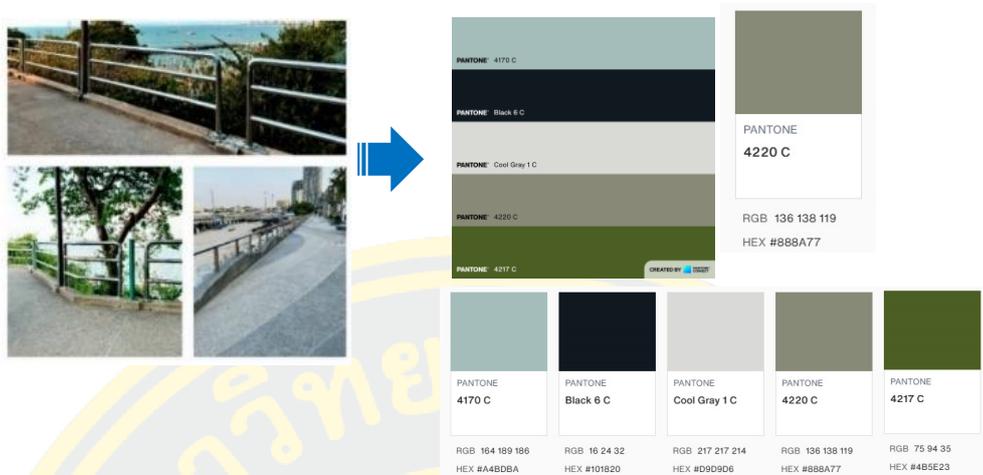
4.4.1.2 จิตนภาพของเมือง เส้นขอบ (Edge)



ภาพที่ 35 จิตนภาพของเมือง เส้นขอบ (Edge) เส้นกัน ขอบทาง แนวรั้ว

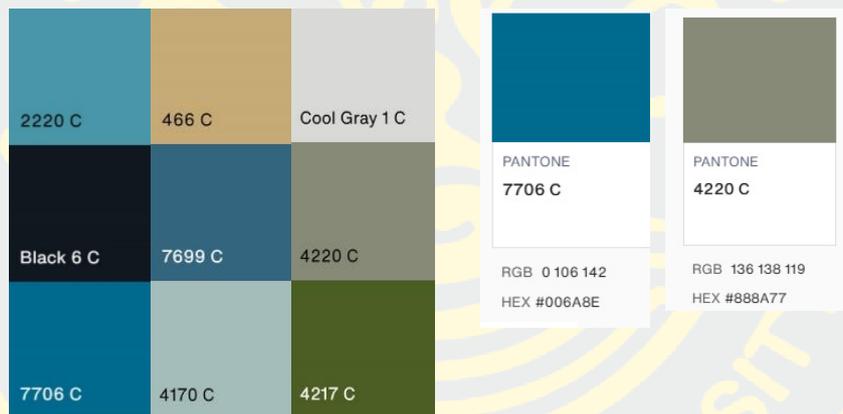
ที่มา: สืบค้นออนไลน์ ประชาชาติธุรกิจ (25 สิงหาคม 2560) Url: <https://n9.cl/hx0rd>





ภาพที่ 36 ภาพจินตภาพของเมือง เส้นขอบ (Edge)

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรรณมา



ภาพที่ 37 สีจากจินตภาพของเมือง เส้นขอบ (Edge)

ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี โดย ประภาพร ร้อยพรรณมา (2565)

4.4.1.3 จิตภาพของเมือง ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)



ภาพที่ 38 สีจากจินตภาพของเมือง เส้นขอบ (Edge)

ที่มา: สืบค้นออนไลน์ PATTAYA Url: <https://n9.cl/a35eig>



ภาพที่ 39 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)

ที่มา: สืบค้นออนไลน์ | PATTAYA Url: <https://n9.cl/a35eig>



ภาพที่ 40 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)

ที่มา: สืบค้นออนไลน์ TNN Online Url: <https://shorturl.asia/Y62ls>



ภาพที่ 41 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)



ภาพที่ 42 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)

ที่มา: สืบค้นออนไลน์ <http://shorturl.asia/519kv>



PANTONE 290 C
 PANTONE 2149 C
 PANTONE 7538 C
 PANTONE 2128 C
 PANTONE 7683 C

PANTONE 7683 C
 RGB 66 109 169
 HEX #426DA9

PANTONE 290 C RGB 185 217 235 HEX #B9D9EB	PANTONE 2149 C RGB 76 130 168 HEX #4CB2AB	PANTONE 7538 C RGB 148 154 144 HEX #94A9A0	PANTONE 2128 C RGB 152 182 228 HEX #9886E4	PANTONE 7683 C RGB 66 109 169 HEX #426DA9
---	---	--	--	---



PANTONE 285 C
 PANTONE 2438 C
 PANTONE 2306 C
 PANTONE 4267 C
 PANTONE 306 C

PANTONE 285 C
 RGB 0 114 206
 HEX #0072CE

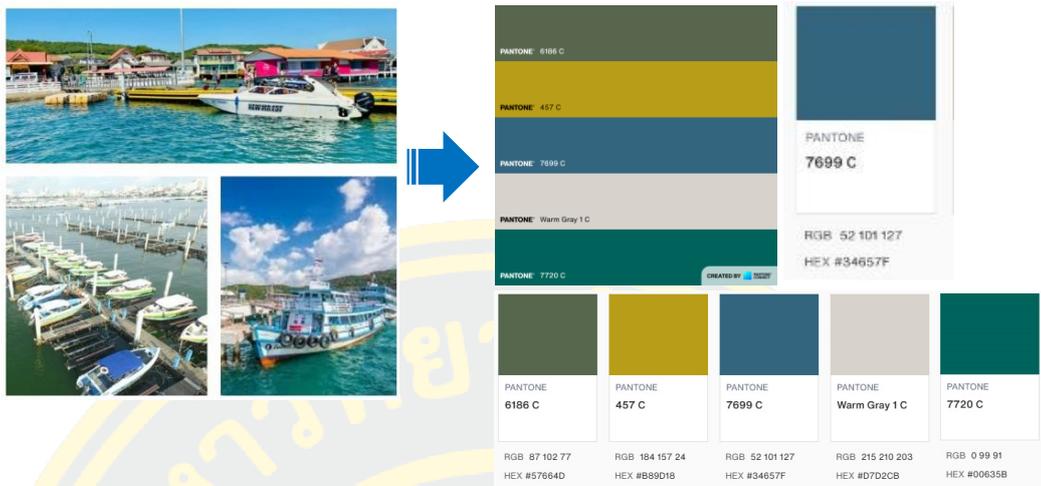
PANTONE 285 C RGB 0 114 206 HEX #0072CE	PANTONE 2438 C RGB 227 181 132 HEX #E3A184	PANTONE 2306 C RGB 128 140 36 HEX #80BC24	PANTONE 4267 C RGB 193 178 162 HEX #C1B2A2	PANTONE 306 C RGB 0 181 226 HEX #00B5E2
---	--	---	--	---



PANTONE 2386 C
 PANTONE 550 C
 PANTONE 6017 C
 PANTONE 6103 C
 PANTONE 1807 C

PANTONE 2386 C
 RGB 45 104 196
 HEX #2D68C4

PANTONE 2386 C RGB 45 104 196 HEX #2D68C4	PANTONE 550 C RGB 141 185 202 HEX #8DB9CA	PANTONE 6017 C RGB 251 145 74 HEX #FB914A	PANTONE 6103 C RGB 64 83 151 HEX #405397	PANTONE 1807 C RGB 164 52 58 HEX #A44343
---	---	---	--	--



ภาพที่ 43 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)
ที่มา: สืบค้นออนไลน์ <https://shorturl.asia/519kv>



ภาพที่ 44 สีจินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)
ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี โดย ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)



ภาพที่ 45 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)
ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี โดย ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)

4.3.1.4 แสดงถึงจิตภาพของเมือง ศูนย์กลาง (Nodes)



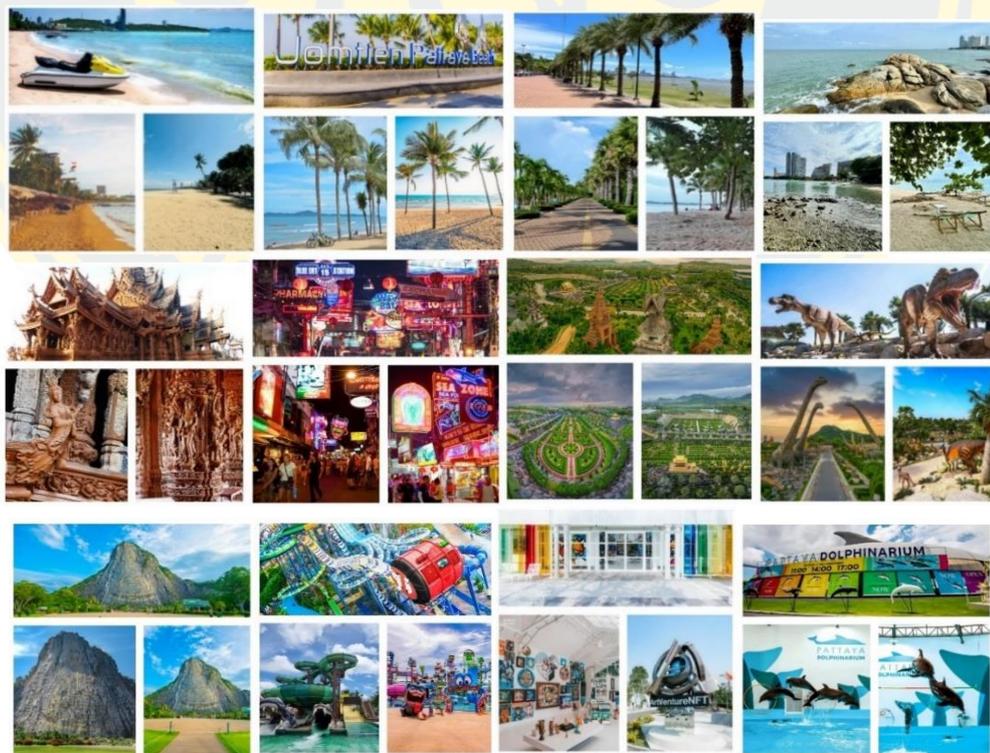
ภาพที่ 46 จินตภาพ ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts)

ที่มา: สืบค้นออนไลน์ <https://n9.cl/0i0cj>



ภาพที่ 47 จินตภาพของเมือง ศูนย์กลาง (Nodes)

ที่มา: สืบค้นออนไลน์ <https://n9.cl/dahcx>



ภาพที่ 48 จินตภาพของเมือง ศูนย์กลาง (Nodes)

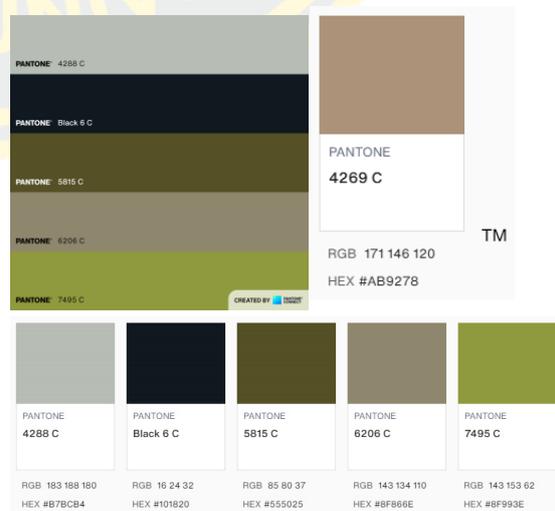
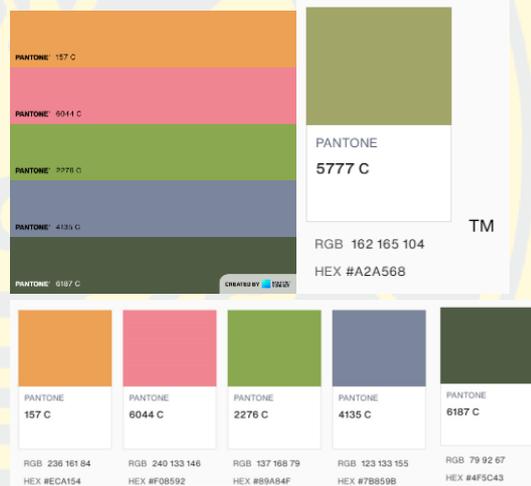
ที่มา: สืบค้นออนไลน์



ภาพที่ 49 จินตภาพของเมือง ศูนย์กลาง (Nodes)

ที่มา: สืบค้นออนไลน์

1. <https://shorturl.asia/U9tsk>
2. <https://shorturl.asia/VhJIG>
3. <https://shorturl.asia/DPTWj>
4. <https://shorturl.asia/VUf9N>
5. <https://shorturl.asia/filTk>
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>





Color palette for Jomtien Pattaya Beach:

- PANTONE 6127 C
- PANTONE 2226 C
- PANTONE 4006 C
- PANTONE 2132 C
- PANTONE 728 C

PANTONE 2226 C
 RGB 60 203 218
 HEX #3CCBDA

PANTONE 6127 C RGB 99 179 202 HEX #63B3CA	PANTONE 2226 C RGB 60 203 218 HEX #3CCBDA	PANTONE 4006 C RGB 187 163 112 HEX #BBA370	PANTONE 2132 C RGB 8 87 195 HEX #0857C3	PANTONE 728 C RGB 205 161 119 HEX #CDA177
---	---	--	---	---



Color palette for Palm-lined walkway:

- PANTONE 290 C
- PANTONE 4269 C
- PANTONE 4216 C
- PANTONE 6212 C
- PANTONE Black 2 C

PANTONE 4253 C
 RGB 186 165 141
 HEX #BAA58D

PANTONE 290 C RGB 185 217 235 HEX #B9D9EB	PANTONE 4269 C RGB 171 146 120 HEX #AB9278	PANTONE 4216 C RGB 62 88 38 HEX #3E5824	PANTONE 6212 C RGB 126 131 137 HEX #7E8389	PANTONE Black 2 C RGB 51 47 33 HEX #332F21
---	--	---	--	--



Color palette for Multi-colored crossing:

- PANTONE 530 C
- PANTONE 7087 C
- PANTONE 4167 C
- PANTONE 2224 C
- PANTONE 7365 C

PANTONE 4167 C
 RGB 50 100 92
 HEX #32645C

PANTONE 530 C RGB 152 178 200 HEX #9C9F9C	PANTONE 7087 C RGB 35 44 137 HEX #234948	PANTONE 4167 C RGB 52 100 92 HEX #32645C	PANTONE 2224 C RGB 203 111 84 HEX #C87053	PANTONE 7365 C RGB 193 146 16 HEX #B99919
---	--	--	---	---



<p>PANTONE 6038 C</p> <p>PANTONE 2325 C</p> <p>PANTONE 697 C</p> <p>PANTONE 7509 C</p> <p>PANTONE Cool Gray 9 C</p> <p>CREATED BY DISENY</p>					<p>PANTONE 416 C</p> <p>RGB 126 127 116</p> <p>HEX #7E7F74</p> <p>TM</p>
<p>PANTONE 6038 C</p> <p>RGB 162 102 110</p> <p>HEX #A2866E</p>	<p>PANTONE 2325 C</p> <p>RGB 160 144 116</p> <p>HEX #A09074</p>	<p>PANTONE 697 C</p> <p>RGB 137 60 71</p> <p>HEX #893C47</p>	<p>PANTONE 7509 C</p> <p>RGB 214 164 97</p> <p>HEX #D6A461</p>	<p>PANTONE Cool Gray 9 C</p> <p>RGB 117 120 123</p> <p>HEX #75787B</p>	



<p>PANTONE 2169 C</p> <p>PANTONE 7506 C</p> <p>PANTONE 7747 C</p> <p>PANTONE 7527 C</p> <p>PANTONE 4217 C</p> <p>CREATED BY DISENY</p>					<p>PANTONE 7534 C</p> <p>RGB 209 204 189</p> <p>HEX #D1CCBD</p> <p>TM</p>
<p>PANTONE 2169 C</p> <p>RGB 129 176 210</p> <p>HEX #81B0D2</p>	<p>PANTONE 7506 C</p> <p>RGB 239 219 178</p> <p>HEX #EFD8B2</p>	<p>PANTONE 7747 C</p> <p>RGB 136 141 48</p> <p>HEX #888D30</p>	<p>PANTONE 7527 C</p> <p>RGB 214 210 196</p> <p>HEX #D6D2C4</p>	<p>PANTONE 4217 C</p> <p>RGB 75 94 95</p> <p>HEX #485E23</p>	





PANTONE 6190 C					PANTONE 4186 C RGB 106 142 137 HEX #6A8E89 TM
PANTONE 625 C					
PANTONE 5807 C					
PANTONE 4228 C					
PANTONE 290 C					
PANTONE 6190 C RGB 227 234 186 HEX #E3EABA	PANTONE 625 C RGB 80 127 112 HEX #507F70	PANTONE 5807 C RGB 208 209 171 HEX #D0D1AB	PANTONE 4228 C RGB 89 86 62 HEX #59563E	PANTONE 290 C RGB 185 217 235 HEX #B9D9EB	



PANTONE 7536 C					PANTONE 1535 C RGB 148 69 11 HEX #94450B TM
PANTONE 1535 C					
PANTONE 4635 C					
PANTONE 4048 C					
PANTONE 4625 C					
PANTONE 7536 C RGB 166 159 136 HEX #A69F88	PANTONE 1535 C RGB 148 69 11 HEX #94450B	PANTONE 4635 C RGB 148 96 55 HEX #946037	PANTONE 4048 C RGB 161 130 105 HEX #A18269	PANTONE 4625 C RGB 79 44 29 HEX #4F2C1D	



PANTONE 6120 C					PANTONE 6120 C RGB 58 165 213 HEX #3AA5D5 TM
PANTONE 104 C					
PANTONE 4203 C					
PANTONE 6148 C					
PANTONE 4026 C					
PANTONE 6120 C RGB 58 165 213 HEX #3AA5D5	PANTONE 104 C RGB 175 152 0 HEX #AF9800	PANTONE 4003 C RGB 213 200 151 HEX #D5C897	PANTONE 6148 C RGB 211 224 234 HEX #D3E0EA	PANTONE 4026 C RGB 188 140 61 HEX #BC8C3D	



PANTONE 2039 C					PANTONE 3516 C RGB 220 53 19 HEX #DC3513
PANTONE 2132 C					
PANTONE 3516 C					
PANTONE 669 C					
PANTONE 7499 C					
CREATED BY					
PANTONE 2039 C	PANTONE 2132 C	PANTONE 3516 C	PANTONE 669 C	PANTONE 7499 C	
RGB 230 56 136 HEX #E8388B	RGB 8 87 195 HEX #0857C3	RGB 220 53 19 HEX #DC3513	RGB 63 42 86 HEX #3F2A56	RGB 241 230 178 HEX #F1E6B2	TM



PANTONE 3577 C					PANTONE 2190 C RGB 86 183 230 HEX #56B7E6
PANTONE 2190 C					
PANTONE 5777 C					
PANTONE 2332 C					
PANTONE 488 C					
CREATED BY					
PANTONE 3577 C	PANTONE 2190 C	PANTONE 5777 C	PANTONE 2332 C	PANTONE 488 C	
RGB 138 186 221 HEX #8ABADD	RGB 86 183 230 HEX #56B7E6	RGB 162 165 104 HEX #A2A568	RGB 140 137 133 HEX #8C8985	RGB 236 186 168 HEX #ECBAAB	



PANTONE 4217 C					PANTONE 4217 C RGB 75 94 35 HEX #4B5E23
PANTONE 2061 C					
PANTONE 4242 C					
PANTONE 2411 C					
PANTONE 2306 C					
CREATED BY					
PANTONE 4217 C	PANTONE 2061 C	PANTONE 4242 C	PANTONE 2411 C	PANTONE 2306 C	
RGB 75 94 35 HEX #4B5E23	RGB 173 83 137 HEX #AD5389	RGB 136 118 79 HEX #8B764F	RGB 28 66 32 HEX #1C4220	RGB 128 140 36 HEX #808C24	



PANTONE 2191 C				
PANTONE 4525 C				
PANTONE 2306 C				
PANTONE 7545 C				
PANTONE 2707 C				
CREATED BY 2020				

PANTONE 2306 C				
RGB 128 140 36				
HEX #808C24				

PANTONE 2191 C	PANTONE 4525 C	PANTONE 2306 C	PANTONE 7545 C	PANTONE 2707 C
RGB 0 163 225	RGB 197 183 131	RGB 128 140 36	RGB 66 85 99	RGB 195 215 238
HEX #00A3E1	HEX #C5B783	HEX #808C24	HEX #425563	HEX #C3D7EE



PANTONE 3564 C				
PANTONE 728 C				
PANTONE 5747 C				
PANTONE 5477 C				
PANTONE 2142 C				
CREATED BY 2020				

PANTONE 728 C				
RGB 205 161 119				
HEX #CDA177				

PANTONE 3564 C	PANTONE 728 C	PANTONE 5747 C	PANTONE 5477 C	PANTONE 2142 C
RGB 239 106 0	RGB 205 161 119	RGB 61 68 30	RGB 62 93 88	RGB 127 173 227
HEX #EF6A00	HEX #CDA177	HEX #3D441E	HEX #3E5D58	HEX #7FADE3



PANTONE 6120 C				
PANTONE 419 C				
PANTONE 377 C				
PANTONE 630 C				
PANTONE 2230 C				
CREATED BY 2020				

PANTONE 311 C				
RGB 5 195 221				
HEX #05C3DD				

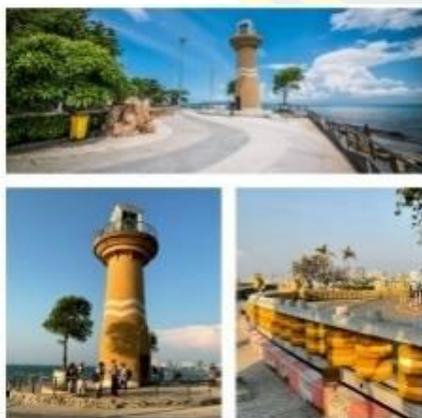
PANTONE 6120 C	PANTONE 419 C	PANTONE 377 C	PANTONE 630 C	PANTONE 2230 C
RGB 58 165 213	RGB 33 35 34	RGB 122 154 1	RGB 119 197 213	RGB 0 140 160
HEX #3AA5D5	HEX #212322	HEX #7A9A01	HEX #77C5D5	HEX #008CA0



<p>PANTONE 6159 C</p> <p>PANTONE 3517 C</p> <p>PANTONE 298 C</p> <p>PANTONE 2147 C</p> <p>PANTONE 6016 C</p> <p>CREATED BY SIZEN</p>					<p>PANTONE 298 C</p> <p>RGB 65 182 230</p> <p>HEX #41B6E6</p>
<p>PANTONE 6159 C</p> <p>RGB 22 114 84</p> <p>HEX #167254</p>	<p>PANTONE 3517 C</p> <p>RGB 193 0 22</p> <p>HEX #C10016</p>	<p>PANTONE 298 C</p> <p>RGB 65 182 230</p> <p>HEX #41B6E6</p>	<p>PANTONE 2147 C</p> <p>RGB 0 38 119</p> <p>HEX #002677</p>	<p>PANTONE 6016 C</p> <p>RGB 245 129 50</p> <p>HEX #F58132</p>	



<p>PANTONE 2129 C</p> <p>PANTONE 611 C</p> <p>PANTONE 461 C</p> <p>PANTONE 644 C</p> <p>PANTONE 716 C</p> <p>CREATED BY SIZEN</p>					<p>PANTONE 2129 C</p> <p>RGB 95 141 218</p> <p>HEX #5F8DDA</p>
<p>PANTONE 2129 C</p> <p>RGB 95 141 218</p> <p>HEX #5F8DDA</p>	<p>PANTONE 611 C</p> <p>RGB 215 200 38</p> <p>HEX #D7C826</p>	<p>PANTONE 461 C</p> <p>RGB 233 223 151</p> <p>HEX #E9DF97</p>	<p>PANTONE 644 C</p> <p>RGB 155 184 211</p> <p>HEX #98B8D3</p>	<p>PANTONE 716 C</p> <p>RGB 234 118 0</p> <p>HEX #EA7600</p>	TM



<p>PANTONE 2155 C</p> <p>PANTONE 7539 C</p> <p>PANTONE 646 C</p> <p>PANTONE 144 C</p> <p>PANTONE 2313 C</p> <p>CREATED BY SIZEN</p>					<p>PANTONE 144 C</p> <p>RGB 237 139 0</p> <p>HEX #ED8B00</p>
<p>PANTONE 2155 C</p> <p>RGB 158 181 203</p> <p>HEX #9EB5CB</p>	<p>PANTONE 7539 C</p> <p>RGB 142 144 137</p> <p>HEX #8E9089</p>	<p>PANTONE 646 C</p> <p>RGB 94 138 180</p> <p>HEX #5EBAB4</p>	<p>PANTONE 144 C</p> <p>RGB 237 139 0</p> <p>HEX #ED8B00</p>	<p>PANTONE 2313 C</p> <p>RGB 195 147 103</p> <p>HEX #C39367</p>	TM



PANTONE 656 C					PANTONE 452 C RGB 176 170 126 HEX #B0AA7E
PANTONE 7506 C					
PANTONE 2306 C					
PANTONE 452 C					
PANTONE 2266 C					

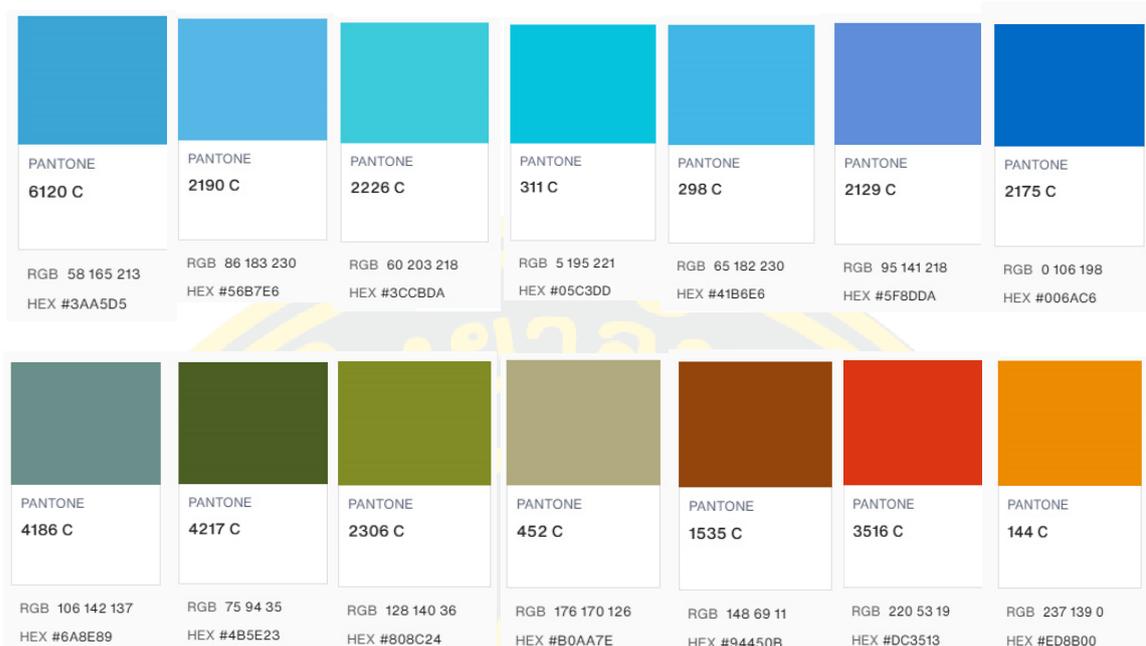
PANTONE 656 C	PANTONE 7506 C	PANTONE 2306 C	PANTONE 452 C	PANTONE 2266 C
RGB 221 229 237 HEX #DDE5ED	RGB 239 219 178 HEX #EFDBB2	RGB 128 140 36 HEX #808C24	RGB 176 170 126 HEX #B0AA7E	RGB 51 85 37 HEX #335525



PANTONE 2175 C					PANTONE 2175 C RGB 0 106 198 HEX #006AC8
PANTONE 555 C					
PANTONE 1788 C					
PANTONE 6015 C					
PANTONE 6104 C					

PANTONE 2175 C	PANTONE 555 C	PANTONE 1788 C	PANTONE 6015 C	PANTONE 6104 C
RGB 0 106 198 HEX #006AC8	RGB 40 114 79 HEX #28724F	RGB 238 39 55 HEX #EE2737	RGB 240 178 133 HEX #F0B285	RGB 33 59 139 HEX #2138BB

6120 C	6190 C	3577 C	6190 C	7536 C	2039 C	4217 C	2191 C
104 C	625 C	2190 C	625 C	1535 C	2132 C	2061 C	4525 C
4003 C	5807 C	5777 C	5807 C	4635 C	3516 C	4242 C	2306 C
6148 C	4228 C	2332 C	4228 C	4048 C	669 C	2411 C	7545 C
4026 C	290 C	488 C	290 C	4625 C	7499 C	2306 C	2707 C
3564 C	2175 C	6159 C	6120 C	656 C	2129 C	2155 C	
728 C	555 C	3517 C	419 C	7506 C	611 C	7539 C	
5747 C	1788 C	298 C	377 C	2306 C	461 C	646 C	
5477 C	6015 C	2147 C	630 C	452 C	644 C	144 C	
2142 C	6104 C	6018 C	2230 C	2266 C	716 C	2313 C	



ภาพที่ 50 สีจากจิตภาพของเมือง พื้นที่พิเศษพัทยา ศูนย์กลาง (Nodes)

ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี โดย ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)

4.4.2 ผลการวิเคราะห์การสีจากการสำรวจอัตลักษณ์เมืองที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา

คำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก ตารางที่ 19 แสดงผลการวิเคราะห์การสีจากการสำรวจอัตลักษณ์เมืองที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา

คำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก

องค์ประกอบ	ลำดับ	คำสำคัญ	นิยาม
1.อัตลักษณ์เมือง	1	เมืองชายทะเล	เมืองที่มีบรรยากาศและจุดหมายปลายทางเป็นท้องทะเล ใช้ภาพแทนของท้องชายหาดในพัทยา
	2	เมืองท่องเที่ยว	เมืองที่มีจุดหมายปลายทางการมาเยือนเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการท่องเที่ยว ใช้ภาพแทนของท้องทะเลในพัทยา
	3	เมืองหลากหลายทางเพศ	เมืองที่ลักษณะสำคัญคือเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก (LGBTQ+ Urban Space) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างเท่าเทียม

องค์ประกอบ	ลำดับ	คำสำคัญ	นิยาม
	4	เมืองตากอากาศ	เมืองใช้พักผ่อนหรือสันทนาการ ผู้พักใช้ในวันหยุดหรือวันพักผ่อน ใช้ภาพแทนกิจกรรมสันทนาการภายในเมือง
	5	เมืองกระฉับกระเฉง มีชีวิตชีวา	เมืองต้องมีความกระฉับและเชื่อมต่อกันได้โดยง่ายเพื่อให้ทุกคนเดินทางไปยังเป้าหมายปลายทาง หรือทำกิจกรรมได้สะดวก ใช้ภาพแทนกิจกรรมสันทนาการภายในเมือง
2. อัตลักษณ์เมือง ด้านสภาพแวดล้อม	1	ทะเล	เป็นแหล่งน้ำเค็มขนาดใหญ่ที่ล้อมรอบด้วยพื้นดินทั้งหมดหรือบางส่วน.
	2	ชายหาด	ที่ลาดลงไปใ้ในน้ำหรือบริเวณที่ตื้นเขินเป็นเนินอยู่กลางน้ำ โดยมากเป็นเนินทราย มักมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างอยู่เสมอ (transient feature)
	3	เกาะ	แผ่นดินที่มีน้ำล้อมรอบ ใช้ภาพแทนเกาะในพื้นที่พหุภาค เช่น เกาะล้าน เกาะรีน เกาะไผ่ เป็นต้น
	4	ปลาและสัตว์ทะเล	สัตว์ทะเลที่มีความโดดเด่นและแสดงออกถึงภาพลักษณ์ของเมือง เช่น ปลาโลมา กุ้งมังกร ปลาทะเล ปลาหมึก ปะการังและสัตว์ทะเลอื่นๆ
	5	ภูเขา	เขาที่เห็นเด่นชัดในพหุภาค เช่น เขาพระตำหนัก เขาที่มีกระจายอยู่ตามเกาะต่างๆ
3. อัตลักษณ์เมือง ด้านผลิตภัณฑ์	1	อาหารทะเล	กุ้งมังกร ปลาทะเล ปลาหมึก กุ้งลายเสือ ปลากระเบน ปู และอาหารทะเลอื่นๆ
	2	อาหารทะเลแห้ง	ปลาหมึกแห้ง ปลาทะเลแปรรูป อาหารทะเลแปรรูป
	3	ผลิตภัณฑ์จากทะเล	โมบายเปลือกหอย ผลิตภัณฑ์จากทะเลต่างๆ
	4	ผ้าบาติก ผ้ามัดย้อม	ผ้าบาติก ผ้ามัดย้อมจากสี่ธรรมชาติ
	5	ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างๆ
4. กิจกรรม	1	การนวด	การนวดแผนไทย การนวดบำบัดและการนวดรักษา
	2	การแพทย์องค์รวม	การดูแลผู้รับบริการแบบมองให้ครบทุกด้านของความเป็นมนุษย์ ไม่แยกส่วน ให้การดูแลโดยคำนึงถึงองค์ประกอบในร่างกาย ได้แก่ ร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ ไม่ได้พิจารณา

		เฉพาะโรคที่เป็นหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย แต่พิจารณาจากความสัมพันธ์ของทั้ง 4 ด้านให้มีภาวะสมดุล
3	กัวซา	กัวซา (Gua sha) คือ การกวาดหรือการขูดลงบนผิวหนัง เพื่อหาพิษหรือบ่งบอกโรคที่เกิดขึ้นภายใน ตามศาสตร์แพทย์แผนจีน โดยกัวซาจะช่วย Detox สารพิษในร่างกายออกมาทางผิวหนังและเพิ่มออกซิเจนไปเลี้ยงเนื้อเยื่อต่างๆ แก้อาการปวดเมื่อย ตึงเครียด ปวดศีรษะ Office Syndrome และบำบัดโรคต่างๆ รวมไปถึงช่วยในเรื่องเสริมความงาม ลดริ้วรอย ชะลอวัย ได้อีกด้วย
4	หัตถการ	หัตถการ (Procedure) หมายถึง การรักษาผู้ป่วยหรือผู้รับบริการด้วยการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ เข้าสู่ร่างกาย โดยอาจเป็นการวินิจฉัยโรค การรักษา หรือประคับประคองอาการ แบ่งออกได้ 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่หัตถการทางการแพทย์ เป็นการวินิจฉัย รักษา หรือประคับประคองอาการของผู้ป่วย โดยแพทย์หรือพยาบาลเป็นผู้ดำเนินการ เช่น การเจาะเลือด การฉีดยา การใส่สายสวน การผ่าคลอด เป็นต้น หัตถการความงาม เป็นการปรับปรุงหรือแก้ไขรูปลักษณ์ภายนอกของร่างกาย เพื่อให้ดูดีขึ้น โดยแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านความงามเป็นผู้ดำเนินการ เช่น การฉีดฟิลเลอร์ การร้อยไหม การเลเซอร์ เป็นต้น
5	กิจกรรมและกีฬาเชิงสุขภาพ	กิจกรรมและกีฬาเชิงสุขภาพที่ส่งเสริมสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ



ภาพที่ 51 คำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด
5 ลำดับแรก คำสำคัญเมืองชายทะเล และเมืองตากอากาศ
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)



ภาพที่ 52 ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด
5 ลำดับแรก คำสำคัญเมืองท่องเที่ยว เมืองหลากหลายทางเพศ และเมืองกระฉับกระเฉง
ที่มา: สืบคนออนไลน์

1. Url: <https://shorturl.asia/zLT9k> 2. <https://shorturl.asia/UiykM>
3. <https://shorturl.asia/jFarS>



ภาพที่ 53 ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด
5 ลำดับแรก คำสำคัญทะเลและชายหาด
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)



ภาพที่ 54 ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด

5 ลำดับแรก คำสำคัญเกาะ

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565) และสืบค้นออนไลน์

Url: <https://shorturl.asia/M7bBz>



ภาพที่ 55 ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด

5 ลำดับแรก คำสำคัญอาหารทะเลแห้ง ผลิตภัณฑ์จากทะเล

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565) และสืบค้นออนไลน์

Url: <https://shorturl.asia/gDKc5>



ภาพที่ 56 ภาพค่านิยมของภาพลักษณ์เมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบมากที่สุด

5 ลำดับแรก คำสำคัญ ปะการัง สัตว์ทะเล ภูเขา

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565) และสืบค้นออนไลน์

1. <https://shorturl.asia/McYE0>
2. <https://shorturl.asia/Or13j>



ภาพที่ 57 คำสำคัญ อาหารทะเล อาหารทะเลแห้ง ผ้าบาติก ผ้ามัดย้อม ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565) และสืบค้นออนไลน์





ภาพที่ 58 คำสำคัญ สปา หัตถศาสตร์ กัวซา อโรมา โยคะ
ที่มา: ภาพถ่ายโดย ประกายมาศ วิจิตรเฉลา



<p>PANTONE 2707 C</p> <p>PANTONE 294 C</p> <p>PANTONE 4255 C</p> <p>PANTONE 549 C</p> <p>PANTONE 284 C</p> <p>CREATED BY COLORSCOPES.COM</p>					<p>PANTONE 4255 C</p> <p>RGB 173 150 119</p> <p>HEX #AD9677</p>
<p>PANTONE 2707 C</p> <p>RGB 195 215 238</p> <p>HEX #C3D7EE</p>	<p>PANTONE 294 C</p> <p>RGB 0 47 108</p> <p>HEX #002F6C</p>	<p>PANTONE 4255 C</p> <p>RGB 173 150 119</p> <p>HEX #AD9677</p>	<p>PANTONE 549 C</p> <p>RGB 107 164 184</p> <p>HEX #6BA4B8</p>	<p>PANTONE 284 C</p> <p>RGB 108 172 228</p> <p>HEX #6CACE4</p>	



<p>PANTONE 2200 C</p> <p>PANTONE 2399 C</p> <p>PANTONE 155 C</p> <p>PANTONE 4217 C</p> <p>PANTONE 7689 C</p> <p>CREATED BY COLORSCOPES.COM</p>					<p>PANTONE 2200 C</p> <p>RGB 5 169 199</p> <p>HEX #05A9C7</p>
<p>PANTONE 2200 C</p> <p>RGB 5 169 199</p> <p>HEX #05A9C7</p>	<p>PANTONE 2399 C</p> <p>RGB 0 172 160</p> <p>HEX #00ACAD</p>	<p>PANTONE 155 C</p> <p>RGB 239 209 159</p> <p>HEX #EFD19F</p>	<p>PANTONE 4217 C</p> <p>RGB 75 94 35</p> <p>HEX #4B5E23</p>	<p>PANTONE 7689 C</p> <p>RGB 41 143 194</p> <p>HEX #298FC2</p>	



PANTONE 259 C RGB 109 32 119 HEX #6D2077	PANTONE 7405 C RGB 242 205 0 HEX #F2CD00	PANTONE 3561 C RGB 121 195 0 HEX #79C300	PANTONE 485 C RGB 218 41 28 HEX #DA291C	PANTONE 232 C RGB 233 60 172 HEX #E93CAC



PANTONE 2717 C RGB 167 198 237 HEX #A7C6ED	PANTONE 2200 C RGB 5 169 199 HEX #05A9C7	PANTONE 151 C RGB 255 130 0 HEX #FF8200	PANTONE 7404 C RGB 244 216 64 HEX #F4DA40	PANTONE 6057 C RGB 210 94 181 HEX #D25EA1



PANTONE 2176 C RGB 166 184 193 HEX #A6B8C1	PANTONE Black 6 C RGB 16 24 32 HEX #101820	PANTONE 371 C RGB 84 98 35 HEX #546223	PANTONE 1787 C RGB 244 54 76 HEX #F4364C	PANTONE 6104 C RGB 33 59 139 HEX #213B8B



ภาพที่ 59 ชุดตัวแทนสีจากคำสำคัญ
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา



ภาพที่ 60 ชุดสีจากคำสำคัญอัตลักษณ์เมือง
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)



PANTONE 292 C
PANTONE 294 C
PANTONE 2144 C
PANTONE 7689 C
PANTONE 544 C

CREATED BY DIZOIT

PANTONE 294 C
PANTONE 2144 C
PANTONE 7689 C
PANTONE 544 C

PANTONE 294 C

RGB 0 47 108
HEX #002F6C

PANTONE 292 C RGB 105 179 231 HEX #6983E7	PANTONE 294 C RGB 0 47 108 HEX #002F6C	PANTONE 2144 C RGB 0 103 185 HEX #0067B9	PANTONE 7689 C RGB 41 143 194 HEX #298FC2	PANTONE 544 C RGB 189 214 230 HEX #BDD6E6
---	--	--	---	---



PANTONE 543 C
PANTONE 7402 C
PANTONE 4003 C
PANTONE 7407 C

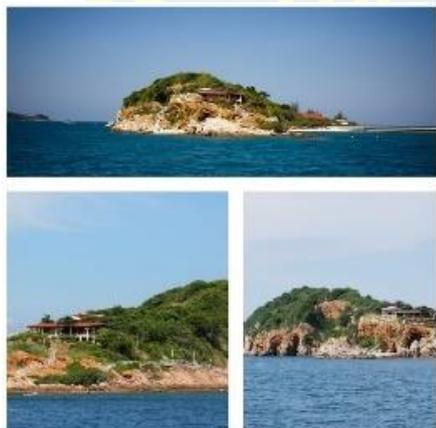
CREATED BY DIZOIT

PANTONE 543 C
PANTONE 7402 C
PANTONE 4003 C
PANTONE 7407 C

PANTONE 4003 C

RGB 213 200 151
HEX #D5C897

PANTONE 543 C RGB 164 200 225 HEX #A4CBE1	PANTONE 7402 C RGB 236 216 152 HEX #ECC898	PANTONE 4003 C RGB 213 200 151 HEX #D5C897	PANTONE 7407 C RGB 203 160 82 HEX #CBA052
---	--	--	---



PANTONE 7682 C
PANTONE 2189 C
PANTONE 650 C
PANTONE 4216 C
PANTONE 543 C

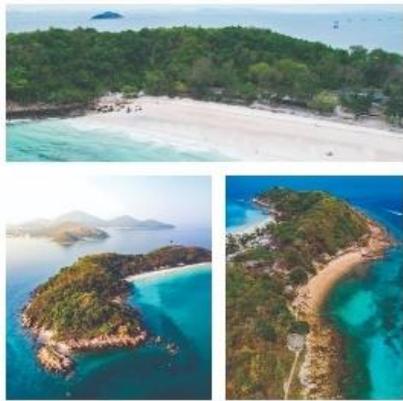
CREATED BY DIZOIT

PANTONE 7682 C
PANTONE 2189 C
PANTONE 650 C
PANTONE 4216 C
PANTONE 543 C

PANTONE 2189 C

RGB 0 51 73
HEX #003349

PANTONE 7682 C RGB 103 135 183 HEX #6787B7	PANTONE 2189 C RGB 0 51 73 HEX #003349	PANTONE 650 C RGB 206 217 229 HEX #CED9E5	PANTONE 4216 C RGB 62 88 36 HEX #3E5824	PANTONE 543 C RGB 164 200 225 HEX #A4CBE1
--	--	---	---	---



Color palette for the first image collage. It features a vertical stack of five color swatches: light gray, teal, blue, green, and teal. To the right is a larger teal swatch with the following information:

PANTONE 7711 C
 RGB 0 151 169
 HEX #0097A9

PANTONE 7682 C RGB 103 135 183 HEX #6787B7	PANTONE 2189 C RGB 0 51 73 HEX #003349	PANTONE 650 C RGB 206 217 229 HEX #CED9E5	PANTONE 4216 C RGB 62 88 36 HEX #3E5824	PANTONE 543 C RGB 164 200 225 HEX #A4CBE1
--	--	---	---	---



Color palette for the second image collage. It features a vertical stack of five color swatches: light gray, teal, light blue, dark blue, and teal. To the right is a larger teal swatch with the following information:

PANTONE 2234 C
 RGB 79 159 166
 HEX #4F9FA6

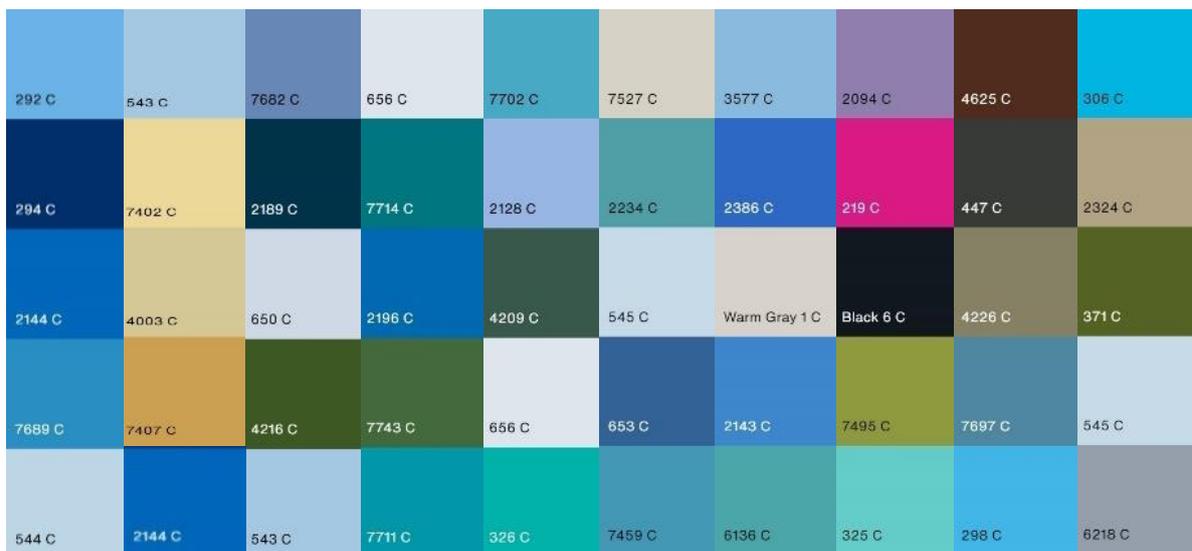
PANTONE 7527 C RGB 214 210 196 HEX #D8D2C4	PANTONE 2234 C RGB 79 159 166 HEX #4F9FA6	PANTONE 545 C RGB 198 218 231 HEX #C8DAE7	PANTONE 653 C RGB 50 98 149 HEX #326295	PANTONE 7459 C RGB 66 152 181 HEX #4298B5
--	---	---	---	---



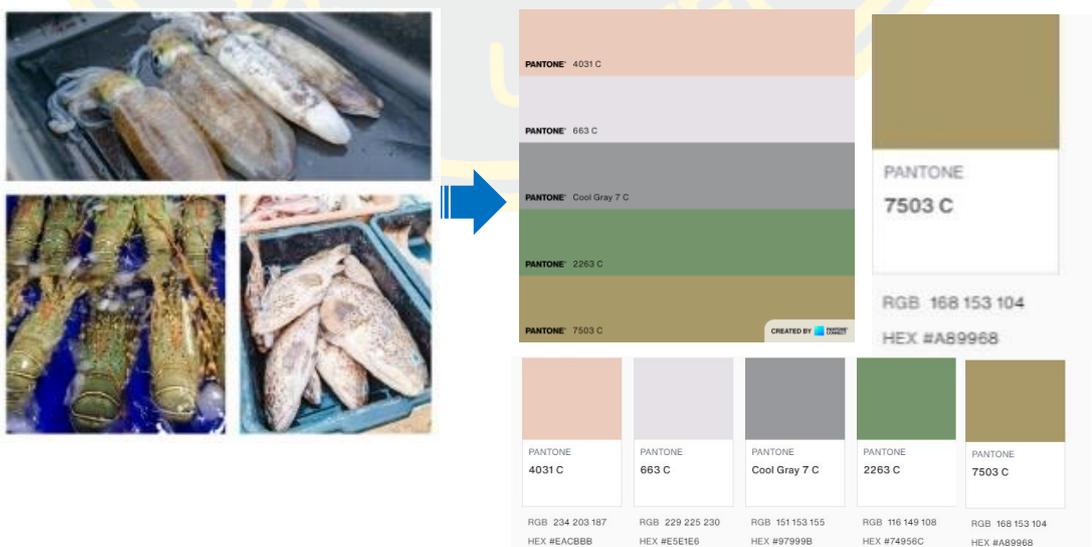
Color palette for the third image collage. It features a vertical stack of five color swatches: light blue, dark blue, light gray, light blue, and teal. To the right is a larger dark blue swatch with the following information:

PANTONE 2386 C
 RGB 45 104 196
 HEX #2D68C4

PANTONE 3577 C RGB 138 186 221 HEX #8A8ADD	PANTONE 2386 C RGB 45 104 196 HEX #2D68C4	PANTONE Warm Gray 1 C RGB 215 210 203 HEX #D7D2CB	PANTONE 2143 C RGB 61 135 203 HEX #3D87CB	PANTONE 6136 C RGB 75 166 170 HEX #4BA6AA
--	---	---	---	---



ภาพที่ 61 ภาพคำนิยามของภาพลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
เลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรกอัตลักษณ์เมือง คำสำคัญเมืองด้านสภาพแวดล้อม
ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี โดย ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)



PANTONE 421 C

PANTONE 445 C

PANTONE 1535 C

PANTONE 7505 C

PANTONE 2432 C

CREATED BY D2C2T

PANTONE 7505 C

RGB 129 96 64

HEX #816040

PANTONE 421 C	PANTONE 445 C	PANTONE 1535 C	PANTONE 7505 C	PANTONE 2432 C
RGB 178 180 178	RGB 80 87 89	RGB 148 69 11	RGB 129 96 64	RGB 222 140 89
HEX #B2B4B2	HEX #505759	HEX #94450B	HEX #816040	HEX #DE8C59

PANTONE Cool Gray 3 C

PANTONE 2323 C

PANTONE 4006 C

PANTONE 4243 C

PANTONE 1535 C

CREATED BY D2C2T

PANTONE 1535 C

RGB 148 69 11

HEX #94450B

PANTONE Cool Gray 3 C	PANTONE 2323 C	PANTONE 4006 C	PANTONE 4243 C	PANTONE 1535 C
RGB 200 201 199	RGB 184 178 152	RGB 187 163 112	RGB 131 106 77	RGB 148 69 11
HEX #C8C9C7	HEX #B8B298	HEX #BA370	HEX #836A4D	HEX #94450B

PANTONE 2756 C

PANTONE 212 C

PANTONE 298 C

PANTONE 604 C

PANTONE 160 C

CREATED BY D2C2T

PANTONE 2756 C

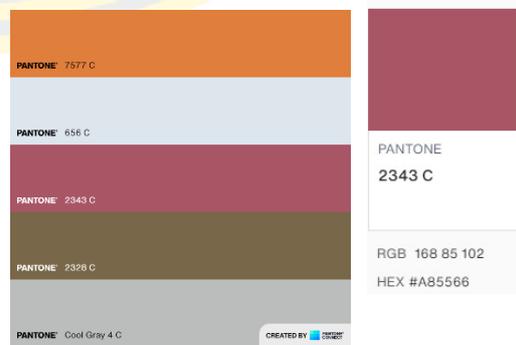
RGB 21 31 109

HEX #151F6D

PANTONE 2756 C	PANTONE 212 C	PANTONE 298 C	PANTONE 604 C	PANTONE 160 C
RGB 21 31 109	RGB 240 78 152	RGB 65 182 230	RGB 234 218 36	RGB 161 86 28
HEX #151F6D	HEX #F04E98	HEX #41B8E6	HEX #EADA24	HEX #A1561C



ภาพที่ 62 ภาพค่านิยมของภาพลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
เลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรกอัตลักษณ์เมือง คำสำคัญเมืองด้านผลิตภัณฑ์
ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี่ โดย ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)





PANTONE 1815 C
PANTONE Black 6 C
PANTONE 7500 C
PANTONE 656 C
PANTONE 7536 C

PANTONE 7536 C
 RGB: 166 159 136
 HEX #A69F88

PANTONE 1815 C RGB: 124 38 41 HEX #7C2829	PANTONE Black 6 C RGB: 16 24 32 HEX #101820	PANTONE 7500 C RGB: 212 181 158 HEX #D4B59E	PANTONE 656 C RGB: 221 229 237 HEX #DDEED	PANTONE 7536 C RGB: 166 159 136 HEX #A69F88
---	---	---	---	---



PANTONE 2132 C
PANTONE 151 C
PANTONE 4016 C
PANTONE 6013 C
PANTONE 465 C

PANTONE 465 C
 RGB: 185 151 91
 HEX #B9975E

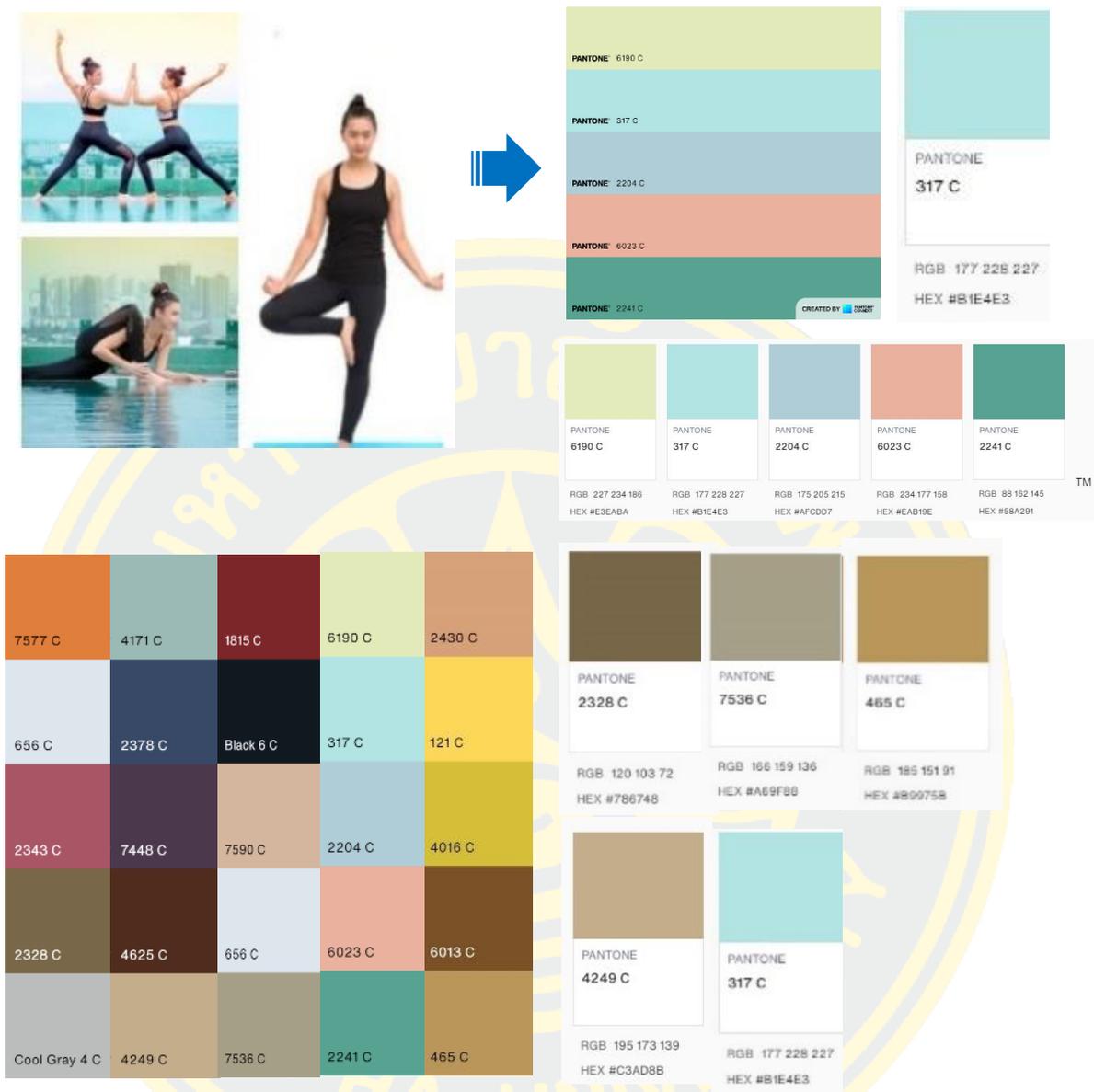
PANTONE 2430 C RGB: 215 161 121 HEX #D7A179	PANTONE 121 C RGB: 252 215 87 HEX #FD0757	PANTONE 4016 C RGB: 213 191 57 HEX #D5BF39	PANTONE 6013 C RGB: 123 81 39 HEX #7B5127	PANTONE 465 C RGB: 185 151 91 HEX #B9975E
---	---	--	---	---



PANTONE 4171 C
PANTONE 2378 C
PANTONE 7448 C
PANTONE 4625 C
PANTONE 4249 C

PANTONE 4249 C
 RGB: 195 173 139
 HEX #C3AD8B

PANTONE 4171 C RGB: 155 165 181 HEX #9BB9B5	PANTONE 2378 C RGB: 56 73 103 HEX #364967	PANTONE 7448 C RGB: 75 56 76 HEX #4B384C	PANTONE 4625 C RGB: 79 44 29 HEX #4F2C1D	PANTONE 4249 C RGB: 195 173 139 HEX #C3AD8B
---	---	--	--	---



ภาพที่ 63 ภาพค่านิยมของภาพลักษณ์เมืองด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม
 เลือกตอบมากที่สุด 5 ลำดับแรกอัตลักษณ์เมือง คำสำคัญเมืองด้านกิจกรรม
 ที่มา: สร้างอัตลักษณ์สี โดย ประภาพร ร้อยพรมมา (2565)

บทที่ 5

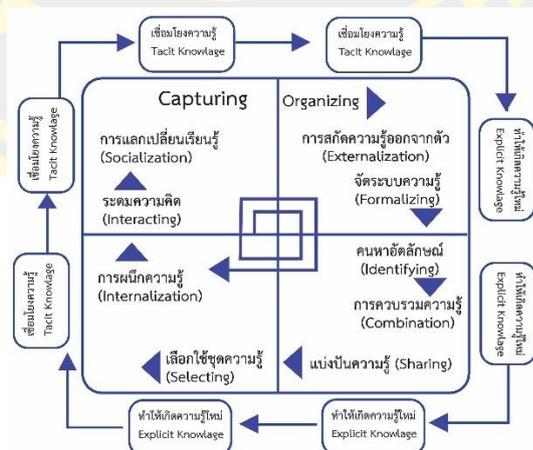
การนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาออกแบบนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การวิเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิทัศน์ของเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและข้อมูลปฐมภูมิจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลต่างๆ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อใช้สำหรับการพัฒนาโมเดลต้นแบบนวัตกรรมและแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยมีการแบ่งองค์ประกอบของการสร้างอัตลักษณ์ ที่นำมาใช้เป็นโมเดลในการออกแบบ ดังนี้ 1.องค์ประกอบรูปร่างรูปทรงโดยถอดอัตลักษณ์มาจากภูมิปัญญาในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2.องค์ประกอบด้านโทนสีโครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city) (Lynch, 1996) ที่ได้วิเคราะห์ไว้ในบทที่ 4 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งองค์ประกอบ ดังนี้

5.1 การจัดการองค์ความรู้

การลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อการจัดการองค์ความรู้

ผู้วิจัยนำแนวคิดการจัดการความรู้จาก SECI Model ซึ่งเป็นแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ แสดงความสัมพันธ์การหลอมรวมความรู้ในองค์กรระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) กับ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ใน 4 กระบวนการ เพื่อยกระดับความรู้ให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นวัฏจักร เริ่มจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) การควรรวมความรู้ (Combination) และการผนึกฝังความรู้ (Internalization) และวนกลับมาเริ่มต้นทำซ้ำที่กระบวนการแรก เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ให้ยั่งยืน



ภาพที่ 64 แนวคิดการจัดการความรู้จาก SECI Model

ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา ดัดแปลงจาก วงจรความรู้

(Knowledge Spiral : SECI Model)

5.1.1 การถอดอัตลักษณ์ภาพ

1. วิเคราะห์ผลคำสำคัญจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อการจัดการองค์ความรู้

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งการเก็บข้อมูลเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ผู้วิจัยมีการออกแบบรูปแบบแผนการวิจัยระยะที่หนึ่งเชิงสำรวจเป็นลำดับ (Sequential Exploratory) โดยการวิจัยแบ่งออกเป็นระยะๆ (Phases) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เชิงคุณภาพก่อนแล้วดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์เชิงปริมาณในระยะที่สอง ผู้วิจัยจะให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงคุณภาพมากกว่าเชิงปริมาณ ซึ่งข้อมูลเชิงปริมาณจะใช้เสริมหรือสนับสนุนข้อมูลเชิงคุณภาพ การบูรณาการข้อมูลและการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจะเกิดขึ้นในขั้นตอนของการอภิปรายผล ซึ่งแต่ละขั้นเกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่แตกต่างกันตามวิธีดำเนินงาน และจากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล ได้ผลการสำรวจข้อมูลดังนี้

การดำเนินการวิจัยระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

กลุ่มตัวแทนผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชนโดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลระหว่าง วันที่ 10-20 พฤศจิกายน 2565 ณ ชุมชน 5 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนหนองปลาไหลชุมชนหนองปรือ ชุมชนตะเคียนเตี้ย ชุมชนวัดชัยมงคล และชุมชนนาเกลือ รวมปราชญ์ชุมชนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 12 คน สัมภาษณ์โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามแบบปลายเปิดและใช้อุปกรณ์บันทึกเสียง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และสังเคราะห์อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีข้อคำถามและผลการสัมภาษณ์ดังนี้

แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์เชิงบวกของเมืองพัทยา ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของพัทยาโดยให้นิยามของเมืองพัทยาคือเมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรม เป็นเมืองชายทะเลที่มีความสนุกสนาน มีสีสันไม่เคยหลับไหล มีเสน่ห์ทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเมืองพัทยาคือความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ นิยามถึงการแพทย์แผนไทย สมุนไพร หมอพื้นบ้าน และการมีกิจกรรมฝึกสมาธิ

แบบสอบถามเกี่ยวกับการแสดงถึงสัญญาณในการสื่อสารถึงด้านสุขภาพในวัฒนธรรมไทยของเมืองพัทยา ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ จะให้นิยามถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่น การฝึกสมาธิด้วยการทำกิจกรรมทำหัวโขน การตัดพวงมโหตร ทัศนศาสตร์ และกัวซา

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาคือความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวขอเมืองพัทยา

ด้านวัฒนธรรมและชุมชนดั้งเดิมยังมีอยู่น้อย ความปลอดภัยในการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะชุมชนมีค่อนข้างน้อย และยังขาดเครื่องมือสื่อสารที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลค่อนข้างน้อยอยู่ ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเข้าไปท่องเที่ยวในภาคส่วนของสถานที่ใหญ่ๆ เป็นส่วนมากแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาหรือความต้องการเกี่ยวกับกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเมืองพัทยา.ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าพัทยายังขาดการผลักดันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพค่อนข้างมาก ถึงแม้ว่าจะมีนโยบายในการส่งเสริมอยู่บ้างก็ตามแต่กลุ่มนักท่องเที่ยวยังขาดการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำเป็นต้องมีสื่อกลางในการช่วยประสานและประชาสัมพันธ์ และควรระบบบริหารจัดการเชื่อมโยงชุมชนและนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม

กลุ่มตัวแทนกลุ่มอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลระหว่าง วันที่ 27-28 พฤศจิกายน 2565 ณ สถานประกอบการด้านด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพรวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 12 คน สัมภาษณ์โดยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามแบบปลายเปิดโดยมีข้อคำถามและผลการสัมภาษณ์ดังนี้

แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์เชิงบวกของเมืองพัทยา ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของพัทยาโดยให้นิยามของเมืองพัทยาเป็น เมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้านการพักผ่อน เป็นเมืองชายทะเล

แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเมืองพัทยาความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ นิยามถึงการแพทย์แผนไทย หัตถศาสตร์และสมุนไพร

แบบสอบถามเกี่ยวกับการแสดงถึงสัญญาณในการสื่อสารถึงด้านสุขภาพในวัฒนธรรมไทยของเมืองพัทยา ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ จะให้นิยามถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่น การนวด การทำเวชศาสตร์ และสปา

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวขอเมืองพัทยาขาดเครื่องมือสื่อสารที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลค่อนข้างน้อยเหมือนกับกลุ่มประชาชญาชุมชน

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาหรือความต้องการเกี่ยวกับกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเมืองพัทยา.ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าพัทยากลุ่มนักท่องเที่ยวยังขาดการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำเป็นต้องมีสื่อกลางในการช่วยประสานและประชาสัมพันธ์ ยังขาดเครื่องมือที่เป็นสัญลักษณ์สากลในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการ

กลุ่มตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลระหว่าง วันที่ 15-18 ธันวาคม 2565 ณ หน่วยงานภาครัฐรวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 12 คน สัมภาษณ์โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามแบบปลายเปิดโดยมีข้อคำถามและผลการสัมภาษณ์ดังนี้

แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์เชิงบวกของเมืองพัทยา ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของพัทยาโดยให้นิยามของเมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้าน เป็นเมืองแข่งขันกีฬาทางน้ำ มีความโดดเด่นด้านการเป็นเมืองชายทะเล และโดดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์คนทุกเพศทุกวัย

แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเมืองพัทยาคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ นิยามถึงการแพทย์แผนไทย หัตถศาสตร์และสมุนไพร

แบบสอบถามเกี่ยวกับการแสดงถึงสัญญาณในการสื่อสารถึงด้านสุขภาพในวัฒนธรรมไทยของเมืองพัทยา ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ จะให้นิยามถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่น การทำหัตถศาสตร์ การทำเวชศาสตร์ การนวด

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาเกี่ยวกับการด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่าพื้นที่ของพัทยามีการกระจายตัวของสถานที่ท่องเที่ยวค่อนข้างมากทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าถึงได้เป็นบางกลุ่ม

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาหรือความต้องการเกี่ยวกับกับการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเมืองพัทยา. ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า พัทยา ยังขาดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของเมือง เนื่องจากมีความหลากหลายของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ทำให้อย่างขาดอัตลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจนอยู่ ประกอบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวยังขาดการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพค่อนข้างมาก รวมทั้งสถานประกอบการเชิงสุขภาพบางที่ยังขาดการยกระดับมาตรฐานอยู่ จึงทำให้นักท่องเที่ยวยังขาดความมั่นใจในการใช้บริการ จำเป็นต้องยกระดับมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เพิ่มขึ้นและครอบคลุมในทุกมิติเพื่อรองรับความเป็นเมืองระดับโลกและตอบรับกับนโยบายการเป็น Medical Hub อีกด้วย

จากการสัมภาษณ์กลุ่ม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลที่กำลังมาข้างต้นแล้วนั้น ประกอบกับผลการผลการวิเคราะห์การสำรวจอัตลักษณ์เมืองที่แสดงถึงพื้นที่พิเศษพัทยา ในการสำรวจความคิดเห็นครั้งนี้ผู้วิจัย ได้สำรวจแบบสอบถามทั้งหมดกับกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มคนทั่วไปที่รู้จักหรือเคยเดินทางมาทำกิจกรรมในพื้นที่พิเศษพัทยา จำนวน 100 คน โดยการกรอกข้อมูลแบบออนไลน์ในระบบ Google Form การสำรวจใช้ระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์ ระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม 2566 ถึง วันที่ 5 มิถุนายน 2566 ผลการวิเคราะห์ จากจำนวน 100 คน จากการเก็บข้อมูลโดยใช้ข้อคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกนิยาม

ภาพลักษณ์พื้นที่พิเศษพหุด้วยคำสำคัญ 3 คำ จัดลำดับความสำคัญ 5 ลำดับ โดยนำเสนอรายละเอียดการวิเคราะห์ผลข้อมูลในบทที่ 4 ซึ่งจะใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ประกอบกับอัตลักษณ์สี โดยสามารถสรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 20 ตารางแสดงอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
(Key Informants)

ด้านภาพลักษณ์เมือง	ด้านสภาพแวดล้อม	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (นักท่องเที่ยวชาวไทย)	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (นักท่องเที่ยวต่างชาติ)
1. เมืองชายทะเล	ทะเล	อาหารทะเล	หัตถการ	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เชื่อมโยงด้านประสบการณ์
2. เมืองท่องเที่ยว	ชายหาด	อาหารแห้งทะเล	อาหารเพื่อสุขภาพ	การนวด
3. เมืองหลากหลายทางเพศ	เกาะ	ผลิตภัณฑ์จากทะเล	การแพทย์องค์รวม	กัวซา
4. เมืองตากอากาศ	สัตว์ทะเล	ผ้ามัดย้อม ผ้าบาติก	กัวซา	การแพทย์องค์รวม
5. เมืองกระฉับกระเฉงมีชีวิตชีวา	ภูเขา	สมุนไพร	กีฬาเชิงสุขภาพ	หัตถการ การพักผ่อน การฟื้นฟูร่างกาย หรือการจัดบรรยากาศที่เอื้อต่อการพักผ่อน

ตารางที่ 21 การถอดอัตลักษณ์ภาพจากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
(Key Informants)

การนวดสปา	หัตถการ	การแพทย์องค์รวม	อาหารเพื่อสุขภาพ	กิจกรรมและกีฬาเชิงสุขภาพ
ทำนวด 	สรีระที่ดีขึ้น 	นวดเพื่อสุขภาพ 	สมุนไพร 	โยคะ 
อุปกรณ์นวด 	ความงาม 	การจัดกระดูก 	มะพร้าว 	โยคะบนบอร์ด 
ทำนวด 	ความสดใสอ่อนวัย 	โยคะ 	ปลา 	พาย 
จิตกรรม วัดโพธิ์ 		ทำสมาธิ 	ธัญพืช 	วิ่ง 
ความผ่อนคลาย 		บำบัดด้วยเสียง 		ไทเก๊ก 
กลิ่นหอม 		ผสมผสานการบำบัด 		ซีลาขีส 
สมุนไพรขัดตัว 		ธรรมชาติบำบัด 		กีฬาทางน้ำ 

ตารางที่ 21 ต่อ

การนวดสปา	หัตถการ	การแพทย์องค์รวม	อาหารเพื่อสุขภาพ	กิจกรรมและกีฬาเชิงสุขภาพ
<p>เครื่องสำอาง</p> 	<p>ฝังเข็ม</p> 	<p>การวาดภาพบำบัด</p> 		
<p>น้ำมันหอมระเหย</p> 	<p>การแพทย์สมุนไพร</p> 	<p>การทำโยคะ</p> 		
<p>น้ำมันนวด</p> 	<p>การฝึกจิต</p> 	<p>การทำผ้าบาติก</p> 		
<p>สมุนไพร</p> 	<p>การฝึกร่างกายรูปต่างๆ</p> 	<p>การทำผ้ามัดย้อม</p> 		
	<p>ครอบแก้ว</p> 	<p>การทำอาหารพื้นบ้าน</p> 		
		<p>การทำลูกประคบ</p> 		

5.2 วิเคราะห์การวิเคราะห์กระบวนการเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น

จากการวิเคราะห์ถอดอัตลักษณ์ภาพจากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จะเห็นได้ว่าอัตลักษณ์ที่ได้มาส่วนใหญ่ยังขาดความเป็นสัญลักษณ์เฉพาะ จำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์ใหม่เพื่อให้เกิดการรับรู้ที่จดจำเป็นที่ต้องสร้างกระบวนการเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกคำสำคัญหลักที่แสดงถึงรูปธรรมมาใช้ไม่เกิน 3 คำในแต่ละประเภทอัตลักษณ์โดย แบ่งประเภทการสร้างรูปทรงออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ 1 การสร้างรูปร่าง เพื่อให้เกิดความหมาย 2.การสร้างรูปร่างนามธรรม เพื่อให้เกิดความงามและความร่วมสมัยมากขึ้น และเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ โดยมีกระบวนการดังนี้

1. การลดทอนภาพสู่แสงเงา Silhouette (ซิลูเอ็ท) เพื่อการสร้างอัตลักษณ์
2. การสร้างรูปร่างใหม่ (New Shape)
3. การสร้างลวดลายใหม่ (New pattern)
4. รูปร่างใหม่จะได้จากการเรียงลำดับ (Translation in step)
5. รูปร่างใหม่จะได้จากการหมุนรอบจุด (Rotation about point)
6. รูปร่างใหม่จะได้จากการสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด (Reflection and Rotation)
7. รูปร่างใหม่จะได้จากการผสมระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวา และหมุนรอบจุด (Reflection, Rotation and Translation) เป็นการออกแบบลวดลายโดยผสมผสาน

ตารางที่ 22 วิธีการสร้างรูปร่างใหม่

ลำดับ	ขั้นตอนที่	ขั้นตอนที่	ขั้นตอนที่	ขั้นตอนที่	ขั้นตอนที่	ขั้นตอนที่	ขั้นตอนที่
	1	2	3	4	5	6	7
กระบวนการ	การลดทอนภาพสู่แสงเงา	การสร้างรูปร่างใหม่	ลวดลายใหม่	เรียงลำดับใหม่	หมุนรอบจุด	สลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด	ผสมระหว่างเรียงลำดับ
วิธีการ		ลวดลาย	บิด พลิก	เปลี่ยนแป	ลง แยก	ย้อยๆ	จุด

ตารางที่ 23 กระบวนการเปลี่ยนรูปร่างและองค์ประกอบ

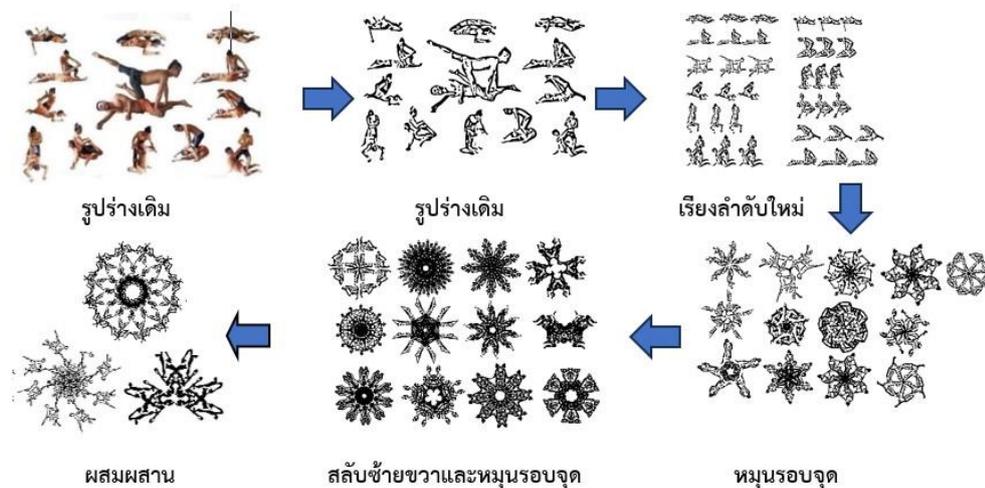
	ชนิดอัต ลักษณ์	ขั้นตอนการเปลี่ยนรูปร่างองค์ประกอบ						ชนิดของ รูปร่าง
		รูปร่าง เดิม	รูปร่าง ใหม่	เรียง ลำดับ ใหม่	หมุนรอบ จุด	สลักซ้าย ขวาและ หมุนรอบ จุด	ผสม ผสาน	
การนวดสปา	ท่านวด อุปกรณ์นวด	✓ ✓ ✓	✓	✓	✓	✓	✓	สื่อความหมาย นามธรรม
การ แพทย์องค์รวม	โยคะ การฝึก ร่างกายรูป ต่างๆ	✓ ✓	✓	✓	✓	✓	✓	นามธรรม สื่อความหมาย
อาหารเพื่อ สุขภาพ	สมุนไพร มะพร้าว ธัญพืช	✓ ✓ ✓						นามธรรม นามธรรม นามธรรม
กิจกรรมและ กีฬาเชิง สุขภาพ	กีฬาทางน้ำ มโนธรรม ไทเก๊ก	✓ ✓ ✓		✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	✓ ✓ ✓	นามธรรม สื่อความหมาย นามธรรม

จากตารางจะเห็นว่ารูปร่างของอัตลักษณ์มีการกำหนดขอบเขตในขั้นต้นในการออกแบบยิ่งผ่านกระบวนการที่ซับซ้อนมากขึ้นจะเพิ่มความสามารถในการออกแบบได้มากขึ้น

5.4 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น

การวิเคราะห์ให้วดลายใหม่ตามคำสำคัญได้แก่

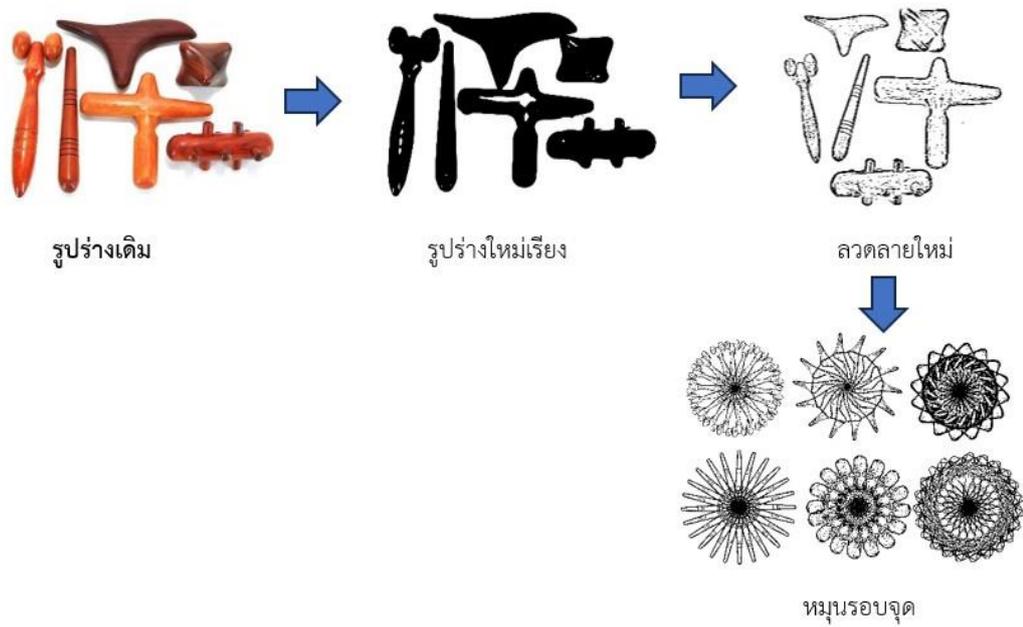
5.4.1 การนวด



ตารางที่ 24 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้นสำคัญ ท่านวด

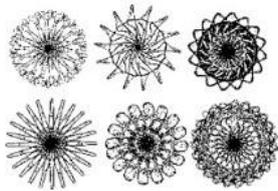
อัตลักษณ์	รูปร่างใหม่	จัดเรียงรูปร่างใหม่
ลวดลายใหม่	ลวดลายใหม่	ลวดลายใหม่

5.4.2 อุปกรณ์นวด

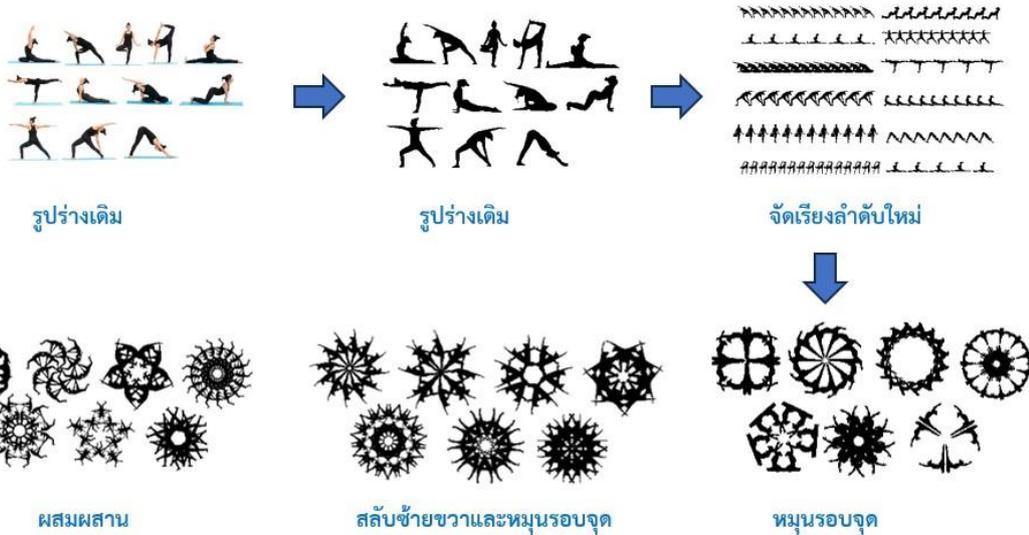


ตารางที่ 25 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น คำสำคัญอุปกรณ์นวด

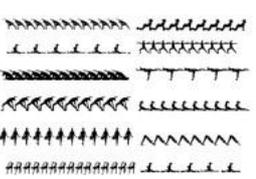
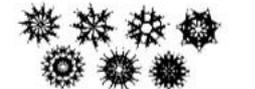
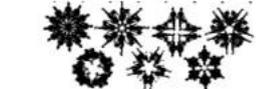
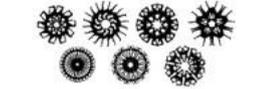
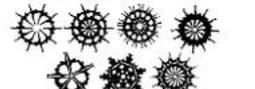
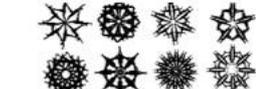
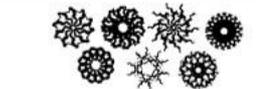
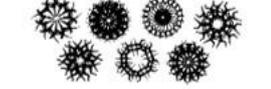
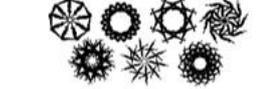
อัตลักษณ์	รูปร่างเดิม	จัดเรียงรูปร่างใหม่
		
<p>ลวดลายใหม่</p>		



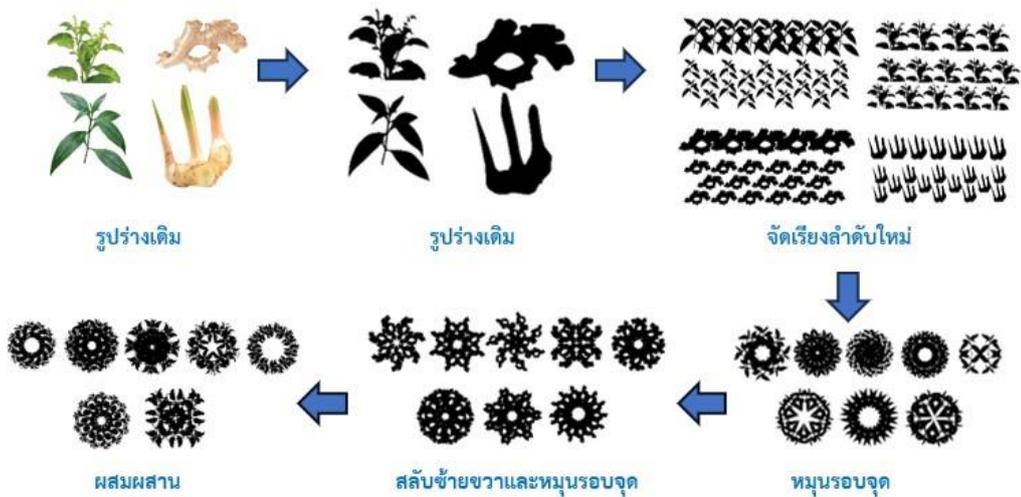
5.4.3 โยคะ



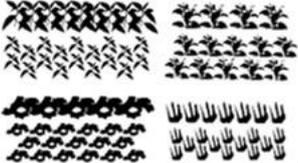
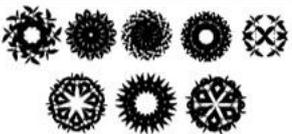
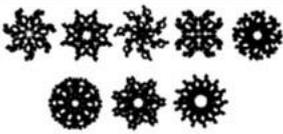
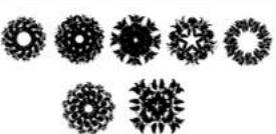
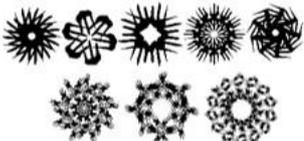
ตารางที่ 26 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น คำสำคัญโยคะ

อัตลักษณ์	รูปร่าง	จัดเรียงรูปร่างใหม่
		
สวดลายใหม่		
		
		
		
		

5.4.4 สมุนไพร



ตารางที่ 27 การวิเคราะห์รูปร่างเพื่อสร้างองค์ประกอบใหม่ขึ้น คำสำคัญสมุนไพร

อัตลักษณ์	รูปร่าง	ลวดลายจากรูปร่างเดิมจัดเรียงใหม่
		
ลวดลายใหม่		
		
		

5.5 การวิเคราะห์สีในภาพรวม

การวิเคราะห์สี ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สีจากการวิเคราะห์ถอดอัตลักษณ์ 2 ส่วนด้วยกัน โดยถอดอัตลักษณ์ชุดสีโดยใช้กระบวนการแปลงค่าสีโดยมีรายละเอียดตามบทที่ 4 โดยการใช้ข้อมูล

1. จากภาพจากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)
2. จากการวิเคราะห์โครงสร้างทางจินตภาพของเมือง (Image of the city) (Lynch, 1996)

ในบทที่ 4 ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ 1. เส้นทาง (Path) เช่น ถนน ทางเดิน ทางคมนาคม เส้นทางระบบขนส่งมวลชน 2.เส้นขอบ (Edge) ได้แก่ แนวรั้ว กำแพง สิ่งกีดขวางอื่นๆ เช่น คลอง คันดิน 3.ย่านกิจกรรมต่างๆ (Districts) เช่น ย่านกิจกรรม ตลาดร้านค้า 4.ศูนย์กลาง (Nodes) เช่น จุดรวมกิจกรรม ลานกิจกรรม จุดตัดเส้นทางสัญจร 5.จุดหมายตา (Landmarks) เช่น อนุสาวรีย์ อาคารสูง หอคอย ภูเขา อาคาร หรือสิ่งที่เห็นชัดเจนและจดจำ โดยจำแนกตามรายละเอียดดังนี้ (รายละเอียดและกระบวนการผู้วิจัยได้จัดทำไว้แล้วสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ในบทที่ 4)

ตารางที่ 28 อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่พิเศษ
เมืองพัทยา

ด้านภาพลักษณ์ เมือง	ด้าน สภาพแวดล้อม	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านกิจกรรม ท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ (นักท่องเที่ยวชาว ไทย)	ด้านกิจกรรม ท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ (นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ)
1. เมืองชายทะเล	ทะเล	อาหารทะเล	หัตถการ	การท่องเที่ยวเชิง สุขภาพที่เชื่อมโยง ด้านประสบการณ์
2. เมืองท่องเที่ยว	ชายหาด	อาหารแห่งทะเล	อาหารเพื่อสุขภาพ	การนวด
3. เมืองหลากหลาย ทางเพศ	เกาะ	ผลิตภัณฑ์จากทะเล	การแพทย์องค์รวม	กัวชา
4. เมืองตากอากาศ	สัตว์ทะเล	ผ้ามัดย้อม ผ้าบาติก	กัวชา	การแพทย์องค์รวม
5. เมืองกระบี่ กระแสมิซีวิตชีวา	ภูเขา	สมุนไพร	กีฬาเชิงสุขภาพ	หัตถการ การฝึก พิน การฟื้นฟู ร่างกาย หรือการจัด บรรยากาศที่เอื้อต่อ การพักผ่อน

ตารางที่ 29 อัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่พิเศษ
เมืองพัทยา

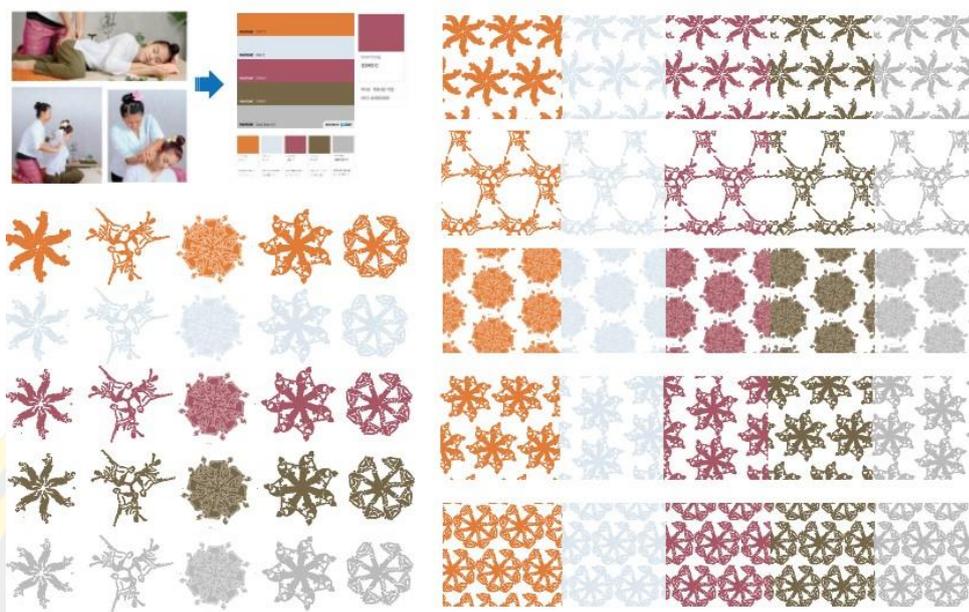
องค์ประกอบ	รายละเอียด	พื้นที่พิเศษพัทยา
1. เส้นทาง (Path)	ถนน ทางเดิน ทางคมนาคม เส้นทาง ระบบขนส่งมวลชน	1. ถนน 2. ทางเดิน 3. ทางคมนาคม 4. เส้นทาง 5. อุโมงค์ทางลอดแยกพัทยา 6. รถนำเที่ยวเมืองพัทยาระบบขนส่ง มวลชน รถสองแถว รถตู้
2. เส้นขอบ (Edge)	เส้นเขต เพื่อแสดงการสิ้นสุดของ ย่าน หรือเส้นกันขอบเขต เช่นเส้น ขอบฟ้า เส้นทะเลแยกกับพื้นที่ทาง บก สำคองกับพื้นที่ฝั่ง แนวรั้ว กำแพง สิ่งกีดขวาง คลอง คันดิน	1. เส้นทะเลแยกกับพื้นที่ทางบก 2. เส้นกันขอบเขต 3. แนวรั้ว

ตารางที่ 30 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ลำดับ	คำสำคัญ	นิยาม
			ความสะดวกสำหรับผู้มีความหลากหลายทางเพศ อย่างเท่าเทียม ใช้ภาพแทนของท้องทะเลใน พหุวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต
	4	เมืองตากอากาศ	เมืองใช้พักผ่อนหรือสันทนาการ ผู้พักใช้ วันหยุดหรือวันพักผ่อน ใช้ภาพแทนกิจกรรม สันทนาการภายในเมือง
	5	เมืองกระชับกระเฉง มี ชีวิตชีวา	เมืองต้องมีความกระชับและเชื่อมต่อกันได้ โดยง่ายเพื่อให้ทุกคนเดินทางไปยังเป้าหมาย ปลายทาง หรือทำกิจกรรมได้สะดวก ใช้ภาพ แทนกิจกรรมสันทนาการภายในเมือง
2. อัตลักษณ์เมือง ด้านสภาพแวดล้อม	1	ทะเล	เป็นแหล่งน้ำเค็มขนาดใหญ่ที่ล้อมรอบด้วยพื้นดิน ทั้งหมดหรือบางส่วน.
	2	ชายหาด	ที่ลาดลงไปใต้น้ำหรือบริเวณที่ตื้นเขินเป็นเนินอยู่ กลางน้ำ โดยมากเป็นเนินทราย มักมีการ เปลี่ยนแปลงรูปร่างอยู่เสมอ (transient feature)
	3	เกาะ	แผ่นดินที่มีน้ำล้อมรอบ ใช้ภาพแทนเกาะในพื้นที่ พหุวัฒนธรรม เช่น เกาะล้าน เกาะรีน เกาะไม้ ห้าต้น
	4	ปลาและสัตว์ทะเล	สัตว์ทะเลที่มีความโดดเด่นและแสดงออกถึง ภาพลักษณ์ของเมือง เช่น ปลาโลมา กุ้งมังกร ปลาทะเล ปลาหมึก ปะการังและสัตว์ทะเลอื่นๆ
	5	ภูเขา	เขาที่เห็นเด่นชัดในพหุวัฒนธรรม เขาพระตำหนัก เขาที่มีกระจายอยู่ตามเกาะต่างๆ
3. อัตลักษณ์เมือง ด้านผลิตภัณฑ์	1	อาหารทะเล	กุ้งมังกร ปลาทะเล ปลาหมึก กุ้งลายเสือ ปลา กระเบน ปู และอาหารทะเลอื่นๆ
	2	อาหารทะเลแห้ง	ปลาหมึกแห้ง ปลาทะเลแปรรูป อาหารทะเลแปรรูป
	3	ผลิตภัณฑ์จากทะเล	นโยบายเปลือกหอย ผลิตภัณฑ์จากทะเลต่างๆ
	4	ผ้าบาติก ผ้าม้าย้อม	ผ้าบาติก ผ้าม้าย้อมจากสีธรรมชาติ
	5	ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างๆ

ตารางที่ 31 (ต่อ)

4. กิจกรรม	1	การนวด	การนวดแผนไทย การนวดบำบัดและการนวดรักษา
	2	การแพทย์องค์รวม	การดูแลผู้รับบริการแบบมองให้ครบทุกด้านของความเป็นมนุษย์ ไม่แยกส่วน ให้การดูแลโดยคำนึงถึงองค์ประกอบในร่างกาย ได้แก่ ร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ ไม่ได้พิจารณาเฉพาะโรคที่เป็นหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย แต่พิจารณาจากความสัมพันธ์ของทั้ง 4 ด้านให้มีภาวะสมดุล
	3	กัวซา	กัวซา (Gua sha) คือ การกวาดหรือการขูดลงบนผิวหนัง เพื่อหาพิษหรือป้องกันโรคที่เกิดขึ้นภายใน ตามศาสตร์แพทย์แผนจีน โดยกัวซาจะช่วย Detox สารพิษในร่างกายออกมาทางผิวหนังและเพิ่มออกซิเจนไปเลี้ยงเนื้อเยื่อต่างๆ แก้อาการปวดเมื่อย ตึงเครียด ปวดศีรษะ Office Syndrome และบำบัดโรคต่างๆ รวมไปถึงช่วยในเรื่องเสริมความงาม ลดริ้วรอย ชะลอวัย ได้อีกด้วย
	4	หัตถการ	หัตถการ (Procedure) หมายถึง การรักษาผู้ป่วยหรือผู้รับบริการด้วยการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ เข้าสู่ร่างกาย โดยอาจเป็นการวินิจฉัยโรค การรักษา หรือประคับประคองอาการ แบ่งออกได้ 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่หัตถการทางการแพทย์ เป็นการวินิจฉัย รักษา หรือประคับประคองอาการของผู้ป่วย โดยแพทย์หรือพยาบาลเป็นผู้ดำเนินการ เช่น การเจาะเลือด การฉีดยา การใส่สายสวน การผ่าตัด เป็นต้น หัตถการความงาม เป็นการปรับปรุงหรือแก้ไขรูปลักษณ์ภายนอกของร่างกาย เพื่อให้ดูดีขึ้น โดยแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านความงามเป็นผู้ดำเนินการ เช่น การฉีดฟิลเลอร์ การร้อยไหม การเลเซอร์ เป็นต้น
	5	กิจกรรมและกีฬาเชิงสุขภาพ	กิจกรรมและกีฬาเชิงสุขภาพที่ส่งเสริมสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจ



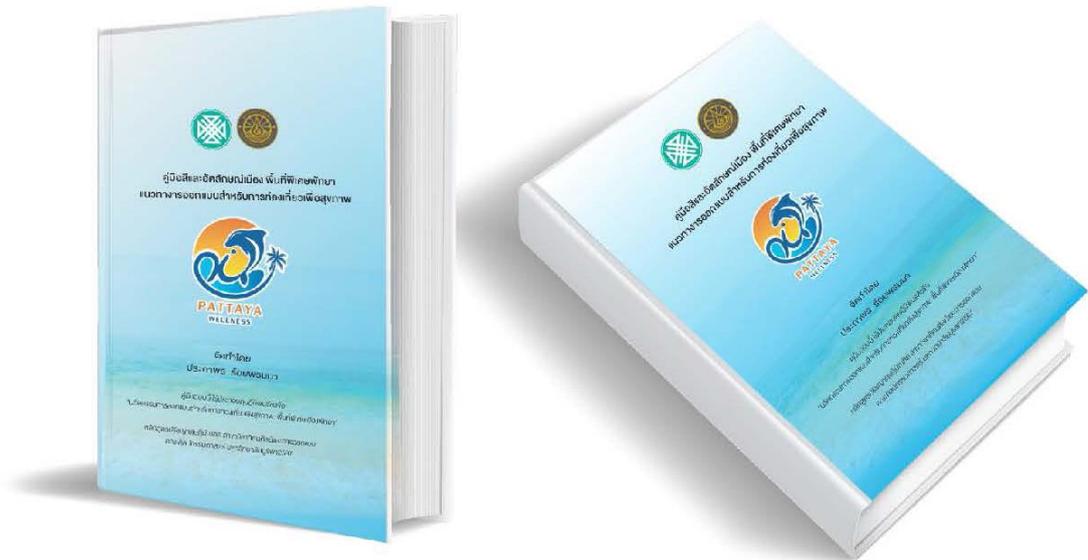
ภาพที่ 65 ตัวอย่างการออกแบบเรขศิลป์กับการใช้ชุดอัตลักษณ์สี การนำเรขศิลป์ไปใช้ในงานออกแบบชุดพนักงานบริการเชิงสุขภาพ



ภาพที่ 66 ตัวอย่างการออกแบบเรขศิลป์กับการใช้ชุดอัตลักษณ์สีการนำเรขศิลป์ไปใช้ในงานออกแบบชุดพนักงาน



ภาพที่ 67 ตัวอย่างการออกแบบเรขศิลป์กับการใช้ชุดอัตลักษณ์สีการนำเรขศิลป์ไปใช้ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงสุขภาพ



ภาพที่ 68 คู่มือสีและอัตลักษณ์เมือง แนวทางการออกแบบพื้นที่พิเศษพัทยา

5.6 การนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

จากการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและบริบทเชิงพื้นที่และการเก็บข้อมูล ในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการเก็บข้อมูลดังกล่าวแล้วในบทที่ 4 ประกอบกับการวิเคราะห์อัตลักษณ์และเอกลักษณ์สี ในพื้นที่พิเศษพัทยาในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์ข้อมูลมาใช้ในการออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในรูปแบบแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีรายละเอียดดังนี้

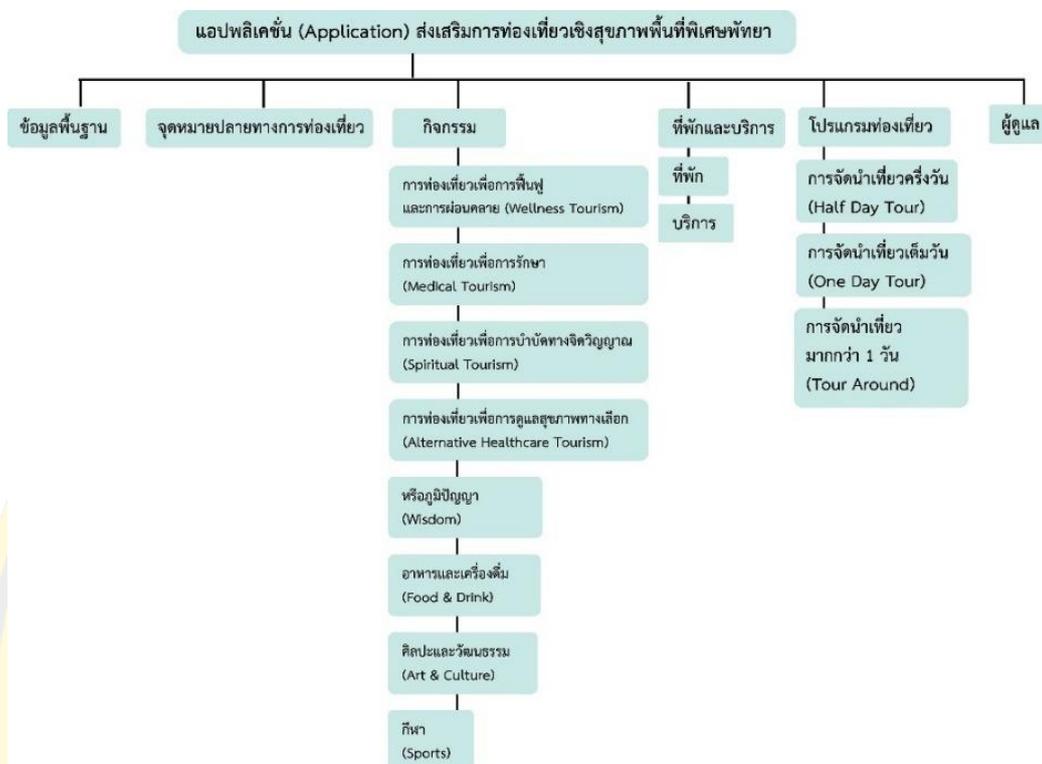
5.6.1 การเลือกใช้ชุดสีในการออกแบบโลโก้และแอปพลิเคชัน

จากข้อมูลการวิเคราะห์อัตลักษณ์สีภาพรวมของเมืองพัทยาจะเห็นว่าเมืองประกอบด้วยส่วนใหญ่ไปในทิศทางของ 2 วรรณะสีเป็นหลักที่เห็นได้ชัดเจนโดยผู้วิจัยได้คัดเลือกสีตัวแทนสี 5 สี จากชุดสีเพื่อใช้ในการสื่อสารถึงความเป็นการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเพื่อออกแบบเป็นตัวอย่างสำหรับการใช้อัตลักษณ์สีสำหรับการออกแบบดังนี้

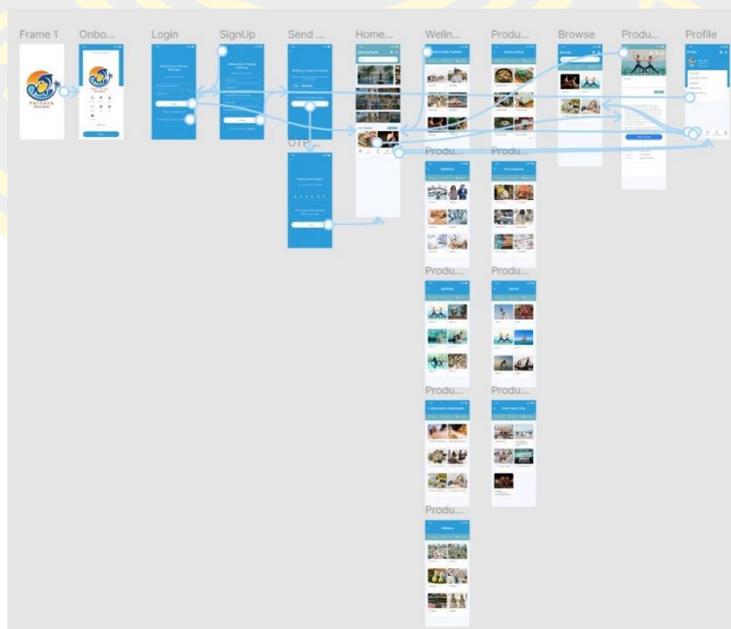


ภาพที่ 69 แนวคิดในการออกแบบโลโก้แอปพลิเคชันและการใช้สี
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรพมา

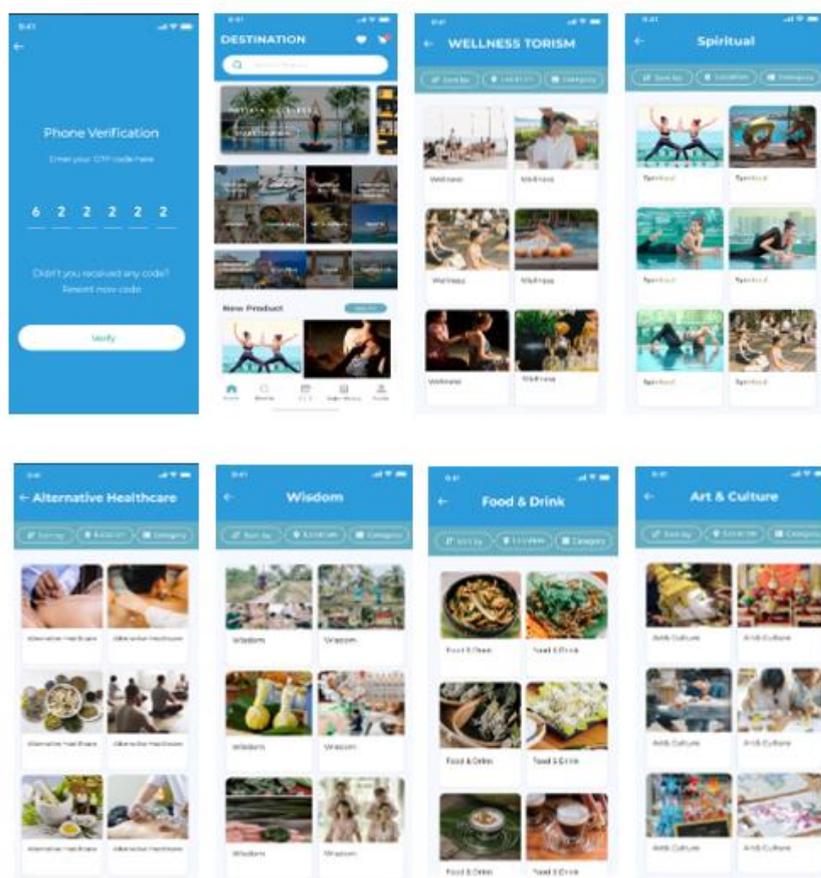
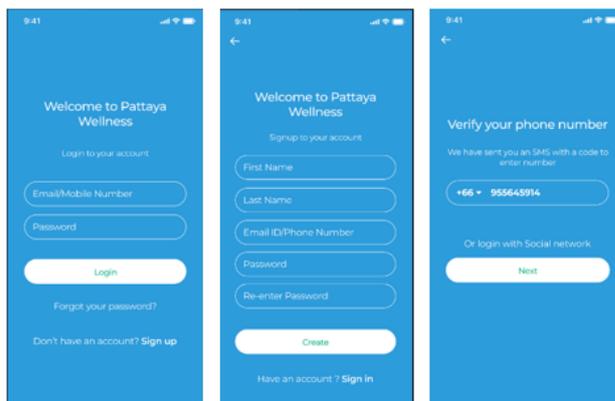
5.6.2 โครงสร้างการออกแบบแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 70 ภาพแสดงโครงสร้างแอปพลิเคชัน
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

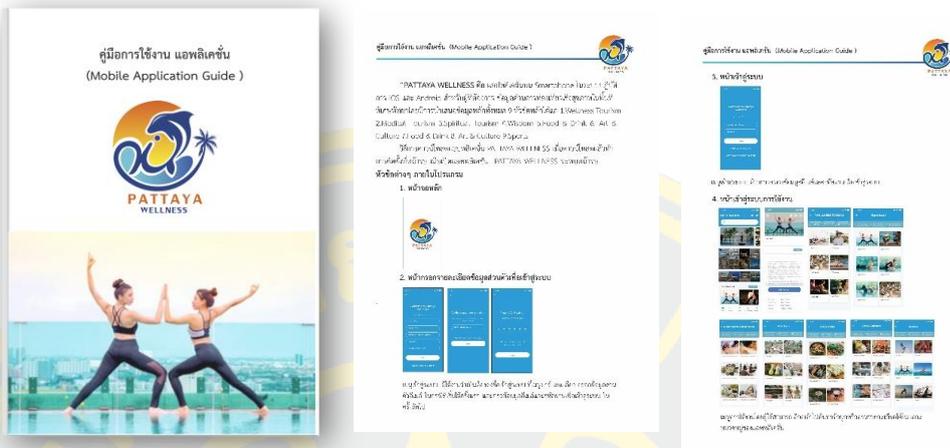


ภาพที่ 71 โครงสร้าง Prototype Application
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา



ภาพที่ 72 ตัวอย่าง Prototype Application
ที่มา: ประภาพร ร้อยพรมมา

5.5.4 การออกแบบคู่มือการใช้งานแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 73 ตัวอย่างคู่มือการใช้งานแอปพลิเคชัน
ที่มา: ปรากฏพร ร้อยพรมมา



5.6.5 ผลการวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจการใช้ต้นแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพัทยา

ชื่อ	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	SD	ผลลัพธ์
1.	มีความเหมาะสมด้านรายละเอียดข้อมูลแผนที่บอกเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ซับซ้อน ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.16	0.46	มาก
2.	มีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่น่าสนใจอย่างเหมาะสมครบถ้วน	4.75	0.61	มากที่สุด
3.	มีรูปภาพถ่ายสถานที่และกิจกรรมในหลายๆ แง่มุมมีความเหมาะสม	4.40	0.49	มากที่สุด
4.	กราฟฟิคสื่อสาธยายแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของเมืองพัทยา	3.42	0.95	มาก
5.	เมนูหลัก (Main Menu) และ เมนูย่อย (Sub menu) เข้าใจง่าย เหมาะสม	3.78	0.97	มาก
6.	ขนาดของเมนูต่างๆ มีความ เหมาะสม	3.81	1.12	มาก
7.	องค์ประกอบเหมาะสมสวยงาม	4.22	0.44	มาก
8.	รูปแบบแสดงความร่วมสมัย	4.47	0.52	มาก
9.	การใช้สีมีความสวยงามเหมาะสม	4.30	0.48	มาก
10.	ตัวอักษรที่ใช้ประกอบมีความเหมาะสม	4.26	0.49	มาก
11.	กราฟฟิคสื่อสาธยายแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของเมืองพัทยา	4.30	0.48	มาก
12.	ขนาดตัวหนังสือเหมาะสม	3.49	0.82	มาก
13.	รูปภาพมีความสวยงาม เหมาะสม	4.27	0.50	มากที่สุด
14.	กราฟฟิคสื่อสาธยายแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของเมืองพัทยา	3.42	0.95	มาก

บทที่ 6

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องนวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อนำเสนอประเด็นการวิเคราะห์ความแตกต่างและความคล้ายในนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเมืองคุณภาพระดับโลก 2. เพื่อสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอด 3. เพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4. เพื่อประเมินโมเดลต้นแบบ และทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อโมเดลต้นแบบเพื่อออกแบบคู่มือนวัตกรรมการนำไปต่อยอดสู่การใช้งานต่อไป

6.1 สรุป

6.1.1 วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบ

วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลกและนวัตกรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยและต่างประเทศ ผลการวิเคราะห์วิเคราะห์นวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลกและนวัตกรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยและต่างประเทศ พบว่า การศึกษาข้อมูลการออกแบบเมืองคุณภาพระดับโลก เช่น เมืองโตรอนโต (Toronto) ประเทศอังกฤษ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน เพื่อส่งเสริมด้านสุขภาพนั้นมักจะออกแบบเมืองโดยเน้นการวางภูมิทัศน์ให้มีพื้นที่สีเขียวเน้นการออกแบบสภาพแวดล้อมที่เกิดผลดีต่อสุขภาพ การใช้พลังงานทดแทนและเน้นการแบ่งปันการเดินทางในระบบสาธารณะมากขึ้น เช่น การใช้จักรยานไฟฟ้าแบบแบ่งปันการใช้รถยนต์ไฟฟ้าแบบแบ่งปัน มีการวางนโยบายและออกแบบเมืองปรับโครงสร้างพื้นฐานโดยออกแบบเมืองให้มีพื้นที่ที่เอื้อต่อการออกกำลังกายเช่น การเดิน การใช้จักรยาน การทำกิจกรรมร่วมส่งเสริมการเคลื่อนไหว ส่งเสริมคุณภาพของผู้อยู่อาศัยพร้อมทั้งวางนโยบายในส่วนของการปลงต้นในลักษณะเมืองกระฉับกระเฉงซึ่งจะคล้ายคลึงกับการวางนโยบายเมืองของกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยที่มีการใช้รูปแบบการออกแบบเมืองต้นแบบเมืองกระฉับกระเฉงให้กับพื้นที่อื่นๆ นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเน้นการสร้างประสบการณ์ใหม่เชื่อมโยงพื้นที่ด้วยเทคโนโลยีที่เน้นด้านการสร้างประสบการณ์ใหม่ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบข้อมูลด้านกรณีศึกษานำมาสร้างตารางข้อมูลเปรียบเทียบแนวทางการออกแบบเมืองเพื่อส่งเสริมสุขภาพและนวัตกรรมการออกแบบเมืองระดับโลก สร้างแนวทางการออกแบบเมืองและนวัตกรรมใหม่และเพื่อเป็นการเสนอแนะต้นแบบแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายเมืองพัทยาและนำไปประยุกต์ใช้กับเมืองอื่นๆที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านสุขภาพต่อไป

6.1.2 การวิเคราะห์และสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนา

การวิเคราะห์และสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพการวิเคราะห์และสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพบว่ามีรายละเอียดในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ที่สามารถนำไปออกแบบชุดคู่มือในการออกแบบโมเดลการวางนโยบายเมือง การสร้างนวัตกรรมต้นแบบเช่นการออกแบบวางผังเส้นทางการปั่นจักรยาน การนำร่องสร้างโมเดลต้นแบบในการพัฒนาผังเมืองเพื่อเอื้อต่อสุขภาพที่ดี และการใช้นวัตกรรมที่กระตุ้นการออกกำลังกายภายในพื้นที่เมืองพัทยา

6.1.2.1 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชน

สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่กับกลุ่มตัวแทนผู้เชี่ยวชาญหรือปราชญ์ชุมชนโดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ณ ชุมชน 5 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนหนองปลาไหลชุมชนหนองปรือชุมชนตะเคียนเตี้ย ชุมชนวัดชัยมงคล และชุมชนนาเกลือ รวมปราชญ์ชุมชนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 12 คน พบว่า ทักษะคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของพัทยาโดยให้นิยามของเมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรม เป็นเมืองชายทะเลที่มีความสนุกสนาน มีสีสันไม่เคยหลับใหล มีเส้นทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ นิยามถึงการแพทย์แผนไทย สมุนไพร หมอพื้นบ้าน และการมีกิจกรรมผีกสมาธิ มีทัศนคติให้นิยามถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่น การผีกสมาธิด้วยการทำกิจกรรมทำหัวโขน การตัดพวงมโหตรหัตถศาสตร์ และกัวซา มีทัศนคติเกี่ยวกับสภาพปัญหาเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยามองว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเมืองพัทยาด้านวัฒนธรรมและชุมชนดั้งเดิมยังมีอยู่น้อย ความปลอดภัยในการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในลักษณะชุมชนมีค่อนข้างน้อย และยังขาดเครื่องมือสื่อสารที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลค่อนข้างน้อยอยู่ ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเข้าไปท่องเที่ยวในภาคส่วนของสถานที่ใหญ่ๆ เป็นส่วนมากและมีความคิดเห็นว่าพัทยายังขาดการผลักดันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพค่อนข้างมาก ถึงแม้ว่าจะมีนโยบายในการส่งเสริมอยู่บ้างก็ตามแต่กลุ่มนักท่องเที่ยวยังขาดการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำเป็นต้องมีสื่อกลางในการช่วยประสานและประชาสัมพันธ์ และควรระบบบริหารจัดการเชื่อมโยงชุมชนและนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม

6.1.2.2 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนกลุ่มอาชีพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่กับกลุ่มตัวแทนกลุ่มอาชีพด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพด้านการท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพ โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกกับ สถานประกอบการด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพรวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 12 คน สัมภาษณ์โดยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามแบบปลายเปิดโดยมีข้อคำถามและผลการสัมภาษณ์มีทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วน

ใหญ่มองถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของพญาโดยให้นิยามของเมืองพญาเป็น เมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้านการพักผ่อน เป็นเมืองชายทะเล ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ นิยามถึงการแพทย์แผนไทยหัตถศาสตร์และสมุนไพร ความคิดเห็นด้านทัศนคตินิยมถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่น การนวด การทำเวชศาสตร์ และสปา ความคิดเห็นด้านทัศนคติเกี่ยวกับสภาพปัญหาเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวของเมืองพญา มองว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวขอเมืองพญาขาดเครื่องมือสื่อสารที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลค่อนข้างน้อยเหมือนกับกลุ่มปราชญ์ชุมชน และมีความคิดเห็นพญาว่าพญาควรส่งเสริมการท่องเที่ยวยังขาดการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำเป็นต้องมีสื่อกลางในการช่วยประสานและประชาสัมพันธ์ ยังขาดเครื่องมือที่เป็นสัญลักษณ์สากลในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ใช้บริการ

6.1.2.3 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่กับกลุ่มตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพท่องเที่ยวหรือการให้บริการเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพญา โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ณ หน่วยงานภาครัฐรวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 12 คน สัมภาษณ์โดยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามแบบปลายเปิดโดยมีข้อคำถามและผลการสัมภาษณ์ ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มองถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของพญาโดยให้นิยามของเมืองพญาเป็น เมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้าน เป็นเมืองแข่งขันกีฬาทางน้ำ มีความโดดเด่นด้านการเป็นเมืองชายทะเล และโดดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์คนทุกเพศทุกวัย ความคิดเห็นด้านทัศนคติ นิยามถึงการแพทย์แผนไทย หัตถศาสตร์และสมุนไพร ทัศนคติต่อค่านิยมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่น การทำหัตถศาสตร์ การทำเวชศาสตร์ การนวด ทัศนคติต่อสภาพปัญหาเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวของเมืองพญา ความคิดเห็นด้านทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ มองว่าพื้นที่ของพญามีการกระจายตัวของสถานที่ท่องเที่ยวค่อนข้างมากทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าถึงได้เป็นบางกลุ่ม และมีความคิดเห็นพญา ยังขาดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของเมือง เนื่องจากมีความหลากหลายของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ทำให้ยังขาดอัตลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจนอยู่ ประกอบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวยังขาดการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพค่อนข้างมาก รวมทั้งสถานประกอบการเชิงสุขภาพบางที่ยังขาดการยกระดับมาตรฐานอยู่ จึงทำให้นักท่องเที่ยวยังขาดความมั่นใจในการใช้บริการ จำเป็นต้องยกระดับมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เพิ่มขึ้นและครอบคลุมในทุกมิติเพื่อรองรับความเป็นเมืองระดับโลกและตอบรับกับนโยบายการเป็น Medical Hub อีกด้วย

6.1.2.4 สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม

การจำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอดเพื่อสร้างแนวทางโมเดลต้นแบบนวัตกรรมการออกแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า

เมืองพัทยามีศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น ชุมชนตะเคียนเตี้ย มีศาสตร์การรักษาในลักษณะกัวซา การนวดแผนไทย การรักษาแบบหมอพื้นบ้าน การใช้ศิลปะ และงานประดิษฐ์ในการบำบัด ชุมชนหนองปลาไหลที่มีความโดดเด่นด้านการสร้างงานโขนและการทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมไปถึงชุมชนที่กระจายโดยรอบเมืองพัทยามีกิจกรรมที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกมากมาย แต่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติยังขาดการรับรู้ ขาดสื่อที่เป็นตัวกลางเฉพาะในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างแท้จริง นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่าการสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนจะส่งผลต่อการสื่อสารในระดับการสร้างการจดจำ หรือการสร้างความเฉพาะเชิงสากล นำไปสู่การประยุกต์ใช้ในด้าน การออกแบบที่หลากหลายและต่อยอดได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์นำข้อมูลการวิจัยมาใช้ในการถอดอัตลักษณ์เมืองในลักษณะการสร้างอัตลักษณ์และเรขาคณิตเพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางในการออกแบบสำหรับนักออกแบบที่สนใจ และ พัฒนาสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวเพื่อช่วยเชื่อมโยงพื้นที่เมือง กิจกรรม วัฒนธรรม และความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นส่งต่อสู่กลุ่มเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว

6.1.3 สรุปผลประเมินโมเดลต้นแบบ

และทดสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อโมเดลต้นแบบ

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจในด้านการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาน่าสนใจอย่างเหมาะสมครบถ้วน

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความสนใจและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่พิเศษพัทยาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.0) เดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 36.0) เดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทหรือหน่วยงานและครอบครัว เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะพื้นที่พิเศษพัทยาที่มีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยว การพักผ่อน รวมทั้งการพักผ่อนและวางนโยบายของรัฐบาลมีการกระตุ้นในการวางแผนพัทยาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสุขภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Gen X และ Gen Y เข้ามาท่องเที่ยวและทำธุรกิจพร้อมกับเพื่อนและครอบครัวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้อง กับผลวิจัยของ สิริชัย อุ่นอกพันธุ์ (2563) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของเจนเนอร์เรชั่นเอ็กซ์เลือกที่จะเดินทางกับ ครอบครัวและเจนเนอร์เรชั่นวายมักเดินทางกับกลุ่มเพื่อนซึ่งการวางแผนการจับกลุ่มเป้าหมายของสถาน

ประกอบการหากเป็นเจเนอร์เรชั่นเอ็กซ์ควอร์สร้างสถานที่ท่องเที่ยวให้ตอบโจทย์กับกลุ่มครอบครัวส่วน เจเนอร์เรชั่นวายสามารถวางระบบบริการให้มีการสร้างประสบการณ์ใหม่ ความรู้สึกแปลกใหม่หรือ กิจกรรมใหม่ๆ มีการจัดมุมถ่ายรูปหรือมุมนั่งคุยหรือทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนเพื่อให้เกิดการดึงดูด ความสนใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2. นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวทั้งในไทยและต่างประเทศนั้น พบว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวมี พฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปมาก มีความนิยมใช้บริการข้อมูลข่าวสารและการจอง ผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่างๆ เป็นหลัก มีการจัดการด้านการเงินและการสร้างประสบการณ์ ร่วมใหม่ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีและเทคโนโลยีเสมือนจริงมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐภูมิ ตูจินดาและคณะ (2559) ที่ได้กล่าวว่า ความสามารถในการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลของผู้ประกอบการสามารถเชื่อมข้อมูลผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม การอำนวยความสะดวกที่สร้างคุณค่า นั้น ดิจิทัลแพลตฟอร์มต้องสามารถอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวในกระบวนการวางแผนการ ท่องเที่ยวทั้งก่อนเดินทาง และระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวใน การวางแผนการเดินทาง การสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล ความปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยว ตัดสินใจในการใช้บริการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะมีผลต่อการออกแบบและพัฒนาดิจิทัล แพลตฟอร์มเป็นอย่างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศารรัตน์ กุลณัฐวงศ์ และ มหาชาติ อินทโชติ (2565) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การใช้งานแอปพลิเคชันในภาพรวมส่วนใหญ่การออกแบบมีความจำเป็นและมี ผลต่อผู้ใช้งานการออกแบบที่เหมาะสมด้านรายละเอียดข้อมูลแผนที่บอกเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ ซับซ้อน ชัดเจนและเข้าใจง่าย ต้องมีมีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพที่น่าสนใจอย่างเหมาะสมครบถ้วน เมนูหลัก (Main Menu) และ เมนู ย่อย (Sub menu) เข้าใจง่าย เหมาะสม ทั้งขนาด กราฟิกและตัวอักษร

3. การสังเคราะห์จำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติแล้วต่อยอด

การสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาเมืองด้วยการดึงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาใช้ในการสร้างแบ รนด์ของเมืองเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าที่เสนอให้กับลูกค้า สร้างภาพลักษณ์ และแบรนด์ ของเมืองมี ผลต่อจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด (2561) เมืองท่องเที่ยวชั้นนำระดับโลก ส่วนใหญ่เมืองท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นระดับใดก็ตามมักจะมีการแข่งขัน แย่งชิงนักท่องเที่ยว เมืองมักสร้างกลยุทธ์ในการดึงอัตลักษณ์ของตนเองออกมาใช้ในการสร้างแบรนด์ ของเมืองเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าที่เสนอให้กับลูกค้า (value proposition) อัตลักษณ์ (identity) ภาพลักษณ์ (image) และแบรนด์ (Brand) ของเมืองมีผลต่อจำนวนและคุณภาพของนักท่องเที่ยว เนื่องจากจะมีความเกี่ยวเนื่องต่อการประชาสัมพันธ์ การพัฒนากิจกรรม สินค้าและบริการ รวมถึงการ ออกแบบพื้นที่ในเมือง การออกแบบย่าน พื้นที่สาธารณะ อาคารสถาปัตยกรรม และเฟอร์นิเจอร์

สาธารณะบนถนนและทางเท้า รวมไปถึงองค์ประกอบเชิงออกแบบ เช่น สี เงาม รูปทรง ซึ่งจะสะท้อนอัตลักษณ์และแบรนด์ของเมืองนั้นๆ รวมทั้งนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ต่อไป สีเป็นการสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ การสร้างสีมาใช้ในงานสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดจะก่อให้เกิดความโดดเด่น จดจำง่าย เกิดความร่วมมือมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Print Mag (2019) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มียอง ซอ และ เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง(2560) กล่าวถึง สี เป็นส่วนหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบที่ดีเนื่องจากสีส่งผลต่ออารมณ์ สามารถกระตุ้นความรู้สึก กระตุ้นการตอบสนอง เชื่อมโยงความรู้สึกกับสภาพแวดล้อมในเมืองได้ สร้างการจดจำได้ การสร้างอัตลักษณ์สีและการนำอัตลักษณ์สีมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดให้มีความโดดเด่น จดจำง่าย มีความร่วมมือ นำไปสู่การสร้างงานออกแบบใหม่ต่อยอดงานผลิตภัณฑ์อื่นๆ เฉพาะพื้นที่ได้

1. ด้านเสนอแนะแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษพัทยา พบว่าพัทยา จำเป็นที่จะต้องพัฒนาด้านระบบการออกแบบบริการ เช่น การจองด้านการเดินทาง การทำกิจกรรม ล่องหน้า การจัดทริป หรือสร้างประสบการณ์ ใหม่ทางด้านการท่องเที่ยวด้วยแพลตฟอร์ม ที่นักท่องเที่ยวสามารถจัดการแผนการท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์ได้ด้วยตนเองให้สะดวกมากขึ้น และมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการทริปที่เพิ่มขึ้น เพิ่มการสร้างเทคโนโลยีเสมือนจริงเพื่อให้เกิดการกระตุ้นความต้องการให้เพิ่มขึ้น เพิ่มการพัฒนาด้าน E-Service เพิ่มขึ้น เนื่องจากแนวโน้มความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีการปรับเปลี่ยน ซึ่งสอดคล้อง กับผลวิจัยของ ปานเนตร จันทน์พรัตน์.(2562) กล่าวคือ แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคตมีความสนใจด้าน Wellness มากขึ้น ส่วนใหญ่เน้นท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อพักผ่อนเป็นหลักเน้นพฤติกรรมในการวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น เพราะเทคโนโลยีที่ทันสมัย Application หรือช่องทาง การเข้าถึงที่ครบถ้วน “โดนใจ-ตอบโจทย์” ได้ทุกกลุ่มเป้าหมายเป็นข้อมูลที่มีพลังส่งผลการตัดสินใจ นำไปสู่การโอนเงินจองผ่านระบบล่องหน้า ทิศทางกิจกรรมในอนาคตมักจะเน้นการเปิดประสบการณ์ ใหม่ ทศนใหม่ๆ ซึ่งแนวโน้มการท่องเที่ยวเน้นมิติภายในที่ก่อให้เกิดความสุขทางกายมากยิ่งขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการศึกษาเชิงลึกจำแนกปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกมิติ เช่น ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรมแล้วต่อยอดในการพัฒนาอัตลักษณ์เมือง เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในระดับโลก World Class City
2. ควรมีการนำชุดสีไปต่อยอดและเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สื่อดิจิทัล หรือ

งานด้านออกแบบอื่นๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเมืองพัทยา
ในเชิงบวกต่อไป

6.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการพัฒนานโยบายในด้านการเชื่อมโยงการเดินทางโดยรถสาธารณะให้สะดวกมากขึ้นเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวลดการใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง
2. ควรมีการกำหนดนโยบายในด้านการพัฒนาโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism) เพื่อรองรับและสนับสนุนกิจกรรมด้านสุขภาพให้มากขึ้น และเพิ่มการออกแบบพื้นที่สาธารณะเพื่อคนทั้งมวลให้มากขึ้น
3. ควรมียุทธศาสตร์การยกระดับและออกแบบประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากขึ้น (Wellness Tourism Experience Design)
4. ควรมีการพัฒนานโยบายในด้านการเชื่อมโยงกับการสร้างอัตลักษณ์เมืองเพื่อให้เกิดการจดจำของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นวงกว้าง ควรมียุทธศาสตร์การยกระดับและออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากขึ้น

6.3.3 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ควรมีการศึกษาถึงความพร้อมของผู้ประกอบการเชิงสุขภาพในพื้นที่พัทยาเพื่อทำความเข้าใจถึงธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาด้านระบบมาตรฐาน การออกแบบประสบการณ์เส้นทางการท่องเที่ยว การออกแบบบริการและผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย



(หมายเหตุ: สามารถข้อมูลได้เพิ่มเติมจากคิวอาร์โค้ดหรือลิงค์ URL ด้านล่าง)

URL: <https://shorturl.asia/puMkD>



ภาคผนวก ข
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ



ที่ อว ๘๑๓๗/๙๔๗

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
๑๖๙ ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญบุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการขุขุณินพนธ์ (ฉบับย่อ)
๒. เครื่องมือวิจัย

ด้วยนางสาวประภาพร ร้อยพรมมา รหัสประจำตัวนิสิต ๖๑๘๑๐๐๑๕ นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้รับอนุมัติคำโครงการขุขุณินพนธ์ เรื่อง “นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง เป็นประธานกรรมการควบคุมขุขุณินพนธ์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการเตรียมเครื่องมือการวิจัย นั้น

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอเรียนเชิญบุคลากรในสังกัดของท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรา พิพัฒน์สันติกุล สาขาวิชาเทคนิคศึกษา ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และ ประสบการณ์สูง เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย ทั้งนี้ สามารถติดต่อนิสิตดังรายนามข้างต้น ได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๕-๕๖๔๕๙๑๔ หรือที่ E-mail: prapaporn.r@mail.rmutk.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อทราบและโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

สำเนาเรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรา พิพัฒน์สันติกุล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
โทร ๐๓๘ ๑๐๒ ๗๐๐ ต่อ ๗๐๑, ๗๐๕, ๗๐๗
E-mail: grd.buu@go.buu.ac.th



ที่ อว ๘๑๓๗/๘๔๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
๑๖๙ ถ.สิงหนครบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญบุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการขุขุณิพนธ์ (ฉบับย่อ)
๒. เครื่องมือวิจัย

ด้วยนางสาวประภาพร ร้อยพรพมา รหัสประจำตัวนิสิต ๖๑๘๑๐๐๑๕ นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้รับอนุมัติคำโครงการขุขุณิพนธ์ เรื่อง “นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง เป็นประธานกรรมการควบคุมขุขุณิพนธ์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการเตรียมเครื่องมือการวิจัย นั้น

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอเรียนเชิญบุคลากรในสังกัดของท่าน คือ รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์สูง เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย ทั้งนี้ สามารถติดต่อนิสิต ดังรายนามข้างต้นได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๔๕-๕๖๔๕๕๑๔ หรือที่ E-mail: prapaporn.r@mail.rmutk.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อทราบและโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

สำเนาเรียน รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
โทร ๐๓๘ ๑๐๒ ๗๐๐ ต่อ ๗๐๑, ๗๐๕, ๗๐๗
E-mail: grd.buu@go.buu.ac.th



ที่ อว ๘๑๓๓/๙๔๘

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
๑๖๙ ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๒ มิถุนายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอรียนเชิญบุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครงการขุขุณิพนธ์ (ฉบับย่อ)
๒. เครื่องมือวิจัย

ด้วยนางสาวประภาพร ร้อยพรมมา รหัสประจำตัวนิสิต ๖๑๘๑๐๐๑๕ นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้รับอนุมัติคำโครงการขุขุณิพนธ์ เรื่อง “นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง เป็นประธานกรรมการควบคุมขุขุณิพนธ์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการเตรียมเครื่องมือการวิจัย นั้น

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอรียนเชิญบุคลากรในสังกัดของท่าน คือ ดร.อรวรรณ ประพฤติดี สาขาจิตวิทยาเพื่อการออกแบบ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์สูง เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวิจัย ทั้งนี้ สามารถติดต่อนิสิตดังรายนามข้างต้นได้ที่หมายเลข โทรศัพท์ ๐๙๕-๕๖๔๕๙๑๔ หรือที่ E-mail: prapaporn.r@mail.rmutk.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อทราบและโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

สำเนาเรียน ดร.อรวรรณ ประพฤติดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
โทร ๐๓๘ ๑๐๒ ๗๐๐ ต่อ ๗๐๑, ๗๐๕, ๗๐๗
E-mail: grd.buu@go.buu.ac.th

ภาคผนวก ข
สรุปแบบตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ในงานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการออกแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา” การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC)



(หมายเหตุ: สามารถข้อมูลได้เพิ่มเติมจากคิวอาร์โค้ดหรือลิงค์ URL ด้านล่าง)

<https://shorturl.asia/URoYa>



ภาคผนวก ค

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาโครงการวิจัย

รหัสโครงการวิจัย : G-HU 166/2565

โครงการวิจัยเรื่อง : นวัตกรรมมารอบแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : พื้นที่พิเศษเมืองพัทยา

หัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาวประภาพร ร้อยพรมมา

หน่วยงานที่สังกัด : นิติระดับบัณฑิตศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดภัยอันตรายแก่ตัวอย่างการวิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ (ดูตามเอกสารตรวจสอบ)

- | | |
|--|--|
| 1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ | ฉบับที่ 1 วันที่ 5 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565 |
| 2. เอกสารโครงการวิจัยฉบับภาษาไทย | ฉบับที่ 1 วันที่ 5 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565 |
| 3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 1 วันที่ 5 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565 |
| 4. เอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 1 วันที่ 5 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565 |
| 5. เอกสารแสดงรายละเอียดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | ฉบับที่ 1 วันที่ 5 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565 |
| 6. เอกสารอื่นๆ | ฉบับที่ - วันที่ - เดือน - พ.ศ. - |

วันที่รับรอง : วันที่ 5 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565

วันที่หมดอายุ : วันที่ 5 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2566

ลงนาม

(ดร.พิมลพรรณ เลิศล้ำ)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา
สำหรับโครงการวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา และระดับปริญญาตรี
ชุดที่ 4 (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

ภาคผนวก ค

คู่มือ



(หมายเหตุ: สามารถข้อมูลได้เพิ่มเติมจากคิวอาร์โค้ดหรือลิงค์ URL ด้านล่าง)

<https://n9.cl/vr59t>



ภาคผนวก ข
เอกสารตอบรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการ



Journal of Roi Kaensarn Academi

ศูนย์พัฒนาการเรียนรู้อิสัยใหม่

บก.พัฒนาการเรียนรู้อิสัยใหม่ 141 หมู่ 6 ตำบลบ้านชัย อำเภอบ้านคาง จังหวัดอุดรธานี 41190

โทร. 094-7095636 ID Line. teekapko

27 เมษายน 2567

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความ **Journal of Roi Kaensarn Academi**

เรียน ประภาพร ร้อยพรมมา, เกียรติศักดิ์ เขียวมั่ง และ มียอง ขอ

ตามที่ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ความสนใจและแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยา” เพื่อลงตีพิมพ์บทความใน Journal of Roi Kaensarn Academi E-ISSN 2697-5033 (Online) ซึ่งอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1 โดยการรับรองของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย ตั้งแต่ 1 มกราคม 2565 – 31 ธันวาคม 2567 กองบรรณาธิการได้เสนอบทความต่อคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน (Peer Review) พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ก่อนตีพิมพ์นั้น

ในการนี้ กองบรรณาธิการขอแจ้งให้ท่านทราบว่า บทความของท่านได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน (Peer Review) จากสถาบันที่หลากหลาย และไม่ได้มาจากสถาบันเดียวกันกับผู้เขียนบทความที่เรียบร้อยแล้ว และจะตีพิมพ์ใน Journal of Roi Kaensarn Academi ปีที่ 9 ฉบับที่ 5 ประจำเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

เรียนมาด้วยความนับถือ

(ดร.ธีร์ตันย์ กัปโก)

บรรณาธิการ Journal of Roi Kaensarn Academi

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/index>

QR Code Website Journal of Roi Kaensarn Academi TCI กลุ่ม 1



Journal of Roi Kaensarn Academi

ศูนย์พัฒนาการเรียนรู้อิสระใหม่

บจก.พัฒนาการเรียนรู้อิสระใหม่ 141 หมู่ 6 ตำบลบ้านชัย อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี 41190

โทร. 094-7095838 ID Line. teekapko

21 มิถุนายน 2567

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความ **Journal of Roi Kaensarn Academi**

เรียน ประภาพร ร้อยพรมมา, เกียรติศักดิ์ เขียวมิ่ง และ มียอง ขอ

ตามที่ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์สีเพื่อใช้ในงานออกแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพื้นที่พิเศษพญา” เพื่อลงตีพิมพ์บทความใน Journal of Roi Kaensarn Academi E-ISSN 2697-5033 (Online) ซึ่งอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1 โดยการรับรองของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย ตั้งแต่ 1 มกราคม 2565 – 31 ธันวาคม 2567 กองบรรณาธิการได้เสนอบทความต่อคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน (Peer Review) พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ก่อนตีพิมพ์นั้น

ในการนี้ กองบรรณาธิการขอแจ้งให้ท่านทราบว่า บทความของท่านได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน (Peer Review) จากสถาบันที่หลากหลาย และไม่ได้มาจากสถาบันเดียวกันกับผู้เขียนบทความเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และจะตีพิมพ์ใน Journal of Roi Kaensarn Academi ปีที่ 9 ฉบับที่ 12 ประจำเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

เรียนมาด้วยความนับถือ

(ดร.วีรตัญญ์ กัปโก)

บรรณาธิการ Journal of Roi Kaensarn Academi

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/index>

QR Code Website Journal of Roi Kaensarn Academi TCI กลุ่ม 1

บรรณานุกรม

กระทรวงสาธารณสุข., ก. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (*Medical Hub*) พ.ศ.2560 – 2569.



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	ประภาพร ร้อยพรมมา
วัน เดือน ปี เกิด	4 มิถุนายน 2528
สถานที่เกิด	จังหวัดชุมพร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	3/31 ม.3 บ้านสวนน้ำใสพลัส (เฟส1) ต.บางสมัคร อ.บางปะกง จ. ฉะเชิงเทรา
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ 9 ปี (พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน) (2567) กราฟฟิก ดีไซน์เนอร์ บริษัท ทีพีเอ็น เฟล็กซ์แพค จำกัด หน้าที่รับผิดชอบ: รับผิดชอบดูแลงานออกแบบในบริษัท 1 ปี (พ.ศ. 2557 – 2558) กราฟฟิก ดีไซน์เนอร์ บริษัทดรีม แอปพarel จำกัด (Dream Apparel Company Limited) หน้าที่รับผิดชอบ: ออกแบบเสื้อผ้า รองเท้าและของใช้ ลิขสิทธิ์การ์ตูน ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ในงานโฆษณา และอีเว้นท์ 5 ปี (พ.ศ. 2552 – 2557)
ประวัติการศึกษา	ปริญญาโท ค.อ.ม. (สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปริญญาตรี ศป.บ.(สาขานฤมิตรศิลป์) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รางวัลหรือทุนการศึกษา	ทุนระดับบัณฑิตศึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ประจำปีงบประมาณ 2564