



คณะวิศวกรรมศาสตร์  
และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ดีไซน์เอกโศ วารสารวิชาการด้านการออกแบบ

# DESIGN

# ECHO

Vol.6 No.1 (2025) มกราคม - มิถุนายน 2568

ISSN(Print):2697-4193

ISSN(Online):2773-9325

## วารสารตีพิมพ์ออนไลน์

วารสารตีพิมพ์ออนไลน์ เป็นวารสารเพื่อการออกแบบ ศิลปะและเผยแพร่บทความวิจัยด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ อุตสาหกรรมศิลป์ ศิลปะหัตถกรรม บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวน 3 ท่านต่อหนึ่งบทความ โดยบทความที่พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนี้จะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่น กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง

### ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาถ ตรีวิบูลย์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนมภัทร ไตรระสะ

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
คณบดีคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

### บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญใจ สุขก้อน

### กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง

ศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์

ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิศวรรณกุล

รองศาสตราจารย์ยอดชาย พรหมอินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพิ่มศักดิ์ สุวรรณทัต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพัทธา วรรณภา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญา ครูเกษตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตติมา เสือทอง

ดร.สหภาพ กลีบคำเจียก

ดร.กฤตวิทย์ กฤตมโนรถ

ดร.อภิรักษ์ สุ่มทุมพฤษ

ดร.วีรพล เจียมวิสุทธิ

ดร.ภาณุ พัฒนปณธิพงษ์

ดร.พงษ์ธร เครือฟ้า

ดร.โสภา หนูแดง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกษียณ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยทักษิณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

## กองการจัดการ

ฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม - มิถุนายน, กรกฎาคม - ธันวาคม)

## สำนักพิมพ์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด วินท์ลักษณ์

10/378 หมู่ที่ 7 ตำบลโคกขาม อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 74000

โทรศัพท์ 081 810 1419

## บทบรรณาธิการ

สวัสดีผู้อ่านทุกท่าน สำหรับเล่มเปิดปีที่ 6 ของเรายังคงยึดแนวคิด “Design for Impact” แต่เพิ่มน้ำหนักไปที่ความเชื่อมโยงระหว่างการออกแบบกับวิถีชีวิตจริงของชุมชนและภาคอุตสาหกรรมไทย ซึ่งในฉบับนี้ได้รวบรวมงานวิจัย 6 ชิ้นซึ่งสะท้อนภาพของการออกแบบร่วมสมัย ตั้งแต่นวัตกรรมสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวระดับจังหวัด การสร้างประสบการณ์ผู้ใช้ผ่านสื่อปฏิสัมพันธ์ ไปจนถึงการถอดรหัสกระบวนการสร้างตัวละครดิจิทัลและเกมิฟิเคชัน รวมถึงงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ และการประยุกต์ใช้หลัก “ออกแบบเพื่อทุกคน” ภายใต้กรอบกฎหมายไทยในพื้นที่การศึกษา โดยผลงานทั้งหมด เป็นผลงานวิชาการที่ใช้การออกแบบขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม ไม่ว่าจะเป็นการดึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นมาสร้างคุณค่าเพิ่ม การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยว หรือการตีความข้อกำหนดเพื่อลดอุปสรรคในการเข้าถึงของทุกคน

นอกจากนี้ เรายังมีความยินดีประกาศให้ทราบว่า วารสารดีไซน์เอนเคโคได้รับการจัดให้อยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 2 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว นับเป็นก้าวสำคัญที่ต่อยอดคุณภาพและมาตรฐานสากลของผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารของเรา ทีมบรรณาธิการขอขอบคุณทุกภาคส่วน ทั้งผู้วิจัย คณะผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้อ่าน ที่ร่วมกัน ขับเคลื่อน เว็บไซต์วิชาการแห่งนี้ให้เติบโตอย่างมีคุณภาพทางวิชาการ ซึ่งเราหวังว่าวารสารฉบับนี้จะช่วยจุดประกายแนวคิดใหม่ ๆ และต่อยอดสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงสร้างสรรค์ในวงการออกแบบไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญใจ สุขก้อน

บรรณาธิการวารสารดีไซน์เอนเคโค

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

## สารบัญ

- |   |    |   |
|---|----|---|
| Public relations media design for the Elephant World project for promote tourism in Surin Province.<br><i>Krit Tulvandhana, Naruemon Chueachai, Supatra Lookraks, Duangrat Danthainum</i> | 2  | การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโลกของช้าง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์<br><i>กฤษฏี ตูลวรรธนะ, นฤมล เชื้อชัย, สุภัทรา ลูกรักษ์, ดวงรัตน์ ต่านไถยนำ</i> |
| Interactive Media Design for Support Cultural Tourism Destination at Pak Phli District, Nakhon Nayok Province<br><i>Worapun Surasawadee, Pannat Tanaspansarrat</i>                        | 12 | การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก<br><i>วรพรรณ สุรัสวดี, ปณณณ์ช ธนัทพรพรรัตน์</i>                                   |
| Character Design and Visual Development for LINE Stickers: ‘Yoga Teacher’<br><i>Warakorn Chaitiamvong, Panuwat Sitheechoke</i>  | 21 | กระบวนการออกแบบตัวละครสำหรับสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด “Yoga Teacher”<br><i>วรากร ใช้เทียมวงศ์, ภาณุวัฒน์ สิทธิโชค</i>   |
| Design of a Gamification-Based Game to Promote Cultural Tourism: A Case Study of Nan<br><i>Nattakamol Toongsuwan, Wichai Yothawong</i>  | 33 | แนวทางการออกแบบเกมพีเคชั่นต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาจังหวัดน่าน<br><i>ณัฐกมล ถุงสุวรรณ, วิชัย โยธาวงศ์</i>  |
| Study and develop handwoven cotton products of Pha Tho Mue Ban Han Sai group Han Sai Subdistrict, Aranyaprathet District, Sa Kaeo Province<br><i>Thanang Chankitchunyo</i>                | 44 | ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว<br><i>ธันง ชาญกิจชญ์โย</i>   |
| Application of Thai legal requirements to universal design: A Case Study of Fine and Applied Arts Auditorium, RMUTT<br><i>Sridara Tipian, Boonrueng Somprajob</i>                         | 59 | การประยุกต์ใช้ข้อกำหนดไทยด้านการออกแบบเพื่อทุกคน กรณีศึกษาห้องศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี<br><i>ศรีดาราทิเพียร, บุญเรือง สมประจบ</i>                   |

## การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโลกของช้าง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์

กฤษฎี ทุลวรรณนะ<sup>1</sup>, นฤมล เชื้อชัย<sup>2</sup>, สุภัทรา ลูกรักษ์<sup>3</sup>, ดวงรัตน์ ด่านไธยนา<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> สาขาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: <sup>1</sup>Krit.tu@ssru.ac.th

Received: Nov 25, 2024

Revised: Apr 25, 2025

Accepted: May 07, 2025

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งโครงการโลกของช้างนั้นเป็นสถานที่ที่มีการให้ความรู้เกี่ยวกับช้างและวัฒนธรรมชาวกูยเลี้ยงช้างที่มีมาช้านาน โครงการโลกของช้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้างแบบครบวงจร อย่างไรก็ตามเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ลดความนิยมลงจากนักท่องเที่ยว ทำให้ขาดรายได้ในการเลี้ยงดูช้าง งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมดำเนินการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการลงสำรวจพื้นที่รวมถึงการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภายในโครงการ จำนวน 1 คน และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากร จำนวน 113 คน

สรุปผลการวิจัยการเก็บข้อมูลพบว่า การนำเสนอเรื่องการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับโครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวกูยเลี้ยงช้าง 1.จังหวัดสุรินทร์ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง คือ ช้าง คิดเป็นร้อยละ 37.9 และเทศกาลงานช้าง คิดเป็นร้อยละ 21.8 2.บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวในโครงการโลกของช้าง คือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 61.1 และตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 31.9 3.ช่องทางการสื่อสารที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักโครงการโลกของช้าง คือ สื่อโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 43.2 และคนรอบตัวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 20.7 4.ในความคิดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเสน่ห์ของช้างไทย คือ ความน่ารักแสนซน คิดเป็นร้อยละ 65.5 และความเฉลียวฉลาด คิดเป็นร้อยละ 20.4 5.การท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้างที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง คือ เรียนรู้วิถีชีวิตของคนและช้าง คิดเป็นร้อยละ 60.2 และการทำกิจกรรมร่วมกับช้าง คิดเป็นร้อยละ 20.4 ส่วนที่ 2 ผลวิจัยที่ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลวิจัยพบว่า 1.ตราสัญลักษณ์ในการนำไปใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ Combination Mark คิดเป็นร้อยละ 61.9 และอันดับสอง คือ Mascot Mark คิดเป็นร้อยละ 20.4 2.ตัวอักษรที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ ตัวอักษรแบบไม่มีหัว / ไม่มีเชิง (Sans Serif) คิดเป็นร้อยละ 47.8 และอันดับสอง ตัวอักษรแบบมีหัว / มีเชิง (Serif) คิดเป็นร้อยละ 28.3 3.บุคลิกภาพสีที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ Natural (เป็นธรรมชาติ) คิดเป็นร้อยละ 15.9 และอันดับสอง Friendly (เป็นมิตร) คิดเป็นร้อยละ 10.2 4. ภาพประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง ภาพประกอบแบบกราฟิก คิดเป็นร้อยละ 66.4

**ความสำคัญ :** การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์, ชาวกูยเลี้ยงช้าง, ส่งเสริมการท่องเที่ยว

## Public relations media design for the Elephant World project for promote tourism in Surin Province.

Krit Tulvandhana<sup>1</sup>, Naruemon Chueachai<sup>2</sup>, Supatra Lookraks<sup>3</sup>,  
Duangrat Danthainum<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Graphic and Multimedia Design, Engineering and Industrial Technology,  
Suan Sunandha Rajabhat University  
Email: <sup>1</sup>Krit.tu@ssru.ac.th

Received: Nov 25, 2024

Revised: Apr 25, 2025

Accepted: May 07, 2025

### Abstract

The Elephant World Project is a tourism destination that provides knowledge about elephants and the traditional culture of the Kuy people, who have been raising elephants for generations. It is considered a comprehensive elephant tourism attraction. However, in recent years, its popularity has declined, leading to a loss of income necessary for elephant care. This research aims to study and develop effective promotional media to boost tourism. A mixed-methods approach was used, combining qualitative data collection through field surveys and interviews with one project staff member, and quantitative data gathered via questionnaires from 113 participants. Part 1: Analysis of Tourism Behavior 1. When thinking of Surin Province, most respondents associated it with elephants (37.9%) and the Elephant Festival (21.8%) 2. The primary decision-makers for visiting the Elephant World Project were family members (61.1%) and individuals themselves (31.9%) 3. The most common way respondents learned about the project was through social media (43.2%), followed by recommendations from friends and family (20.7%) 4. The most appealing qualities of Thai elephants, according to respondents, were their playful and adorable nature (65.5%) and their intelligence (20.4%) 5. The most preferred elephant-related tourism activities were learning about the way of life of people and elephants (60.2%) and participating in activities with elephants (20.4%). Part 2: Findings on Promotional Media Design 1. The most preferred logo design style was the Combination Mark (61.9%), followed by the Mascot Mark (20.4%) 2. The most suitable font style for promotional materials was Sans Serif (47.8%), followed by Serif (28.3%) 3. The most appropriate color theme for the design was Natural (15.9%), followed by Friendly (10.2%) 4. The preferred illustration style was Graphic Illustration (66.4%).

**Keywords :** Media for Public Relations, Kui people raise elephants, Promote tourism

## บทนำ

โลกของช้าง (Elephant World) อยู่ในหมู่บ้านตากกลาง ตำบลกระโพ อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่บนพื้นที่ 500 ไร่ เป็นสถานที่ เป็นศูนย์การเรียนรู้คชศึกษาเกี่ยวกับช้างแบบครบวงจร สำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาจะได้รับ ความตื่นตาตื่นใจ ไม่ว่าจะมองไปทางไหนภายใน หมู่บ้านจะมีช้างอยู่ร่วมชายคาบ้านเกือบทุกหลัง เปรียบเสมือนสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว ทำให้ ได้รับประสบการณ์ที่ได้ใกล้ชิดกับช้าง เรียนรู้วิถี ชีวิต และการเป็น ความผูกพันกับช้างแบบใกล้ชิด นอกจากนั้นแล้วสภาพแวดล้อมยังมีความเป็น ธรรมชาติ มีสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่น ที่นี่ ยังคงมีกิจกรรมที่น่าสนใจและความสนุกให้กับ นักท่องเที่ยว ทั้งการโชว์ช้างแสนรู้ พาเหรดช้าง ช้างปาลูกโป่ง ช้างวาดภาพ ช้างนวด ช้างชู้ตบาส และการนั่งวงช้าง นอกจากการแสดงแล้วผู้เข้า ชมสามารถให้อาหารช้าง และร่วมสนับสนุน ภาพวาดของช้างกลับไปเป็นที่ระลึกอีกด้วย และมีการแสดงทุกวัน วันละ 2 รอบ 10.30 น. และ 14.30 น. ไม่เว้นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุด นักชดถุกซ์ หรือจะเป็นพาช้างเล่นน้ำที่วังทะเล เป็นสายน้ำที่แวดล้อมไปด้วยป่าที่มีขนาดใหญ่ ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทางธรรมชาติ และความ หลากหลายทางชีวภาพ อีกทั้งยังเป็นที่อยู่อาศัยของ ช้างในหมู่บ้านยามเย็น กิจกรรมช้างแท๊กซี่และนั่ง รถชมชนชาวช้าง ที่จะพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถี ชีวิตภายในโครงการและภายในหมู่บ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ โครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ แห่งนี้เป็นอีกแหล่งเรียนรู้และ ศูนย์อนุรักษ์ เกี่ยวกับช้างที่คุ้มค่าแก่การมาเยือน และมีการ พัฒนาโครงการอยู่ตลอดเวลา ควรได้รับการ อนุรักษ์ไว้เพื่อให้คนรุ่นหลังได้รู้จักสถานที่แห่งนี้ (Sirivechkul, 2018). แต่ด้วยตัวสถานที่นั้นอยู่ใน พื้นที่ชนบท และการทำสื่อประชาสัมพันธ์อาจจะ ยังไม่มีความน่าสนใจมากนัก ยังไม่มีเอกลักษณ์

มากพอ จึงได้เกิดแนวทางในงานออกแบบที่จะทำ สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและ ออกแบบให้ดูทันสมัย โน้มน้าวใจนักท่องเที่ยว และมีประโยชน์ต่อการเป็นคู่มือในการแนะนำ สถานที่ บอกข้อมูลความสำคัญของสถานที่นี้ ใน รูปแบบที่ดูน่าสนใจและเข้าใจง่าย

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เป็นช่องทาง ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร สร้างภาพลักษณ์และ ทัศนคติที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว โดยการ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้าง แรงจูงใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาชม ศูนย์อนุรักษ์ (ภัทรวรรณญา เศรษฐสุนนท์วิมล, 2562). การท่องเที่ยวเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะช่วย ให้ชุมชนชาวกูย และหมู่บ้านช้างในตำบล กระโพ จังหวัดสุรินทร์นั้น เป็นที่รู้จักได้มากขึ้น ช่วยให้ สังคมตระหนักถึงความสำคัญของอัตลักษณ์ชุมชน ที่ ค่อย ๆ เลือนหายไปตามกาลเวลา อีกทั้งยัง ช่วยส่งเสริมและสร้างรายได้ให้คนในชุมชน ทำให้ ความผูกพันได้อาศัยอยู่ในถิ่นกำเนิดของตน (ภูวตล สุวรรณบุตร, 2560)

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงประโยชน์ของการทำวิจัย การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว โลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ เพื่อ ต้องการประชาสัมพันธ์ให้กับสถานที่และกิจกรรม ภายในโครงการให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างไม่ใช่เพียง แค่นักคนในจังหวัด เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับ คนพื้นที่ ทั้งยังสามารถเผยแพร่ความงดงามของ สถานที่แห่งออกไปสู่โลกกว้างยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและแนวทางในการนำเสนอสื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวกูยเลี้ยงช้าง จังหวัด สุรินทร์ ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อกระตุ้น เศรษฐกิจให้กับคนในชุมชน

2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ

### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### หมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

กลุ่มชนชาวกูย เป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งในประเทศไทย ซึ่งอาศัยหนาแน่นในพื้นที่ภาคอีสานตอนล่างโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ อุบลราชธานีและสระแก้ว บางส่วน คำเรียกขานว่า “กูย” “กุย” หรือ “กวย” เป็นการออกเสียงที่แตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่นและยังจำแนกชื่อเรียกตามวิถีชีวิต อาทิ กูยขร หมายถึง ชาวกูยที่ประกอบอาชีพทำนา กูยแฉก หมายถึง กลุ่มชาวกูยที่ประกอบอาชีพตีมีดและกูยอะจิง หรือ กูยอาเจียง คือ ชาวกูยที่ประกอบอาชีพเลี้ยงช้าง (ภูวดล สุวรรณบุตร, 2560)

#### การส่งเสริมการท่องเที่ยว

เป็นกระบวนการใช้ประโยชน์จากต้นทุนทรัพยากรในพื้นที่หรือบริเวณที่มี คุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า หรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถ สะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือ ขนบธรรมเนียมประเพณี (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556)

### การออกแบบอัตลักษณ์ (Corporate Identity Design)

หมายถึง หลักเกณฑ์ทางวัฒนธรรมและมนุษย์บนโลกที่สรุปความหมายในการเป็นตัวตนของตนเอง โดยเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมใน 3 ระดับ คือ ความเป็นปัจเจก ความเป็นกลุ่มและความเป็นสังคม โดยอาศัยการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยง (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2559) โดยอาศัยองค์ประกอบของกราฟิก เช่น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ภาพประกอบ ฯลฯ อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย การออกแบบอัตลักษณ์ (Corporate Identity Design) หมายถึง การนำองค์ประกอบต่างๆ ทางเรขาคณิต เช่น ภาพ ตัวอักษร สี ฯลฯ นำมาออกแบบเป็นตราสัญลักษณ์ เพื่อสื่อสารความหมายของสินค้าและบริการ ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และสร้างการจดจำ (ชลิดา รัชตะพงศ์ธร, 2565)

#### ตราสัญลักษณ์ (Logo)

ความหมายของตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ (Logo) มาจากคำว่า Logotype หมายถึง สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ตัวแทน หรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งที่บ่งบอก ประเภท รูปแบบ หรือรูปพรรณสัณฐานของสิ่งที่เป็นเจ้าของสัญลักษณ์ หรือโลโก้ นั้น ๆ ดังนั้นจึงมีความหมายอย่างมากต่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งตราสัญลักษณ์จะเป็นตัวช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือ หรือเป็นที่จดจำของกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภคต่อองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประเภทของตราสัญลักษณ์ประกอบไปด้วย

1. Monogram หรือ Lettermarks ใช้กับแบรนด์ที่มีชื่อยาว และต้องการย่อให้สั้น โดยใช้ตัวย่อมาประกอบเป็นชื่อใหม่ ที่มีจำนวนตัวอักษรไม่มาก อ่านและจำได้ง่าย โดยเน้นออกแบบให้

ตัวอักษรที่มีลักษณะพิเศษที่ต่างจากตัวอักษรทั่วไป เพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์และเพิ่มการจดจำ

2. **Wordmarks** หรือ **Logotypes** ใช้ชื่อแบรนด์มาตั้งเป็นโลโก้ โดยชื่อแบรนด์จะมีความสั้นและแปลกใหม่ในตัวเองอยู่แล้ว โดยไม่แน่ใจว่าจะต้องมีความหมายหรือใหม่ และจะเน้นออกแบบตัวอักษรให้มีความโดดเด่นเพื่อความเป็นเอกลักษณ์และจดจำได้ง่ายเช่นกัน

3. **Pictoriact marks** หรือ **Logo symbols** เป็นโลโก้ที่เราอุปสิ่งของที่มีอยู่แล้วเอามาเป็นตัวแทนของแบรนด์ ไม่มีตัวอักษรประกอบ อาจออกแบบเพิ่มเติมเพื่อทำให้มีจุดสังเกตที่แตกต่างไปจากเดิมเล็กน้อยแต่สามารถจดจำได้ง่าย โดยรูปที่นำมาใช้อาจเกี่ยวข้องกับมีนัยยะสำคัญเชิงลึกเกี่ยวกับแบรนด์ และมักใช้โลโก้ลักษณะนี้กับแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้ว

4. **Abstract marks** โลโก้ที่นำสัญลักษณ์หรือรูปของสิ่งที่มีอยู่แล้ว มาออกแบบประกอบกันให้เป็นรูปใหม่ที่สื่อถึงแบรนด์ผ่านการออกแบบรูปร่าง สีและลายเส้นได้อย่างเต็มที่ จนเกิดเป็นรูปร่างใหม่ที่มีเอกลักษณ์และไม่ซ้ำใคร

5. **Mascots** โลโก้ที่ใช้ตัวการ์ตูนมาเป็นตัวแทน โดยมากมักออกแบบเป็นรูปร่างคน เพื่อสื่อถึงความเข้าถึงง่าย เป็นมิตร และเข้าได้กับทุกเพศทุกวัย มักใช้กับแบรนด์ที่มีความขี้เล่นและมีความครอบครวสูงมากกว่าแบรนด์ที่เน้นความหรูหรา ซบซ้อน หรือเชิงสังคมมากๆ และสิ่งที่สำคัญเมื่อออกแบบโลโก้เป็นตัวการ์ตูนจะมีรายละเอียดบางอย่างที่อาจหายไปเมื่อถูกพิมพ์ลงในบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก จะไม่สามารถเก็บรายละเอียดได้ครบเท่ากับโลโก้แบบอื่น ๆ

6. **The Combination marks** โลโก้ที่นำรูปภาพและตัวอักษรของชื่อแบรนด์มารวมกัน อาจวางข้างกัน ด้านบน ด้านล่าง หรือนำมาออกแบบรวมกันเป็นหนึ่งเดียว จุดเด่นคือสามารถ

มองเห็นรูปและชื่อไปได้พร้อมกันทำให้จำได้ทั้งชื่อและรูปได้ง่ายขึ้น

7. **The Emblem** โลโก้ที่มีความเป็นตราสัญลักษณ์ มักมีกรอบวงกลม สีเหลี่ยม หรือรูปได้ และมีรายละเอียดด้านในเป็นรูปภาพและตัวอักษรที่ซับซ้อน มักเจอได้ในโลโก้สโมสรและโลโก้โรงเรียน สื่อถึงความมั่นคง หนักแน่น สุขุมและคลาสสิก แต่ข้อเสียเมื่ออยู่ในพื้นที่เล็กๆ รายละเอียดก็จะมองไม่เห็นได้ ทางแก้คือออกแบบให้มีความซับซ้อนน้อยที่สุดและยังคงความกรอบไว้ให้ได้

### ตัวอักษร (Typography)

Typography เปรียบเสมือนตัวแทนการสื่อสาร และส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์นั้น ๆ ที่จะสื่อสารไปยังผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายหลักของเราให้สามารถจดจำภาพลักษณ์แบรนด์ของเราได้ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกใช้ฟอนต์ที่เหมาะสมกับผู้ใช้ และแบรนด์ของตนเอง (Brand Identity)

รูปแบบของตัวอักษร คือ ตัวอักษรที่เราใช้งานกันอยู่ในปัจจุบันจะแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ **Serif** เป็นตัวอักษรแบบมีเชิงหรือมีฐาน อยู่ตรงปลาย, **San Serif** จะไม่มีฐานตรงส่วนปลาย, **Antique** เป็น Font ประดิษฐ์แบบโบราณ และ **Script** เป็น Font ที่มีลักษณะเหมือนลายมือ ทั้งลายมือแบบเป็นทางการและลายมือหวัด ๆ เหมือนลายมือเขียน

ตัวอักษรแบบเซอรัฟ (Serif) บางครั้งเรียกว่าตัวมีเชิง มีความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร ในอดีตนิยมสำหรับการพิมพ์ข้อความยาว ๆ เนื่องจากอ่านได้ง่ายกว่าตัวอักษรไม่มีฐาน จะดูเป็นระเบียบ เป็นทางการ เหมาะจะใช้ในงานที่เป็นทางการ และต้องการความน่าเชื่อถือมาก ๆ

ตัวอักษรแบบแซนด์เซอร์ริฟ (San Serif) จะอ่านง่าย ดูทันสมัยมากกว่าแบบอื่น ๆ เหมาะจะใช้ในงานที่ต้องการความทันสมัยออกแนวไม่เป็นทางการมากนัก เป็นตัวพิมพ์ที่ไม่มีฐาน ส่วนใหญ่มีความหนาบางเท่ากันทุกตัวอักษร แต่ตัวอักษรที่มีความหนาบางไม่เท่ากันจะเรียกว่าตัวอักษรกอธิกส์ เป็นตัวอักษรที่อ่านยากกว่าตัวอักษรมีฐาน จึงนิยมใช้ในการพาดหัว แต่ด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์ในปัจจุบัน เราจึงเห็นตัวพิมพ์นี้ในข้อความที่ต่อเนื่อง เช่น ฟอนต์ Helvetica, Arial, Univers เป็นต้น

### การออกแบบภาพประกอบ

“ภาพประกอบ” หรือ “Illustration” มีความหมายที่กว้างมาก อาจเป็นภาพลายเส้น ภาพเขียน ภาพถ่าย ภาพเทคนิคต่าง ๆ ที่นำมาประกอบนวนิยาย เรื่องสั้น สารคดี แผ่นพับ โปสเตอร์ต่าง ๆ และอื่น ๆ ภาพประกอบซึ่งมี ผู้ที่นิยามความหมายไว้หลายความหมายได้ ดังนี้ (มานิต มานิตเจริญ, 2520)

1. ภาพประกอบ หมายถึง รูปที่ลงคู่กับเรื่องราวเพื่อให้เห็นเรื่องราวชัดเจนขึ้น (มานิต มานิตเจริญ, 2520)
2. ภาพประกอบ หมายถึง ภาพวาดขึ้นหรือนำมาแสดงเพื่อประกอบเรื่อง (ราชบัณฑิตสถาน, 2538)
3. Illustration หมายถึง การแสดงให้เห็นการอธิบาย ประกอบด้วยตัวอย่าง หรือภาพ การเขียน ภาพประกอบ
4. Illustration หมายถึง รูปภาพในหนังสือ ฯลฯ การแสดงให้เห็นบางสิ่งบางอย่างด้วยรูปภาพ

### ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือ ที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่

ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ส่วนกิจกรรมประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์สามารถนำกิจกรรมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงได้เพื่อให้เกิด Talk of the town เป็นสิ่งสำคัญ คือนักประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างกระแสให้เกิดขึ้นให้ได้ เพื่อส่งผลให้ได้รับ การเผยแพร่ในวงกว้าง

ความสำคัญของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1. เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
2. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยได้แบ่งขั้นตอนการดำเนินงานไว้ดังต่อไปนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่

#### ข้อมูลปฐมภูมิ (ข้อมูลภาคสนาม)

1) ศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องด้านข้อมูลเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์และความเป็นมาของโครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์

2) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามกลุ่มประชากร กลุ่มวัยทำงาน ตอนต้น บุคคลทั่วไป เพศชาย เพศหญิง และเพศทางเลือก ที่มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี

#### ข้อมูลทุติยภูมิ (ข้อมูลภาคเอกสาร)

1) ศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลความเป็นมา และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์

2) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้อง

3) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ตราสัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพประกอบ

4) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

## ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลภาคปฐมภูมิและทุติยภูมิ

เพื่อหาแนวทางของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์

### ขั้นตอนที่ 3 การสร้างเครื่องมือวิจัย

1) แบบสอบถาม จากกลุ่มประชากร ในช่วงอายุประมาณ 25-35 ปี

2) แบบสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ศูนย์คชศึกษาและผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 4 การนำผลวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลงานในรูปแบบต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 5 การนำเสนอผลงานการออกแบบและผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวกูยเลี้ยงช้าง 1.จังหวัดสุรินทร์ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง คือ ช้าง คิดเป็นร้อยละ 37.9 และเทศกาลงานช้าง คิดเป็นร้อยละ 21.8 2.บุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวในโครงการโลกของช้าง คือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 61.1 และตัวเอง คิด

เป็นร้อยละ 31.9 3.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ทำให้รู้จักโครงการโลกของช้าง คือ สื่อโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 43.2 และครอบครัวแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 20.7 4.ในความคิดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าเสน่ห์ของช้างไทย คือ ความน่ารักแสนซน คิดเป็นร้อยละ 65.5 และความเฉลียวฉลาด คิดเป็นร้อยละ 20.4 5.การท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้างที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง คือ เรียนรู้วิถีชีวิตของคนและช้าง คิดเป็นร้อยละ 60.2 และการทำกิจกรรมร่วมกับช้าง คิดเป็นร้อยละ 20.4

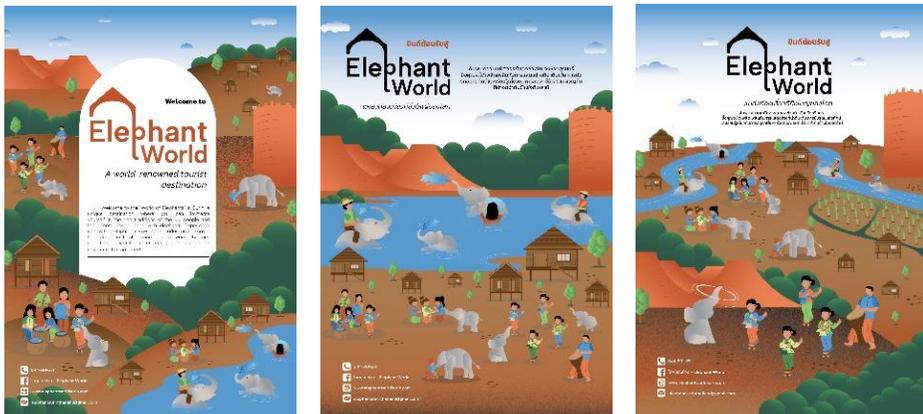
**ส่วนที่ 2** ผลวิจัยที่ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ด้านการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลวิจัยพบว่า 1) ตราสัญลักษณ์ในการนำไปใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ Combination Mark คิดเป็นร้อยละ 61.9 และอันดับสอง คือ Mascot Mark คิดเป็นร้อยละ 20.4 2) ตัวอักษรที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ ตัวอักษรแบบไม่มีหัว / ไม่มีเชิง (Sans Serif) คิดเป็นร้อยละ 47.8 และอันดับสอง ตัวอักษรแบบมีหัว / มีเชิง (Serif) คิดเป็นร้อยละ 28.3 3) บุคลิกภาพสีที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือ Natural (เป็นธรรมชาติ) คิดเป็นร้อยละ 15.9 และอันดับสอง Friendly (เป็นมิตร) คิดเป็นร้อยละ 10.2 4) ภาพประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบที่เหมาะสม อันดับหนึ่ง ภาพประกอบแบบกราฟิก คิดเป็นร้อยละ 66.4

จากผลวิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ว่า ภาพหลัก (Key Visual) ที่เป็นองค์ประกอบทางการออกแบบเพื่อใช้ในงาน ควรเป็นภาพประกอบกราฟิกให้สื่อสารเรื่องราวความเป็นหมู่บ้านช้าง และบุคลิกภาพสีให้มีความธรรมชาติเข้าถึงได้ง่ายของโครงการโลกของช้าง

# Elephant World

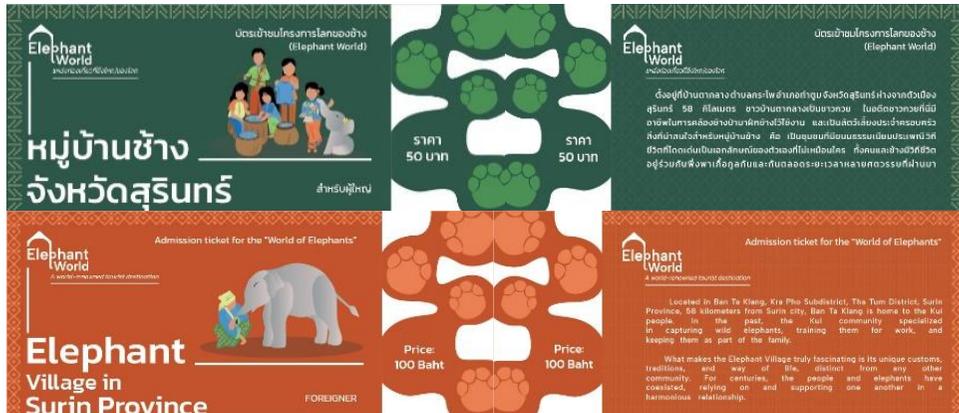
รูปที่ 1 ตราสัญลักษณ์ (Logo)  
ที่มา : ผู้วิจัย

ผลวิจัยที่ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตราสัญลักษณ์เหมาะสม อันดับหนึ่ง คือรูปแบบ Combination Mark ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยการนำคำว่า Elephant world มาออกแบบผสมผสานกับภาพบ้านช้าง ที่เป็นสถาปัตยกรรมของโครงการโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ในรูปแบบของ ตราสัญลักษณ์แบบ Combination Mark



รูปที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านช้างชาวกูย  
ที่มา : ผู้วิจัย

การทำภาพประกอบที่สามารถเล่าเรื่องราวของหมู่บ้านช้าง และความเป็นอยู่วิถีชีวิตของคนและช้างที่อยู่ร่วมกันเหมือนคนในครอบครัว สำหรับโทนสีจะเน้นไปทางความเป็นธรรมชาติให้ดูมีความเป็นพื้นถิ่นของความเป็นชนบทของในหมู่บ้าน



รูปที่ 3 ตัวสำหรับการเข้าชม  
ที่มา: ผู้วิจัย

### สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับโครงการโลกของช้าง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามขั้นตอนของงานวิจัย โดยศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้เครื่องมือในการทำการวิจัยคือแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ซึ่งจากผลสรุปของวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาและแนวทางในการนำเสนอสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวภูเยี่ยงช้าง จังหวัดสุรินทร์ ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับคนใน โดยผู้คนนึกถึงช้าง การท่องเที่ยวเกี่ยวกับช้าง เป็นอันดับแรกเมื่อผู้ถึงชาวภูเยี่ยงจังหวัดสุรินทร์ 2) เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับโลกของช้าง จังหวัดสุรินทร์ ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจสื่อประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ออกแบบ ตราสัญลักษณ์ ชุดสีตัวอักษร ภาพประกอบ เพื่อนำไปใช้ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อโปสเตอร์ (Poster) แผ่นพับ (Brochure) สื่อให้ข้อมูล (Infographic) แผนที่ (Map) ตั๋วเข้าชม (Ticket) สายรัดข้อมือ (Wristband) เพื่อเพิ่มแรงจูงใจและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มาเข้าชมโครงการโลกของช้าง

เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับคนพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ต่อไป

### References

- Chalida Ratchataphongthon. (2022). The design of the numeral art of a 100-year-old ancient goldsmith's house on the bank of Bang Raonok Canal, Bang Kruai District, Nonthaburi Province. *Rajabhat Phranakhoon Research Journal, Humanities and Social Sciences*, 17(1), 197-218.
- Krairiksh Pin Kaew. (2013). *Cultural tourism destinations*. Retrieved from <http://tourism-dan1.blogspot.com>
- Manit Manitcharoen. (1977). *Thai Dictionary* (6th printing). Bangkok: Teachers Council Printing House.
- Phatwaranya, S. (2019). *Factors of Tourism Public Relations Media Exposure on Travel DecisionMaking of Thai Tourists Living in Bangkok*. Bangkok University.

- Phuwadon, S. (2017). *A Cultural Media Design Project Related to Kuay Elephants in Surin Province*. Silpakorn University.
- Sirivechkul, N. (2018). *A Case Study on Social Development of the Kuay People in Ban Ta Klang, Tha Tum District, Surin Province*. National Cultural Commission Office. Anek Nawikamon & Thongchai Likhitpornawan. (2020). "Surin Province Picture Book."
- Surapong Sodhanasathian. (2016). *Communication theory* (3rd ed.). Rabianthong Printing House. Burke, P. J., & Reitzes, D. C. (1991). An identity theory approach to commitment. *Social Psychology Quarterly*, 54(3), 239–251. <https://doi.org/10.2307/2786653>

# การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก

วรพรรณ สุรัสวดี<sup>1</sup>, ปณณณ์ช รัตนพรชัยรัตน์<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

อีเมล : <sup>1</sup>worapun@pnru.ac.th

Received: Feb 07, 2025

Revised: Feb 24, 2025

Accepted: Feb 27, 2025

## บทคัดย่อ

นครนายกเป็นหนึ่งในเมืองรองที่มีแผนพัฒนาจังหวัดนครนายก (พ.ศ. 2566-2570) ที่ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ วัฒนธรรม การบริการและการประชุมที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ โดยแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกมีหลากหลาย ทั้งท่องเที่ยวธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรม หนึ่งในวัฒนธรรมที่น่าสนใจคือ “ไทยพวน” เป็นชื่อเรียกคนพวนที่อพยพมาจากเมืองเชียงขวาง ประเทศลาว มาตั้งถิ่นฐานตามจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย โดยมีส่วนหนึ่งอาศัยอยู่ในอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจทั้งวิถีชีวิต การแต่งกาย ภาษา อาหาร และประเพณีจากการลงพื้นที่ ผู้วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ารับบริการโดยไม่มีกรณัดหมายล่วงหน้าจะได้รับข้อมูลค่อนข้างจำกัด แม้ว่าจะมีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไว้หลายรูปแบบทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ แต่ชุมชนยังขาดสื่อปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ที่ให้ข้อมูลและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ด้วยสื่อปฏิสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในการผสมผสานสื่อหลายประเภท เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความเสียงหรือการทำกิจกรรมร่วม หากออกแบบเนื้อหาที่มีคุณภาพจะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม ความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เพื่อสร้างสื่อปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการ โดยสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน พร้อมทั้งออกแบบต้นแบบแบบมีส่วนร่วมเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ผลลัพธ์พัฒนามาเป็นมาสคอตที่เป็นตัวแทนชุมชน โดยได้แรงบันดาลใจจากพิธิสุดเสื้อสุทผ้า ศาลปูดอันเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำชุมชน เครื่องใช้และเครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน ประกอบกับดอกสุพรรณิการ์ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครนายก โดยนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูลชุมชน รวมถึงสามารถเผยแพร่เพื่อเพิ่มการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว

**คำสำคัญ:** สื่อปฏิสัมพันธ์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ไทยพวน

## Interactive Media Design for Support Cultural Tourism Destination at Pak Phli District, Nakhon Nayok Province

Worapun Surasawadee<sup>1</sup>, Pannat Tanaspansarrat<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Faculty of Humanities and Social Sciences Phranakhon Rajabhat university

Email: <sup>1</sup>worapun@pnru.ac.th

Received: Feb 07, 2025

Revised: Feb 24, 2025

Accepted: Feb 27, 2025

### Abstract

Nakhon Nayok is one of the secondary cities with a provincial development plan (2023-2027) that promotes and develops eco-tourism, health tourism, cultural tourism, services, and standardized conferences, including public relations. The tourist attractions in Nakhon Nayok are diverse, encompassing both natural and cultural tourism. One of the interesting cultural aspects is "Thai Phuan," which refers to Phuan people who migrated from Xieng Khouang, Laos, and settled in various provinces in Thailand. Some of them reside in Pak Phli District, Nakhon Nayok Province, with interesting cultural elements including lifestyle, dress, language, food, and traditions.

From field research, the researcher found that walk-in tourists receive limited information despite the availability of various tourism promotional materials in both print and online media. However, the community lacks interactive media on-site that provides information and creates new tourism experiences. Interactive media is effective in combining multiple media types such as still images, animations, text, sound, or participatory activities. Quality content design would help attract more visitor attention.

Therefore, the researcher is interested in studying the identity, traditions, culture, and needs of Thai Phuan ethnic group and tourists in Pak Phli District, Nakhon Nayok Province, to create interactive media that aligns with their needs. The study involved surveying community problems and needs, along with participatory prototype design to reflect community identity. The result was developed into a community mascot inspired by the Suet Suea Suet Pha ceremony, the community's sacred shrine (San Pu Ta), traditional tools and clothing unique to Thai Phuan people, along with the Yellow Cotton Tree flower, which is the provincial symbol of Nakhon Nayok. These elements were applied with Augmented Reality (AR) technology to enhance information presentation and community data accessibility, as well as enable sharing to increase tourist awareness.

**Keywords :** Interactive Media, Cultural Tourism, Thai Phuan

## บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยและชุมชนเป็นอย่างมาก ได้ซบเซาลงเนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แต่เมื่อสถานการณ์เริ่มดีขึ้น นักท่องเที่ยวจึงเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นแต่พฤติกรรมและรูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไทยต่อครั้งมีจำนวนลดลงเนื่องจากภาวะเงินเฟ้อ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ (One-day trip) เพื่อลดค่าที่พักหรือลดจำนวนวันในการท่องเที่ยว และมีแนวโน้มเที่ยวเมืองรองที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าเมืองหลักเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี, 2566)

นครนายกเป็นหนึ่งในเมืองรองที่มีแผนพัฒนาจังหวัด (พ.ศ. 2566-2570) มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สุขภาพ และวัฒนธรรม พร้อมยกระดับมาตรฐานการบริการและการประชาสัมพันธ์ จังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมไทยพวน เป็นชนกลุ่มที่อพยพมาจากเมืองเชียงขวาง ประเทศลาว มาตั้งถิ่นฐานในหลายจังหวัดของไทย สำหรับในจังหวัดนครนายก ชาวไทยพวนอาศัยอยู่ในตำบลหนองแสง เกาะโพธิ์ ท่าเรือ และเกาะหวาย โดยยังคงรักษาวิถีชีวิตเกษตรกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งด้านการแต่งกาย ภาษา อาหาร และประเพณีแบบดั้งเดิมไว้

การส่งเสริมการท่องเที่ยวครอบคลุมการสื่อสารทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูล และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวและการบริหารองค์กร มีการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลระยะที่สอง (พ.ศ. 2566-2570) โดยมีเป้าหมายให้มีเครื่องมือทาง

การตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยการส่งมอบคุณค่าและประสบการณ์ การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว

ปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบวิดีโอ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยว แม้จะมีสื่อหลากหลายรูปแบบแต่ยังขาดสื่อปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ที่สามารถให้ข้อมูล สร้างแรงจูงใจ และมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่แก่นักท่องเที่ยว โดยสื่อปฏิสัมพันธ์นี้มีเอกลักษณ์ในการผสมผสานสื่อหลากหลายประเภท ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ เสียง และกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการโต้ตอบ ซึ่งการออกแบบเนื้อหาที่มีคุณภาพและหลากหลายจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก โดยบูรณาการแนวคิดการออกแบบมาพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์ เพื่อนำเทคโนโลยีมาส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ข้อมูล และสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในการเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น

## แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ชุมชนชาวไทยพวน ลาวพวน หรือ พวน คือคนกลุ่มชาติพันธุ์ไทย-ลาว อพยพมาจากประเทศลาว ตั้งถิ่นฐานของชุมชนที่มีอยู่ในหลายจังหวัดตามภูมิภาคของประเทศไทยและยังมีการตั้งถิ่นฐานอยู่ใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก คาดว่าเป็นกลุ่มที่อพยพมาเมื่อประมาณ พ.ศ. 2322 อายุการตั้งถิ่นฐานของไทยพวนในจังหวัดนครนายกมีมากกว่า 200 ปี ด้วยความสำคัญและคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของบรรพ

บุรุษไทยพวนได้สะสมมาเป็นเวลานาน ดังนั้นการสนับสนุนให้ประชาชน นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม เพื่อความเข้าใจในวิถีชีวิตและเรื่องราวชุมชนชาวไทยพวนในด้านชีวิตความเป็นอยู่ประเพณี ภาษา การแต่งกาย และอาหารพื้นเมือง ซึ่งเป็นทุนที่มีอยู่แล้วในชุมชนซึ่งสามารถเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวได้ (ลักขณา เกษราพันธ์, 2558)

ประสบการณ์การท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์ด้านการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่อยู่ในระดับของความรู้สึกของผู้บริโภค เน้นนำเสนอประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวคือ การสร้างการรับรู้ ความรู้สึก พฤติกรรมและคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความรู้และความเข้าใจในสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวมี 3 องค์ประกอบหลักได้แก่ Functional Experiences คือ ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการบริการหรือการท่องเที่ยวที่ได้รับโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงิน เช่นด้านคุณภาพราคา การให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นต้น Social Experiences คือ คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับและได้มีส่วนร่วม ในการได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคม เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ การช่วยเหลือสังคม เป็นต้น Emotion Experiences คือ ความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับเมื่อเลือกมาทำกิจกรรม ท่องเที่ยวแล้วรู้สึกว่ามีความแตกต่างจากที่อื่นที่เคยได้สัมผัสมา การศึกษาประสบการณ์ การท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องผนวกทั้งการพักผ่อน และประสบการณ์ในการเดินทางและทำกิจกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อประสบการณ์รวมจากทั้งสองด้านดังกล่าว การสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวต้องมุ่งเน้นคุณภาพบริการทั้งการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2550)

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวเน้นด้านภูมิปัญญา การสร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิต หรือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงกันแบบไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการเรียนรู้และความภาคภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความ เป็นอยู่ของสังคม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

สื่อปฏิสัมพันธ์เชิงโต้ตอบช่วยให้ผู้ใช้สามารถสัมผัส และโต้ตอบกับสิ่งที่อยู่ตรงหน้าได้โดยตรง ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและได้รับข้อมูลต่าง ๆ ผ่านการนำสื่อข้อความ ภาพ วิดีโอ และเสียง มาปรับใช้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างผู้ใช้กับระบบโปรแกรม เป็นตัวช่วยให้เกิดการเรียนรู้ และตอบกลับในรูปแบบต่าง ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น หรือการสัมผัส เป็นต้น ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม และความตื่นตัวช่วยให้ผู้ใช้สามารถมีส่วนร่วมกับเนื้อหา ดึงดูดความน่าสนใจ ทำให้รู้สึกสนุกสนาน จากสภาพแวดล้อมที่สมจริง เพื่อนำไปสู่แรงจูงใจในการเรียนรู้ที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งยังสามารถสร้างสรรค์ทางเลือกให้ผู้ใช้ โดยการปรับแต่งประสบการณ์ที่ตัวเองจะได้รับ ผ่านการเลือกสิ่งที่ต้องดู หรือทำตัวเอง ซึ่งจะเป็นเรื่องที่ตรงกับความสนใจ และความต้องการของแต่ละบุคคลมากขึ้น ช่วยประหยัดต้นทุนและพื้นที่ในการสร้างได้ดี เมื่อต้องการจัดกิจกรรม ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ การจดจำ และการเก็บรักษา ข้อมูลการให้ผู้ใช้มีส่วนร่วม และลงมือทำจริง จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เรียน เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ ทำให้สามารถจดจำได้นาน และ

นำไปสู่ความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นในเรื่องนั้น ๆ (Any i Media, 2565)

ทฤษฎีมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการออกแบบ (Human - Centered Design) เป็นการคิดค้นทางการออกแบบ และการแก้ไขปัญหา โดยยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางของกระบวนการออกแบบ ผลลัพธ์ที่ได้คือ ปัจจัยมนุษย์ (Human factors) ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ กายภาพ จิตวิทยา และ สังคมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดลักษณะของมนุษย์ในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ มีวิธีการดำเนินชีวิต กฎเกณฑ์ การปฏิบัติ และการมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์โลกในรูปแบบที่ต่างกันออกไป โดยมีลำดับการดำเนินการ 6 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) รวบรวมวรรณกรรม (Literature reviews) 2) เก็บรวบรวมข้อมูล (Collecting data) 3) วิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) 4) ออกแบบ (Design) 5) การวัดและประเมินผล (Measure) 6) ชิ้นงานออกแบบสุดท้าย (Final design) (รัตนโชติ เทียนมงคล, 2556)

มาศคอตมีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างการจดจำและภาพลักษณ์เชิงบวก การออกแบบมาศคอตจึงมักนำเสนอในรูปแบบตัวละครที่สามารถสร้างการรับรู้ร่วมกันได้ง่าย เพื่อส่งเสริมการจดจำและความประทับใจ มาศคอตส่วนใหญ่จึงถูกการออกแบบเป็นตัวละครการ์ตูน บุคคล หรือสัตว์ที่มีบุคลิกลักษณะและการแสดงออกเชิงบวกที่ชัดเจน เช่น ความน่ารัก ความฉลาด ความสดใส และความร่าเริง โดยสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตราสินค้า องค์กร หรือหน่วยงาน ในการประชาสัมพันธ์ยังสร้างข้อได้เปรียบด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้าทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เนื่องจากสามารถสร้างความประทับใจได้รวดเร็วกว่าการใช้บุคคลจริง อีกทั้งความเป็นอมตะที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา ส่งผลให้เกิดการจดจำในระยะยาวและสร้างความคุ้นเคยที่นำไปสู่ภาพจำที่มีประสิทธิภาพ

และความน่าเชื่อถือที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นหุ่นหรือตุ๊กตามาศคอตสำหรับการนำเสนอในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ (วิธิตา แอนิเมชั่น, มปป.) การออกแบบมาศคอตที่มีอัตลักษณ์ บุคลิกลักษณะนิสัย ที่มาที่ไปของการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เป็นที่น่าจดจำ สร้างความประทับใจและสามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ (นฤพนธ์ คมสัน, 2565)

สรุปคือชุมชนไทยพวนในอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่อพยพมาจากประเทศลาวและตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยมานานกว่า 200 ปี มีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการศึกษา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรม จึงต้องคำนึงถึงการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ด้านความรู้ ความเข้าใจ ประทับใจในสินค้าหรือบริการ โดยสื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการผสมผสานสื่อหลากหลายรูปแบบและเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วม ทั้งนี้การใช้มาศคอตเป็นตัวแทนของคนในชุมชนไทยพวนเพื่อนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ยังช่วยสร้างการจดจำและภาพลักษณ์เชิงบวก ด้วยการออกแบบที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจนและสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้หลากหลายรูปแบบ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม ความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก

2. เพื่อสร้างสื่อปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก

### ระเบียบวิธีวิจัย

การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ปฏิสัมพันธ์โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** สำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาต้นแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อ.ปากพลี จ.นครนายก ด้วยวิธีการสำรวจ สัมภาษณ์ จากตัวแทนของชุมชนเพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนไทยพวน

**ขั้นตอนที่ 2** การออกแบบต้นแบบตัวละครเพื่อใช้ประกอบกับสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก แบบมีส่วนร่วมโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการคัดเลือกและให้ข้อเสนอในการพัฒนาแบบ

**ขั้นตอนที่ 3** พัฒนาแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์จำนวน 1 คน และประชากรตัวอย่าง (นักท่องเที่ยว) จำนวน 100 คน

**ขั้นตอนที่ 4** สรุปและอภิปรายผล

### ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ได้ข้อสรุปเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบมาสคอตและสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก ดังนี้

ต้นแบบ “น้องพวน” มาจากชาวชุมชนไทยพวน ลักษณะนิสัยร่าเริง ขยันทำงาน มีความเป็นผู้นำ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากตัวอย่างของผู้แทนชุมชน ตัวอักษรพวน พิธีบายศรีสู่ขวัญ เครื่องใช้ เครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน และศาลปู่ตาที่เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวบ้านเชื่อว่าจะปกป้องคุ้มครองชาวบ้าน



รูปที่ 1 ภาพมาสคอตต้นแบบผู้ชาย “น้องพวน”  
ที่มา : โดยผู้วิจัย (วรพรรณ สุรัสวดี, 2568)

ต้นแบบ “น้องพลี” มาจากชื่ออำเภอปากพลี ลักษณะนิสัยน่ารัก ปรานีดี ได้รับแรงบันดาลใจมาจากตัวอย่างหญิงสาวในชุมชน ใช้ตัวอักษรพวน หาบที่ใช้ในพิธีสวดเสื่อสุทผ้า เครื่องแต่งกายอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน และดอกสุพรรณิการ์ที่เป็นดอกไม้ประจำจังหวัดนครนายก



รูปที่ 2 ภาพมาสคอตต้นแบบผู้หญิง “น้องพลี”  
ที่มา : โดยผู้วิจัย (วรพรรณ สุรัสวดี, 2568)

นำมาสคอตมาพัฒนาต่อยอดใช้กับสื่อความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality หรือ AR) โดยนักท่องเที่ยวสามารถสแกนที่มาสคอตเพื่อนำไปสู่ข้อมูลในช่องทางต่าง ๆ ของชุมชน เช่น เพชบุ๊ก (Facebook) ของชุมชน ข้อมูลวัฒนธรรมประเพณี กิจกรรมการท่องเที่ยวจากรายการต่าง ๆ ที่เข้ามาถ่ายทำในชุมชนผ่านช่องทางออนไลน์อย่างยูทูบ (Youtube) หรือข้อมูลตัวอย่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนผ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)



รูปที่ 3 ภาพตัวอย่างการติดตั้งมาสคอต  
ที่มา : โดยผู้วิจัย (วรพรรณ สุรัสวดี, 2568)



รูปที่ 4 ภาพตัวอย่างการใช้งาน AR จากแอปพลิเคชัน Artivive  
ที่มา : โดยผู้วิจัย (วรพรรณ สุรัสวดี, 2568)

#### สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม ความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวในอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก จากการศึกษาพบว่าชาติพันธุ์ไทยพวนยังคงรักษาอัตลักษณ์และวัฒนธรรม ประเพณีไว้อย่างเข้มแข็ง อย่างไรก็ตามผู้ดูแลส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ในขณะที่ชาดการสืบทอดจากคนรุ่นใหม่ แม้ว่าจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และมีการนำเสนอผ่านรายการท่องเที่ยวที่เข้ามาถ่ายทำในชุมชน ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างดี แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเยี่ยมชมมักเป็นกลุ่มศึกษาดูงานที่มีการนัดหมายล่วงหน้า ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปที่เข้ามาโดยไม่ได้นัดหมายมักได้รับข้อมูลที่จำกัด เนื่องจากสื่อในพื้นที่ยังไม่ครอบคลุม การพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ที่มีความแตกต่างจึงอาจเพิ่มความน่าสนใจและส่งเสริมการเผยแพร่อัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างสื่อปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชาติพันธุ์ไทยพวน และนักท่องเที่ยวใน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและรูปแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวพบว่า การพัฒนาสื่อปฏิสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในการสร้างความน่าสนใจและส่งเสริมการเผยแพร่อัตลักษณ์ชุมชน โดยสื่อดังกล่าวไม่เพียงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว แต่ยังเชื่อมโยงและนำเสนอข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ ความสามารถในการแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยขยายการรับรู้และเพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์ชุมชนในวงกว้าง ใช้มาศคอตที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและชัดเจน จะยิ่งช่วยเสริมสร้างการจดจำและความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน สอดคล้องกับ วิธิตา แอนิเมชั่น (มปป.) กล่าวว่า มาศคอตมีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างการจดจำและภาพลักษณ์เชิงบวก การออกแบบมาศคอตจึงมักนำเสนอในรูปแบบตัวละครที่สามารถสร้างการรับรู้ร่วมกันได้โดยง่าย เพื่อส่งเสริมการจดจำและความประทับใจ ด้วยเหตุนี้ มาศคอตส่วนใหญ่จึงได้รับการออกแบบให้เป็นตัวละครการ์ตูน บุคคลหรือสัตว์ที่มีบุคลิกลักษณะและการแสดงออกเชิง

บวกที่ชัดเจน อาทิ ความน่ารัก ความฉลาด ความสดใส และความร่าเริง โดยสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตราสินค้า องค์กร หรือหน่วยงาน และสอดคล้องกับ Vorapoj Songcharoen (2024) กล่าวถึง การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น เทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) ความจริงเสมือน (VR) หรือปัญญาประดิษฐ์ (AI) สามารถสร้างการมีส่วนร่วมและเพิ่มการรับรู้ของผู้ชมได้ดี

### References

- Any i Media. (2023, February 13). *What is Interactive Technology? When 'Interactive Media' Plays an Increasing Role in Education and Event Organization*. <https://www.anyimedia.com/what-is-interactive-technology-when-it-becomes-more-important-in-education-and-events>
- Boonlert Tangjitwattana. (2005). *Sustainable Tourism Development*. Press & Design Company Limited.
- Charvit Kasetsiri. (1997). *Thai Way of Life: Cultural Tourism*. Amarin Printing & Publishing.
- Luxana Keyuraphan. (2015). A Development Model of Thai Phuan Community's Tourism Activity Management to Promote Creative Learning in Nakhon Nayok. *Veridian E-Journal, Silpakorn University, 9(2)*, 2190-2201. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/75530/60845>
- Narupon Komsan. (2022). *The Development of Mascot Design Process for Local Tourism Communication in Phitsanulok*. Naresuan University.
- Pranee Eamlaorpakdee. (2007). *Marketing management (2nd ed.)*. Tana Press Co.,Ltd.
- Ratanachote Thienmongkol. (2013). New "Systems Theory": A Design Configuration of the New Transit Map for Khon Kaen City. *Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University, 5(1)*, 100–128. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fakku/article/view/27112>
- TTB analytics. (2023, January 17). *TTB Analytics Forecasts Thailand's Tourism Revenue to Increase by 1 Trillion Baht in 2023, Compared to Previous Year*. <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/travel-thailand-2566>
- Vithita Animation. (n.d.). *What is a Mascot? How Can it Enhance Business Image?*. <https://vithita.com/mascot/>
- Vorapoj Songcharoen. (2024). Case Study of Essential Character Design Elements to Communicate the Identity of the UNESCO Creative City of Gastronomy – Phetchaburi, Thailand. *Journal of Urban Culture Research, 29*, 229-253. <https://doi.org/10.14456/jucr.2024.29>

## กระบวนการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์

### ชุด “Yoga Teacher”

วารากร ใช้เทียมวงศ์<sup>1</sup>, ภาณุวัฒน์ สิทธิโชค<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Email: <sup>1</sup>warakorn.ch@spu.ac.th, <sup>2</sup>panuwat.si@spu.ac.th

Received: Apr 15, 2025

Revised: Jun 05, 2025

Accepted: Jun 12, 2025

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้ศึกษากระบวนการออกแบบตัวละครสำหรับสื่อสารผ่านสติกเกอร์ไลน์ โดยเลือกกลุ่มผู้หญิงอายุ 20–40 ปีที่รักสุขภาพ ซึ่งชอบการเล่นโยคะเป็นกลุ่มเป้าหมาย และใช้แนวคิดในการสร้างตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย (Persona) ผสมผสานกับหลักการออกแบบตัวละคร (Character Design Principles) สัดส่วนแบบ Super Deformed (SD) และทฤษฎีสี (Color Theory) เพื่อออกแบบตัวละคร “ครูนก” ให้สามารถใช้เป็นตัวแทนสื่อสารความรู้สึผ่านภาพสติกเกอร์ไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา การออกแบบภาพ และการผลิตผลงานจริง ด้วยการสร้างภาพกราฟิกเวกเตอร์แบบฟรีแชนด์บนไอแพด ผลลัพธ์ที่ได้คือชุดสติกเกอร์ไลน์ 40 ภาพ ที่สามารถสื่อถึงบุคลิกภาพของผู้ฝึกโยคะในชีวิตประจำวันที่มีความเป็นมิตรและเข้าถึงได้ง่าย ผ่านการแสดงสีหน้า ท่าทางของตัวละคร และข้อความ เช่น “วันนี้ฝึกมัย” หรือ “ปูเสื่อรอคะ” ภายหลังจากการสร้างสรรค์ผลงาน ได้มีการประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน ผ่านแบบสอบถาม พบว่า ร้อยละ 93.3 เข้าใจความหมายของการสื่อสารผ่านตัวละคร และร้อยละ 90.0 เห็นว่าการออกแบบตัวละครมีความเหมาะสมในการเป็นตัวแทนของผู้เล่นโยคะ นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ทดลองใช้เกี่ยวกับการพัฒนาเนื้อหาหรือสถานการณ์เพิ่มเติมในอนาคต ตัวผลงานยังมีการวางจำหน่ายผ่าน LINE Creators Market และได้รับคัดเลือกให้จัดแสดงในเวทีนานาชาติ ADA 2022 สะท้อนถึงศักยภาพของกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ในการตอบโจทย์การสื่อสารในยุคดิจิทัลและสามารถต่อยอดสู่การสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

**คำสำคัญ :** การออกแบบตัวละคร, สติกเกอร์ไลน์, โยคะ, การสร้างตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย

## Character Design and Visual Development for LINE Stickers: 'Yoga Teacher'

Warakorn Chaitiamvong<sup>1</sup>, Panuwat Sitheechoke<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> School of Digital Media, Sripatum University

Email: <sup>1</sup>warakorn.ch@spu.ac.th, <sup>2</sup>panuwat.si@spu.ac.th

Received: Apr 15, 2025

Revised: Jun 05, 2025

Accepted: Jun 12, 2025

### Abstract

This study explores the character design process for LINE stickers by developing a character named "Yoga Teacher," targeting female yoga practitioners aged 20–40. The objective is to create a character that functions as an emotional and expressive representative for users in a messenger application, LINE. The research applies key theoretical frameworks, including character design principles, Super Deformed (SD) proportion, color theory, and user-centered design through the creation of a persona. The design process is structured into three main stages: research and development, finalized visual design, and production. Using freehand vector illustration on iPad applications, a set of 40 LINE stickers was created, incorporating a range of expressions, gestures, and short messages reflecting the personality of a modern yoga enthusiast. Following the production stage, user feedback was collected from 30 participants through questionnaires. The results indicate that 93.3% of respondents understood the communication of the character, while 90.0% found the character's appearance appropriate for representing yoga practitioners. These results confirm the effectiveness of integrating theoretical frameworks with a well-defined persona in enhancing emotional connection and clarity in visual communication. The sticker set was later published on the LINE Creators Market and selected for exhibition at the ADA 2022 International Exhibition of Art, Design, and Architecture, underscoring its potential for further development in commercial creative industries.

**Keywords :** Character Design, LINE Sticker, Yoga, Persona

## บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมการสื่อสารของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด สื่อดั้งเดิมหลายประเภทถูกแทนที่ด้วยสื่อดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารของคนรุ่นใหม่ สอดคล้องกับข้อมูลสถิติผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่ากลุ่มอายุระหว่าง 25–34 ปี เป็นกลุ่มที่มีอัตราการใช้งานสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.8 ของผู้ใช้งานทั้งหมด สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ Facebook และ LINE ซึ่งในปี พ.ศ. 2563 มีสัดส่วนการใช้งานอยู่ที่ร้อยละ 93.3 และ 92.8 ตามลำดับของจำนวนผู้ใช้งานทั้งหมด (Digital 2022: Thailand, 2022) จึงทำให้ LINE เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาแบบออนไลน์ที่นิยมในกลุ่มผู้ใช้ชาวไทย ด้วยจุดเด่นสำคัญจากมุมมองของ กณพ ศุภมานพ หัวหน้าธุรกิจสติ๊กเกอร์ LINE ประเทศไทย คือ “สติ๊กเกอร์” ที่สามารถใช้ภาพของตัวการ์ตูนเพื่อสื่อสารแทนการพิมพ์ข้อความ และถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งานได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย รวมถึงสะท้อนถึงบุคลิกภาพของผู้ใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ (Arepermporn, 2019)

ประกอบกับกระแสการดูแลสุขภาพที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในกิจกรรมที่ได้รับความนิยมคือการฝึกโยคะ โดย Global Wellness Institute (2022) ระบุว่าในปี พ.ศ. 2564 มีผู้ฝึกโยคะทั่วโลกมากกว่า 300 ล้านคน และคาดว่าตลาดของโยคะจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 9.6 ต่อปีในช่วง พ.ศ. 2564–2570 กระแสความนิยมดังกล่าวได้ส่งผลต่อประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นเดียวกัน มีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมโยคะในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับความต้องการของผู้ฝึกโยคะทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (Pinthong, 2021) สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของโยคะที่เป็น

กิจกรรมเพื่อสุขภาพที่กำลังเติบโต และสามารถนำมาใช้เป็นแรงบันดาลใจสำคัญในการออกแบบตัวละครบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

นับตั้งแต่การเปิดตัว LINE Creators Market ในปี 2557 นักสร้างสรรค์หรือครีเอเตอร์ (Creator) สามารถส่งผลงานเข้าร่วมวางจำหน่ายบนแพลตฟอร์มของ LINE Store ได้อย่างอิสระ ส่งผลให้ LINE Creators Market กลายเป็นระบบนิเวศของครีเอเตอร์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ในปี 2563 ประเทศไทยมีผู้สมัครเข้าเป็นครีเอเตอร์ของ LINE STICKERS จำนวน 680,000 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 31 และมีการสร้างสรรค์สติ๊กเกอร์จำนวนมากกว่า 4 ล้านชุด รวมถึงมียอดดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 สะท้อนให้เห็นถึงความสนใจในการเข้าร่วมเป็นครีเอเตอร์เพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันยังแสดงให้เห็นถึงความสามารถของครีเอเตอร์ในการสร้างผลงานที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งาน LINE ได้อีกด้วยตามที่ อิศริ ดำรงพิทักษ์กุล หัวหน้าธุรกิจ LINE STICKERS – LINE ประเทศไทย ได้กล่าวไว้ในงาน LINE Creators Connect Day 2020 (Bangkok Business, 2021)

จากพฤติกรรมการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาแบบออนไลน์ที่เน้นความกระชับ รวดเร็ว และสามารถถ่ายทอดอารมณ์ได้อย่างชัดเจนของ LINE การใช้สติ๊กเกอร์ในรูปแบบของภาพตัวการ์ตูนจึงกลายเป็นวิธีการที่นิยมใช้ในการสื่อสารแทนการส่งข้อความ กระบวนการในการออกแบบตัวละคร (Character Design) จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างตัวละครที่สามารถเชื่อมโยงตัวตนเข้ากับผู้ใช้งาน สามารถใช้เป็นตัวแทนสื่อสารความรู้สึกและตัวตนของผู้ส่งสติ๊กเกอร์ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการศึกษากระบวนการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด “Yoga Teacher” ที่สื่อถึงบุคลิกลักษณะของผู้ที่ชื่นชอบโยคะซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสติ๊กเกอร์ชุดนี้ โดยมุ่งหวังให้ตัวละครสามารถเป็นตัวแทนของผู้

ส่งในการสื่อสารความรู้สึกในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษ พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ให้พลังบวกอย่างสร้างสรรค์

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการการออกแบบตัวละครสำหรับใช้เป็นตัวแทนของผู้เล่นโยคะในการสื่อสารด้วยสติ๊กเกอร์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE
2. เพื่อประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีด้านการออกแบบในการพัฒนาตัวละครสำหรับสติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีเอกลักษณ์ สื่อสารได้อย่างชัดเจนและตรงตามกลุ่มเป้าหมาย
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจและความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสติ๊กเกอร์ที่ออกแบบ

### แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาระบบการออกแบบนี้ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ได้แก่ หลักการออกแบบตัวละคร (Principle of Character Design) ทฤษฎีสี (Color Theory) และการสร้างตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย (Personas) รวมถึงการศึกษาข้อมูลกลุ่มผู้ใช้งานและกลยุทธ์ของการออกแบบ LINE Sticker มาเป็นกรอบในการพัฒนาและวิเคราะห์ผลงาน

### หลักการออกแบบตัวละคร (Principle of Character Design)

การออกแบบตัวละคร (Character Design) เป็นกระบวนการทางศิลปะที่มุ่งเน้นการสร้างบุคลิกภาพ (Personality) เอกลักษณ์ (Identity) และความน่าจดจำ (Memorability) ให้กับตัวละคร โดยเฉพาะการใช้ตัวละครเพื่อสื่อสารเล่าเรื่อง (Tillman, 2011) องค์ประกอบสำคัญในการออกแบบตัวละครสามารถสรุปดังนี้

### การออกแบบให้มีบุคลิกภาพ (Personality)

การออกแบบสีหน้าและท่าทางของตัวละคร (Facial Expression & Gesture) ที่สอดคล้องกับบุคลิกลักษณะนิสัยของตัวละครแบบเกินจริง (Exaggeration) นอกจากจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ภายนอกของตัวละครแล้วยังเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการสื่อสารความรู้สึกของอารมณ์ตัวละครให้ชัดเจนขึ้นอีกด้วย เช่น อารมณ์โกรธ เศร้า ดีใจ (Tillman, 2011) นอกจากนี้ Naghdi (2020) ได้เสนอว่าบุคลิกภาพของตัวละครควรแสดงออกมาให้เห็นชัดเจนผ่านทางภาษากาย (Body Language) และการแสดงออกที่ไม่ใช้คำพูด (Nonverbal Communication) ยังมีส่วนช่วยในการสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้ชม

### รูปร่างตัวละคร (Proportion Shape and Form)

องค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบตัวละครคือ Silhouette หรือโครงร่างของรูปร่างของตัวละครในรูปแบบเงาดำ โครงร่างตัวละครที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นจะช่วยสร้างความน่าจดจำในครั้งแรกที่ได้เห็น นักออกแบบมักจะเริ่มต้นด้วยการทดลองร่างโครงร่างของตัวละครแบบเรียบง่าย โดยใช้การระบายสีดำที่ทั้งตัวเพื่อศึกษาความโดดเด่นของรูปร่างรูปทรงที่เลือกใช้ก่อนที่จะลงรายละเอียดของตัวละคร (Tillman, 2011)

รูปร่างพื้นฐาน เช่น วงกลม สี่เหลี่ยม และสามเหลี่ยม ล้วนมีความหมายและมีผลในการสื่อสารทางด้านอารมณ์ วงกลมให้ความรู้สึกเป็นมิตรและสมดุล สี่เหลี่ยมสื่อถึงความมั่นคงและปลอดภัย (Tillman, 2011) การวางตำแหน่งรูปแบบ หรือสัดส่วนที่ขัดแย้งกันภายในองค์ประกอบของตัวละครยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจอีกด้วย (Bancroft, 2006)

### สัดส่วนตัวละคร (Proportion)

การออกแบบตัวละครในรูปแบบ Super-Deformed หรือ SD เป็นแนวทางที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในวัฒนธรรมการ์ตูนญี่ปุ่น โดยมีลักษณะพิเศษคือการลดทอนสัดส่วนของร่างกายให้มีหัวโต ลำตัวเล็ก และแขนขาสั้น เพื่อสร้างความรู้สึกน่ารักและเป็นมิตรต่อผู้ชม (Shen et al., 2012) การออกแบบนี้มักใช้ในสื่อบันเทิงหลากหลายประเภท เช่น การ์ตูน แอนิเมชัน และเกม Wai-ming (2002) ยังได้กล่าวถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีผลต่อการออกแบบตัวละครในภูมิภาคเอเชีย ส่งผลให้ตัวละครแบบ Super-Deformed เป็นที่นิยมและแพร่หลายในไทยเช่นกัน

### ทฤษฎีสี (Color Theory)

สีถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการถ่ายทอดบุคลิกภาพของตัวละครผ่านมุมมองทางวัฒนธรรมและสุนทรียภาพ การเปลี่ยนแปลงค่าสีเพียงเล็กน้อย สามารถส่งผลต่อการรับรู้ได้อย่างมีนัยสำคัญ แม้ว่าความหมายของสีอาจแตกต่างกันตามบริบทของแต่ละวัฒนธรรม แต่ยังคงมีการรับรู้ที่คล้ายคลึงกันในระดับสากล เช่น สีแดง มักสื่อถึงพลัง ความรัก หรืออันตราย สีฟ้าให้ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น และน่าเชื่อถือหรือบางครั้งอาจแฝงความเหงาหรือเศร้าไว้ในขณะเดียวกัน (Gallagher, 2020) สอดคล้องกับแนวคิดของ Naghdi (2020) ที่สนับสนุนเรื่องการเลือกใช้สีในการออกแบบตัวละครไม่เพียงส่งผลต่อรูปร่างหน้าตาภายนอกของตัวละครเท่านั้น แต่ยังสามารถสื่อถึงความรู้สึกภายในของตัวละครได้อีกด้วย ดังนั้นการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างสีกับความรู้สึกจึงเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการออกแบบตัวละคร

นอกจากนี้วิธีการเลือกใช้สีในการออกแบบตัวละครตามหลักทฤษฎีสีมีทั้งแบบกลมกลืน

(Harmony) และแบบขัดแย้งกัน (Contrast) เช่น Analogous Color หรือ การใช้สีที่อยู่ใกล้กันในวงล้อสีในการสร้างความกลมกลืนแบบเป็นธรรมชาติ Split Complementary / Triadic / Tetradic หรือ เทคนิคการใช้สีหลายเฉดสีที่ตัดกัน เพื่อสร้างความขัดแย้งที่น่าสนใจและสื่อความหมายเกี่ยวกับความซับซ้อนทางอารมณ์ (Gallagher, 2020)

### การสร้างตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย (Persona)

William Lidwell, Kritina Holden และ Jill Butler (2010) ได้นำเสนอแนวคิดการสร้างตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย หรือ Persona ไว้ในหนังสือ Universal Principles of Design โดยระบุว่า Persona คือ ตัวแทนสมมุติของกลุ่มผู้ใช้งานที่ถูกออกแบบขึ้นจากการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อช่วยให้นักออกแบบสามารถเข้าใจบริบท มุมมอง ความต้องการ และเป้าหมายของผู้ใช้งานในเชิงลึกได้มากยิ่งขึ้น การกำหนด Persona ที่เหมาะสมจะช่วยให้นักออกแบบสามารถวางแนวทางการพัฒนาเนื้อหา รูปแบบ และประสบการณ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดอีกด้วย องค์ประกอบสำคัญของการสร้างตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายตามที่ Lidwell et al. ได้เสนอไว้ นั้น ได้แก่: ชื่อ (Name) อาชีพหรือไลฟ์สไตล์ (Occupation/Lifestyle) พฤติกรรมการใช้สื่อหรือเทคโนโลยี (Media/Technology Usage Behavior) เป้าหมาย (Goals) ความคาดหวังและความคับข้องใจ (Expectations and Frustrations) และ คำพูดของผู้ใช้ (Direct Quotes)

### กลยุทธ์การออกแบบและการตลาดของ LINE STICKERS

นอกจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีด้านการออกแบบแล้ว การศึกษาข้อมูลกลุ่มผู้ใช้งาน

และกลยุทธ์ของการออกแบบ LINE Sticker เป็นอีกประเด็นที่สำคัญ เมื่อศึกษาสถิติผู้ใช้งานสติ๊กเกอร์ของ LINE ประเทศไทยในปี 2563 พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานหลักยังคงเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายที่ร้อยละ 68 และร้อยละ 32 ตามลำดับ กลุ่มผู้ใช้งานสติ๊กเกอร์สูงสุด 3 อันดับแรกมีอายุ 25-29 ปี 20-24 ปี และ 30-34 ปี ตามลำดับ (กรุงเทพธุรกิจ, 2021)

จากบทสัมภาษณ์ Ken Ishikawa หัวหน้าฝ่าย LINE's Stamp ของญี่ปุ่น ได้กล่าวถึงแนวทางในการออกแบบตัวละครสำหรับสติ๊กเกอร์ไลน์ซึ่งมีที่มาจากความสำเร็จของครีเอเตอร์ชาวญี่ปุ่นที่สามารถสร้างรายได้หลักล้านเยนต่อเดือน รวมถึงการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้ใช้งานและการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น ความสามารถของตัวละครในการทำหน้าที่เป็นตัวแทนการสื่อสาร การให้ความสำคัญการสร้างบุคลิกตัวละคร (Character Identity) ที่ชัดเจนและเชื่อมโยงกับผู้ใช้ (Naoe, 2019)

### ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการออกแบบตัวละครในงานสร้างสรรค์ชุดนี้อ้างอิงกระบวนการจากแนวคิดของ Peter Hodges (2012) ในหนังสือ *Character Design for Animation Production*

ซึ่งนำเสนอขั้นตอนการออกแบบตัวละครอย่างเป็นระบบ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

### ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยและพัฒนา (Research and Development)

ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนย่อย ได้แก่ การค้นคว้าสังเกตและประเมิน (Research Observation and Evaluation) การสร้างแนวคิดสำหรับตัวละคร (Character Concepts) และการพัฒนางานออกแบบ (Design Development)

### การค้นคว้าสังเกตและประเมิน (Research, Observation and Evaluation)

การค้นคว้าเริ่มจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มความนิยมด้านการออกแบบตัวละครในประเทศไทย โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของงานออกแบบนี้คือผู้หญิงวัย 20-40 ปี ที่มีความสนใจด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้เรียนและผู้สอนโยคะ ซึ่งข้อมูลจาก LINE ประเทศไทย (กรุงเทพธุรกิจ, 2021) ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้งานสติ๊กเกอร์ไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 68 และกลุ่มอายุที่ใช้งานมากที่สุดคือช่วงอายุ 25-34 ปี ซึ่งสะท้อนถึงความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในการออกแบบครั้งนี้



รูปที่ 1 ตัวอย่างอ้างอิงของกลุ่มเป้าหมาย ทำโยคะ และเครื่องแต่งกาย  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

### การสร้างแนวคิดสำหรับตัวละคร (Character Concepts)

จากหลักการสร้างตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย หรือ Persona ตามแนวคิดของ Lidwell et al. (2010) จึงได้สร้าง “ครูนก” เพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสำหรับการออกแบบตามองค์ประกอบของหลักการดังกล่าว โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ครูนกเป็นครูสอนโยคะอิสระวัย 34 ปี มีการใช้ชีวิตประจำวันในแบบฉบับของคนรักสุขภาพ ซึ่งชอบการใช้ LINE สื่อสารกับนักเรียนและมีความต้องการใช้สติ๊กเกอร์แทนคำพูดในชีวิตประจำวัน มีความคาดหวังว่าตัวละครในสติ๊กเกอร์ควรสะท้อนภาพลักษณ์ของความเป็นมืออาชีพ และดูเป็นกันเอง เข้าถึงง่าย แต่หลีกเลี่ยงการใช้สติ๊กเกอร์ที่ดูตลกประชดประชันหรือสื่อความขัดแย้งกับภาพลักษณ์ของการเป็นผู้รักสุขภาพที่ส่งต่อพลังด้านบวกให้ผู้อื่น ดังนั้นตัวละครที่ออกแบบจึงมีแนวคิดที่สะท้อนถึงบุคลิกลักษณะ

ของ “ครูนก” ผ่านทางข้อความที่สื่อสารอย่างเป็นกันเอง เช่น “สู้ตายค่ะ” “วันนี้ฟิน” หรือ “วันนี้ฝึกมัย”

### การพัฒนางานออกแบบ (Design Development)

การพัฒนาตัวละคร “ครูนก” มีแนวคิดที่ได้มาจากข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้และตัวแทนกลุ่มเป้าหมายหรือ Persona โดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ของผู้หญิงรุ่นใหม่ที่รักสุขภาพ มีความเป็นมิตร สดใสและกระตือรือร้น ด้วยลายเส้นในสไตล์การ์ตูนญี่ปุ่น และสัดส่วนของตัวละครที่นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบครั้งนี้ คือ Super Deformed หรือ SD จึงทดลองออกแบบภาพร่าง (Sketch) มาในสัดส่วนที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1.2, 1.3, 1.4 และ 1.5 เท่า โดยพบว่าสัดส่วน 1.5 เท่าเหมาะสมที่สุดในการถ่ายทอดบุคลิกลักษณะของครูนก



รูปที่ 2 ภาพร่างเบื้องต้นของตัวละครจากการทดลองใช้สัดส่วนที่ต่างกัน  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

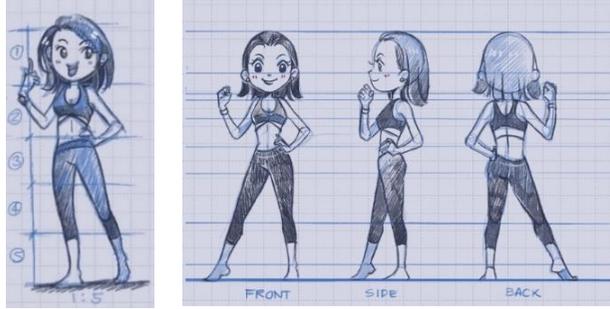
### ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบภาพรวมที่เสร็จสมบูรณ์ (Finalized Visual Design)

หลังจากออกแบบแนวคิดของตัวละครเรียบร้อยแล้วจึงจัดทำ Character Design Sheets หรือชุดเอกสารประกอบการออกแบบตัวละครที่แสดงรายละเอียดของรูปร่างหน้าตาตัวละคร การแสดงสีหน้าและอารมณ์ รวมถึงท่าทางการเคลื่อนไหวของตัวละครในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นต้นแบบ

ของการสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์ในขั้นตอนต่อไป (Hodges, 2012) โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ภาพโครงสร้างตัวละคร (Model Construction and Turnaround Sheets)

แสดงภาพของตัวละครจากมุมมองด้านหน้า ด้านข้าง และด้านหลัง ที่มีการออกแบบตัวละครด้วยสัดส่วนแบบ Super-Deformed



รูปที่ 3 ภาพตัวอย่างของภาพโครงสร้างตัวละคร “ครูนก”  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

ภาพแสดงท่าทางการเคลื่อนไหวของตัวละคร (Action Sheets) นำเสนอท่าทางของตัวละครที่หลากหลายทั้งการฝึกโยคะในท่าพื้นฐานจนถึงขั้นสูง แสดงความยืดหยุ่นและแข็งแรงของร่างกายเพื่อสื่อถึงความเป็นมืออาชีพของครูสอนโยคะ



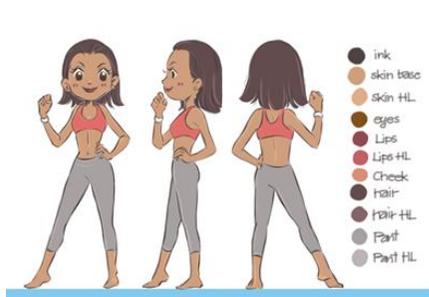
รูปที่ 4 ภาพตัวอย่างแสดงท่าทางการเคลื่อนไหวของตัวละคร “ครูนก”  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

ภาพการแสดงอารมณ์ ของตัวละคร (Expression Sheets) แสดงสีหน้าอารมณ์ในรูปแบบการ์ตูนที่เน้นการแสดงอารมณ์แบบเกินจริง เช่น ตีใจ เศร้า โกรธ อายุ และตื่นเต้น ซึ่งเป็นอารมณ์ที่พบได้บ่อยในการสื่อสารประจำวันผ่านแอปพลิเคชัน LINE



รูปที่ 5 ภาพตัวอย่างการแสดงอารมณ์ของตัวละคร “ครูนก”  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

ภาพตัวอย่างสีของตัวละคร (Color Model Sheets) แสดงเฉดสีที่ใช้ในการออกแบบตัวละคร โดยระบุสีขององค์ประกอบของตัวละครอย่างครบถ้วน เช่น สิว สีมม และสีเสื้อผ้า รวมถึงสีพื้นสีเงา สีไฮไลท์ที่ใช้เพิ่มมิติให้กับตัวละครด้วย



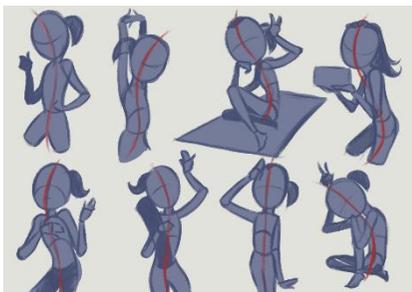
รูปที่ 6 ภาพตัวอย่างสีของตัวละคร “ครูนก”  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

### ขั้นตอนที่ 3 การผลิตผลงานจริง (Production Process)

ในขั้นตอนสุดท้ายนี้เป็นกระบวนการนำต้นแบบตัวละครจากชุดเอกสารประกอบการออกแบบตัวละครไปสู่การสร้างผลงานสติกเกอร์ไลน์

#### การออกแบบภาพร่าง (Sketching Process)

การออกแบบภาพร่างของตัวละครเริ่มต้นด้วยการเลือกท่าทางและข้อความที่สะท้อนถึงบุคลิกของตัวละคร “ครูนก” ซึ่งเป็นตัวละครสมมติที่พัฒนาขึ้นมาจากการสร้างตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย (Persona) ในขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา จากนั้นจึงดำเนินการร่างภาพโครงสร้างของตัวละครในลักษณะเงาดำ (Silhouette) เพื่อศึกษาความชัดเจนของการสื่อสารอารมณ์และความรู้สึกผ่านทางท่าทางของตัวละครหรือท่าโพส (Pose)



รูปที่ 7 ตัวอย่างการออกแบบตัวละครในขั้นตอนการออกแบบภาพร่าง  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

#### การสร้างสรรค์ผลงานจริง (Final Process)

แบบร่างที่ผ่านการคัดเลือกแล้วจะถูกนำไปวาดและลงสี มีการใช้คู่สีแบบตัดกัน (Split Complementary) และคู่สีแบบกลมกลืนที่อยู่ในวงล้อสีใกล้เคียงกัน (Analogous) ช่วยให้ภาพดูสดใสแต่ไม่ฉูดฉาดเกินไป เช่น โทนชมพู-ฟ้า-เขียว นอกจากนี้ยังมีการใส่ข้อความขนาดสั้นที่นิยมใช้ในบทสนทนาจริง เช่น “สวัสดีค่ะ” “ปูเสื่อรอค่ะ”

หรือ “จองที่ให้แล้ว” หลังจากการจัดทำและตรวจสอบความเรียบร้อยแล้ว ไฟล์ภาพทั้งหมดจะถูกอัปโหลดเข้าสู่ระบบของ LINE Creators Market เพื่อรอการตรวจสอบและวางขาย

### ขั้นตอนที่ 4 การวัดผลและประเมินผลงาน (Evaluation)

กลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คนได้ทดลองใช้ชุดสติกเกอร์ผ่าน LINE Application โดยดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามเพื่อประเมินความเข้าใจของการสื่อสารผ่านตัวละคร การใช้ตัวละครเป็นตัวแทนในการสื่อสาร และความพึงพอใจ รวมถึงการสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการออกแบบละคร ความเหมาะสมกับบุคลิกผู้ใช้งาน และการใช้งานในชีวิตจริง ข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสถิติเชิงพรรณนาเพื่อสรุปผลการวิจัย

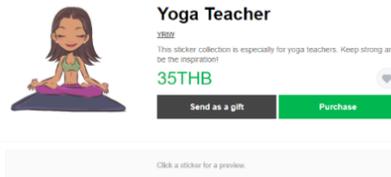
#### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่ การศึกษากระบวนการออกแบบตัวละคร “ครูนก” สำหรับใช้ในสติกเกอร์ไลน์ โดยพัฒนาจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหลักร่วมกับการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบตัวละคร ทฤษฎีสี สัดส่วนแบบ Super Deformed (SD) และการสร้างตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย (Persona) โดยออกแบบให้ตัวละครมีบุคลิกลักษณะที่กระฉับกระเฉง มีชีวิตชีวา และเป็นมิตร ผ่านการแสดงสีหน้า ท่าทาง และข้อความสนทนาในชีวิตประจำวัน ผลลัพธ์ที่ได้คือชุดสติกเกอร์ไลน์ “Yoga teacher จำนวน 40 ภาพ พร้อมข้อความสั้นที่ใช้สื่อสารแทนบทสนทนาในชีวิตประจำวันของผู้ที่ชื่นชอบการเล่นโยคะ เช่น “สวัสดีค่ะ” “วันนี้ฝึกมัย” หรือ “รออยู่นะคะ”

ขั้นตอนการออกแบบจากการขึ้นโครงร่างแบบภาพเงาดำ (Silhouette) ตามหลักการ

ออกแบบตัวละครของ Tillman (2011) เพื่อสร้างรูปร่างตัวละครที่โดดเด่นและการย่อขยายสัดส่วนตัวละครให้มีขนาดเกินจริงด้วยสัดส่วนแบบ Super Deformed (SD) ที่เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้ (Shen et al., 2012) และมีใบหน้าขนาดใหญ่ทำให้สื่ออารมณ์ของตัวละครได้อย่างชัดเจน รวมถึง

การใช้คู่สีสดใสตัดกัน (Split Complementary) ร่วมกับสีเทาและขาวตามแนวคิดของ Gallagher (2020) และ Naghdi (2020) ไม่เพียงช่วยสร้างความสมดุลทางสายตา แต่ยังสื่อถึงบุคลิกภาพและความรู้สึกของตัวละครผ่านสีได้อีกด้วย



รูปที่ 8 ชุดสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด “Yoga teacher” ที่วางขายบน LINE Store  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

นอกจากนี้การออกแบบตัวละครที่มีแนวคิดอ้างอิงจากองค์ประกอบของการสร้างตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย (Persona) ตาม Lidwell et al. (2010) ส่งเสริมให้ตัวละครมีมิติ เชื่อมโยงกับผู้ใช้ได้จริงทั้งในด้านไลฟ์สไตล์และการสื่อสาร สอดคล้องกับกลยุทธ์ของ LINE STICKERS ที่ให้ตัวละครเป็นตัวแทนการสื่อสาร (Naoe, 2019) ตามข้อเสนอแนะของ Ken Ishikawa ที่เน้นการออกแบบตัวละครจากการทำความเข้าใจผู้ใช้ในเชิงลึก

ทั้งนี้ได้มีการประเมินผลผ่านกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้หญิงอายุระหว่าง 20–40 ปี ที่ชื่นชอบโซเชียลจำนวน 30 คน เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการออกแบบโดยใช้แบบสอบถามตามวิธีของ

ลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเข้าใจในการสื่อสารผ่านตัวละครในรูปแบบสติ๊กเกอร์ 2) ความพึงพอใจในการออกแบบตัวละคร และ 3) ความสามารถของตัวละครในการเป็นตัวแทนของผู้ใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 93.3 ให้คะแนนในระดับ “มาก” และ “มากที่สุด” ต่อความสามารถของตัวละครในการถ่ายทอดอารมณ์และข้อความจากสติ๊กเกอร์ ในขณะที่ร้อยละ 90.0 แสดงความพึงพอใจในการออกแบบตัวละคร และร้อยละ 96.7 เห็นว่าตัวละคร “ครูนก” สามารถใช้เป็นตัวแทนในการสื่อสารแทนตนเองได้เป็นอย่างดี



รูปที่ 9 ภาพตัวอย่างจากสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด “Yoga teacher”  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

นอกจากนี้ยังได้มีการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ใช้งานบางส่วน ซึ่งมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า “สติ๊กเกอร์ดูใช้ง่าย สีสันสดใส และตรงกับบุคลิกคนเล่นโยคะจริง ๆ” หรือ “น่ารักดี เอาไว้ใช้ทักเพื่อนในกรุ๊ปโยคะ”

### สรุปและอภิปรายผล

การออกแบบตัวละคร “ครูนก” สำหรับสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด “Yoga teacher” นี้สะท้อนให้เห็นถึงผลลัพธ์จากการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบตัวละครร่วมกับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วยการสร้างตัวแทนของกลุ่มผู้ใช้งาน (Persona) ส่งเสริมให้ตัวละครไม่ได้มีเพียงความสวยงาม แต่ยังสามารถสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงและตอบโต้การใช้งานจริงเพื่อเป็นตัวแทนของการสื่อสารในชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการประเมินของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน พบว่าตัวละครสามารถถ่ายทอดความรู้สึกและข้อความได้อย่างชัดเจน โดยร้อยละ 93.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนในระดับ “มาก” และ “มากที่สุด” ต่อความสามารถด้านการสื่อสารของสติ๊กเกอร์ ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถอธิบายผ่านวิธีการออกแบบตัวละครที่สร้างความรู้สึกรักและเป็นมิตรต่อผู้ชม (Shen et al., 2012) ด้วยการใช้ตัวละครสัดส่วนแบบ Super Deformed (SD) ที่มีส่วนหัวขนาดใหญ่ ทำให้มองเห็นการแสดงอารมณ์บนใบหน้าของตัวละครเพื่อสื่อสารความรู้สึกผ่านสติ๊กเกอร์ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้การเลือกใช้โทนสีสดใสและคู่สีแบบตรงข้ามยังช่วยเน้นบุคลิกของตัวละครให้เด่นชัดยิ่งขึ้น อีกประเด็นที่สำคัญคือความสามารถของตัวละครในการทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ใช้งานซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lidwell et al. (2010) ว่าการออกแบบที่ตอบโต้ Persona หรือการสร้างตัวแทนของกลุ่มผู้ใช้งานจะช่วยให้ผู้ใช้รู้สึกมี

ส่วนร่วมกับตัวละคร ผลการประเมินพบว่าร้อยละ 96.7 ของกลุ่มเป้าหมายมองว่าตัวละคร “ครูนก” สามารถใช้แทนตนเองในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม และคำตอบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เช่น “น่ารักดี เอาไว้ใช้ทักเพื่อนในกรุ๊ปโยคะ” หรือ “บุคลิกคนเล่นโยคะจริง ๆ” อีกทั้งแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับกลยุทธ์ของการออกแบบ LINE Sticker ให้ประสบความสำเร็จของ Ken Ishikawa ด้วยการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายและการออกแบบตัวละครที่สะท้อนถึงตัวตนที่ผู้ใช้ต้องการเป็นเพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์ (Emotional Impact) (Naoe, 2019) รวมถึงส่งเสริมศักยภาพในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่าง LINE Creators Market ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ผลงานชุดนี้ยังได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติโดยได้รับคัดเลือกให้นำเสนอในนิทรรศการ ADA: International of Art, Design, and Architecture Exhibition 2022 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม – 30 มิถุนายน พ.ศ. 2565 โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ในนิทรรศการแบบออนไลน์และแบบเสมือนจริงภายใต้หมวด “Design” ซึ่งผ่านการคัดเลือกโดยผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสถาบัน แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของผลงานออกแบบเชิงสร้างสรรค์ในการเผยแพร่สู่เวทีระดับนานาชาติ

### References

- Areepemporn, P. (2019, January 24). *Thailand Tops Regional Growth in LINE Sticker Usage with Over 10 Billion Sent Annually, Eyes Mobile Banking Sales Channel*. The Standard. <https://thestandard.co/line-stickers-10-billion-thai-downloads/>

- Bancroft, T. (2006). *Creating Characters with Personality*. Watson Guptill.
- Bangkok Business. (2021, January 7). *LINE STICKERS Holds LINE Creators Connect Day 2020*. Bangkokbiznews. <https://www.bangkokbiznews.com/pr-news/biz2u/275351>
- Gallagher, B. (2020) *Colour Theory: Colour Science and Ways of Utilizing Colours in Effective Way*. Design Wizard: <https://designwizard.com/blog/color-theory/>
- Global Wellness Institute. (2022, December 20). *Yoga Therapy Initiative Trends for 2022*. Global Wellness Institute. <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2022/12/20/2022-yoga-therapy-initiative-trends/>
- Hodges P. (2012). The character design process. In C.Turri . (Ed.), *IP Informanimation 2011: research, education and design experiences* (pp.106-117). Milan: Franco Angeli.
- Kemp, S. (2022 February,15). *Digital 2022: Thailand*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-thailand>
- Lidwell, W., Holden K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design*. Rockport Publishers.
- Naghdi, A. (2020, April 3). *How character color palette can make or break a character design (best tips with examples)*. Dream Farm Studios. [https://dreamfarmstudios.com/blog/color-theory-for-character-design/#How\\_do\\_color\\_schemes\\_communicate\\_brand\\_incentives\\_Color\\_theory\\_for\\_designers](https://dreamfarmstudios.com/blog/color-theory-for-character-design/#How_do_color_schemes_communicate_brand_incentives_Color_theory_for_designers)
- Naoe, A. (2019 May, 12). *LINE Creators Stickers - How-To Guide - Who Said You Needed to Be Good at Drawing?* Pixivision. <https://www.pixivision.net/en/a/5256#:~:text=LINE%20isn%27t%20just%20used%20by,are%20women%20in%20their%2050s>
- Pinthong, S. (2021). *Destination Development of Yoga Tourism in Thailand*. [Unpublished Master's thesis]. Mahidol University.
- Shen, L., Luo, S., Huang, C., & Chen, B. (2012). SD Models: Super-Deformed Character Models. *Pacific Graphics*, 31(7), 9-17.
- Tillman, B. (2011). *Creative Character Design*. Focal Press.
- Wai-ming, N. (2002). The impact of Japanese comics and animation in Asia. *Journal of Japanese Trade & Industry*, 4(1), 1-4.

## แนวทางการออกแบบเกมฟิเคชันต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

### กรณีศึกษาจังหวัดน่าน

ณัฐกมล ฤงสูรณ<sup>1</sup>, วิชัย โยธาวงศ์<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup>คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Email: nattakamol.to@spu.ac.th<sup>1</sup>, wichai.yo@spu.ac.th<sup>2</sup>

Received: Apr 23, 2025

Revised: May 22, 2025

Accepted: May 26, 2025

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยสร้างสรรค์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวคิดของเกมฟิเคชันและออกแบบเกมฟิเคชันที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการรับรู้เรื่องราวของศิลปวัฒนธรรม 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการออกแบบเกมและระบบการเล่น ที่มุ่งเน้นการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของผู้เล่นในการเข้าถึงเนื้อหาทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน โดยเฉพาะการถ่ายทอดองค์ความรู้จากแหล่งวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประสบการณ์การเล่นเกมที่สร้างแรงจูงใจ สร้างความสนุก และกระตุ้นให้เกิดการสำรวจ พฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เล่นถูกนำมาศึกษาและวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลทางวัฒนธรรม เพื่อออกแบบเนื้อหา กลไกเกม และประสบการณ์ผู้เล่นในเกมต้นแบบชื่อ “Culture Quest” งานวิจัยได้นำแนวคิดเกมฟิเคชันและทฤษฎี MDA Framework มาใช้ในการออกแบบรูปแบบการเล่น ประสบการณ์ผู้เล่น และกลไกต่าง ๆ ในเกม เพื่อให้เกิดความสนุก เพลิดเพลิน และเกิดการเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในเกม ซึ่งเชื่อมโยงกับพื้นที่จริงของเมืองน่านอย่างสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่าแนวการเล่นที่เหมาะสมเป็นแบบ Open World ที่สามารถใส่กิจกรรมหรือภารกิจในเกมเพื่อวัดผลผ่านการเล่นได้ เชื่อมโยงกับรูปแบบของแรงจูงใจผู้เล่นที่ขอความมีอิสระในเกม ในด้านของระบบการเล่นที่จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้เล่นใช้เวลาในเกมนั้นเป็นด้านของการมีความอยากง่ายมีพัฒนาการการได้เห็นผลจากสิ่งที่ทำ การเล่นเกมอย่างมีเป้าหมายและเรื่องราว มีการสำรวจ การได้สร้างสรรค์รวมถึงมีการสะสมไอเทมต่าง ๆ ในเกม โดยผลการออกแบบเกมต้นแบบนั้นพบว่าสามารถสร้างการเล่นที่ดึงดูดและการมีส่วนร่วม สร้างการผลานการเรียนรู้เชิงพื้นที่กับเนื้อหาวัฒนธรรมได้อย่างกลมกลืน

**คำสำคัญ :** เกม, เกมฟิเคชัน, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

# Design of a Gamification-Based Game to Promote Cultural Tourism: A Case Study of Nan

Nattakamol Toongsuwan<sup>1</sup>, Wichai Yothawong<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>School of Digital media, Sripatum University

Email: <sup>1</sup>nattakamol.to@spu.ac.th, <sup>2</sup>wichai.yo@spu.ac.th

Received: Apr 23, 2025

Revised: May 22, 2025

Accepted: May 26, 2025

## Abstract

This creative research aims to 1) explore the concept of gamification and design a gamified experience that enhances user engagement in perceiving and understanding local arts and cultural narratives, and 2) propose a design approach for a game and its mechanics that emphasizes learning and user participation in engaging with the cultural content of Nan Province. The study focuses on transmitting local cultural knowledge through a motivational, enjoyable, and exploratory gameplay experience. Player learning behavior was studied and analyzed alongside cultural data to design the content, game mechanics, and player experience of a prototype game titled *Culture Quest*. The game applies gamification principles and the MDA Framework (Mechanics, Dynamics, and Aesthetics) to shape gameplay systems and user experiences that promote fun, engagement and learning through interactive in-game activities creatively linked to real-world locations in Nan. The research found that the most suitable gameplay model is the Open World format, which allows for the integration of in-game missions and activities to assess learning through gameplay. This model aligns with player motivations that favor autonomy and freedom in exploration. Key gameplay elements that effectively encourage prolonged engagement include a progression system, task-oriented goals, visible outcomes, creative interaction, exploration, and the collection of in-game items. The design of the prototype successfully incorporates these gameplay mechanics to foster engagement and participation. It seamlessly blends spatial learning with cultural content, providing an experience that captures the player's interest.

**Keywords :** Game, Gamification, Cultural Tourism

## บทนำ

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดในภาคเหนือของประเทศไทยที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดดเด่น มีศักยภาพสูงในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากมีทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบที่หลากหลาย ประกอบไปด้วยทุนวัฒนธรรมทั้งประเภทที่จับต้องได้และประเภทที่จับต้องไม่ได้ ประเภทที่จับต้องได้อย่างโบราณสถาน โบราณวัตถุของเมืองน่าน วัด งานศิลปะรูปแบบต่าง ๆ รวมไปถึงไปถึงทุนกายภาพ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่นอาคาร สิ่งประดิษฐ์ ทุนวัฒนธรรมในประเภทที่จับต้องไม่ได้เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญาหรืออาจเรียกว่าวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Krairoek Pinkaeo, 2011) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีพิธีกรรม ศิลปะการแสดง เพลง เป็นต้น เหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงความ เป็น “เมืองวัฒนธรรมมีชีวิต” ซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และอัตลักษณ์ที่สามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ในบริบทของโลกยุคปัจจุบัน ทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้ยังสามารถนำมาพัฒนาเป็น Soft Power ที่มีศักยภาพในการสร้างภาพลักษณ์ และดึงดูดความสนใจจากนานาชาติได้ โดยเฉพาะเมื่อผสมผสานกับนวัตกรรมสร้างสรรค์ เช่น สื่อดิจิทัล เกม หรือแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถแปลงเนื้อหาทางวัฒนธรรมให้เข้าถึงง่าย สนุก และเข้าใจได้ในวงกว้าง การใช้ Soft Power ผ่านเครื่องมือเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการผลักดันวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของ กระแสความนิยมร่วมสมัยในระดับประเทศและระดับโลก

อย่างไรก็ตาม แม้จังหวัดน่านจะมีศักยภาพสูงด้านวัฒนธรรม แต่การถ่ายทอดองค์ความรู้เหล่านี้ไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไป ยังขาดกลไกเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถกระตุ้นให้

เกิดความสนใจและการมีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้คนคุ้นชินกับการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี ต้องการประสบการณ์แบบโต้ตอบ และมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ต้องการประสบการณ์และมี ส่วนร่วม แนวคิดเกมพีเคชั่นจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการออกแบบระบบ โดยใช้รูปแบบของเกมที่เน้นการเล่นแบบมีจุดมุ่งหมาย การค้นหา และการเรียนรู้แบบไม่รู้ตัวผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับวัตถุหรือบริบทในเกม จึงถือเป็น การประยุกต์ใช้ Soft Power ผ่านการออกแบบสร้างสรรค์ในรูปแบบที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่

งานวิจัยสร้างสรรค์นี้จึงเสนอแนวทางการ ออกแบบเกมต้นแบบที่สามารถสื่อสารเนื้อหา วัฒนธรรมของจังหวัดน่านได้อย่างร่วมสมัย เข้าใจ ง่าย และสร้างการจดจำได้ ผ่านระบบการเล่นที่ สนุก มีความหมาย และเชื่อมโยงกับพื้นที่จริง เป็น การใช้แนวคิดเกมพีเคชั่นเป็นกลไกสำคัญในการ ผลักดันวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นส่วนหนึ่งของ ประสบการณ์การเรียนรู้และการท่องเที่ยวแบบ ใหม่ที่ตอบโจทย์ทั้งเชิงการศึกษา เศรษฐกิจ และ วัฒนธรรม

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดของเกมพีเคชั่นและ ออกแบบเกมพีเคชั่นที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมใน การรับรู้เรื่องราวของศิลปวัฒนธรรม
2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการออกแบบเกม โดยใช้แนวคิดเกมพีเคชั่น สำหรับส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดน่าน

## แนวคิด / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### การออกแบบเนื้อหาในเกม

ในการสร้างเนื้อหาจากข้อมูลเรื่องราวที่มีอยู่จริง ในการปรับให้เข้ากับการเล่นในเกมควรต้องมี

การการระบอบองค์ประกอบหรือลักษณะที่ผูกกับบริบทหรือเนื้อหาเรื่องราว ในบทความเรื่องเกมเนื้อเรื่องดี มืองค์ประกอบอะไรบ้าง (KKMTC, 2019) ได้อ้างถึงคำแนะนำวิธีการสร้างเนื้อเรื่องในวิดีโอเกมให้น่าจดจำและทรงพลัง โดยบทความนี้ได้อ้างอิงจาก E.M. Welsh ผู้เป็นนักเขียนหนังสือ นิยาย บทภาพยนตร์ บทละครและบทวิดีโอเกม โดยมีแนวทาง คือต้องกำหนดรูปแบบเกมให้ตายตัว อย่างเช่น กำหนดรูปแบบแนวเกมเป็นแนวแอคชั่น (Action) ผจญภัย, แนวยิง FPS (First Person Shooting), แนวปริศนา (Puzzle) หรือแนวอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้การสร้างเกมมีกรอบอย่างชัดเจน และลดความซับซ้อนวุ่นวายในกระบวนการคิดเนื้อเรื่องในวิดีโอเกม เพราะเข้าใจว่ามีเป้าหมายในการสร้างเกมอย่างไรให้ตรงตามรูปแบบที่คาดหวังไว้

### MDA Framework

MDA เป็น framework หรือวิธีคิดในการออกแบบและวิเคราะห์เกมอย่างหนึ่ง โดยเป็นงานวิจัยร่วมกันระหว่างสามท่าน คือ Robin Hunicke, Mark LeBlanc และ Robert Zubek โดยโครงสร้าง MDA นี้ พยายามจะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง Mechanics) หรือกฎกติกา รูปแบบการเล่นต่าง ๆ ของเกมกับความงาม (Aesthetics) หรือความสนุกของเกมที่เกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ โดยที่มีการขับเคลื่อน (Dynamics) คือสิ่งที่เกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้เล่นที่เกิดขึ้นระหว่างการเล่นนั้นเป็นตัวเชื่อม (Tuangd, 2557)

### Gamification

เกมิฟิเคชันคือทักษะของการได้รับจากความสนุกสนาน และองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม ที่ได้จากตัวเกม และนำไปปรับใช้กับโลกความจริงหรือกิจกรรมเพื่อก่อให้เกิดผลต่าง ๆ (Yu-Kai Chou, 2017) จากความหมายที่ว่า “Gamification

means the use of game aspects in activities other than just pure entertainment.” (Gamification, Inc. Recreating companies through games, 2014, p. 9) เกมิฟิเคชัน หมายถึงการใช้แง่มุมของเกมในกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียว รวมถึง คือการใช้กลไกของเกมที่มีแก่นการแก้ไขปัญหาเชิงปฏิบัติหรือเพื่อดึงดูดกลุ่มหรือผู้ชมที่เฉพาะเจาะจง จุดมุ่งหมายหลักที่สำคัญที่มีการนำเอาแนวคิดเกมมิฟิเคชันมาประยุกต์ใช้คือ เพื่อต้องการกระตุ้นความสนใจ สร้างความผูกพัน และส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดพฤติกรรมใด ๆ ตามที่ผู้ออกแบบต้องการ (Simões, Redondo, and Vilas, 2013, p. 346)

เกมิฟิเคชันถูกใช้กับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ หรือการปรับตัวของประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) ของผลิตภัณฑ์ การบริการหรือกระบวนการที่เฉพาะเจาะจง ด้วยความตั้งใจที่จะกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ในเชิงบวก จุดประสงค์ของกระบวนการเกมิฟิเคชันไม่ได้หมายถึงการมีส่วนร่วมในเกมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงปัจจัยที่มีประสิทธิภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความงาม กลไก และการขับเคลื่อน (Dynamic) เพื่อจำลองหรือเลียนแบบประโยชน์ที่เข้าถึงได้ด้วยวิธีการของเกมิฟิเคชัน (Vianna Ysmar, 2017, p.17)

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นลักษณะของงานวิจัยเพื่อพัฒนาผลงานสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยที่เป็นกระบวนการแบบผสมผสาน (Mix Method) ใช้การวิจัยในเชิงของคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้วิธีวิจัยให้เหมาะสมตามรูปแบบของข้อมูล และผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยมีขั้นตอนหลักดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดน่านผ่านการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ใช้ข้อมูลที่สรุปได้จากการสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน มาพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อนำกลับไปเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรมของเมืองน่าน เพื่อการหาอัตลักษณ์หรือความโดดเด่น และนำมาใช้สรุปคำสำคัญที่จะสามารถสื่อสารถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำเสนอตัวตนพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมน่านได้อย่างชัดเจนมากที่สุด

2. สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นเกมและแรงจูงใจ

ประชากรที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 – 40 ปี ในกลุ่มเจนวายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มที่มีรายได้และการจับจ่ายในสัดส่วนสูง (Wirasak Sutanthavibul, 2018) มีลักษณะพฤติกรรมชอบเล่นเกม ชอบการเรียนรู้ รู้จักใช้เทคโนโลยี นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบหาข้อมูลด้วยตนเอง เป็นกลุ่มประชากรที่เปิดกว้างในการรับรู้ผ่านสื่อดิจิทัล และเป็นกลุ่มสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเช่นกัน

3. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการออกแบบเกมที่เหมาะสม

4. ออกแบบเกมต้นแบบเกม

### ผลการวิจัย

#### การนำเสนอเนื้อหาในเกม

จากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในการหาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองน่าน เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

และทุนวัฒนธรรม การท่องเที่ยวในชุมชนในด้านของความเป็นที่นิยมหรือที่มีผล (Impact) สำคัญต่อการท่องเที่ยว เพื่อหาสถานที่ กิจกรรม เส้นทาง การท่องเที่ยวชุมชนซึ่งเป็นที่โดดเด่นในแต่ละด้านที่เชื่อมโยงกับคำสำคัญที่นำเสนอความโดดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองน่าน โดยผลจากการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญสามารถสรุปออกมาเป็น 5 เรื่องสำคัญ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับเนื้อหาการออกแบบต้นแบบของเกมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ดังนี้ 1.) เกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่และอื่น ๆ ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ประเภทวัด 2.) เกี่ยวกับวิถีชีวิตในด้านต่าง ๆ เครื่องแต่งกายพื้นเมือง ศิลปะวัฒนธรรม ชุมชน 3.) เกี่ยวกับอาหาร 4.) กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน 5.) เส้นทางท่องเที่ยว

#### การวิเคราะห์ผลจากการสำรวจกลุ่มเป้าหมายเพื่อใช้ในการออกแบบเกม

ในการสร้างแบบสอบถาม ใช้ผ่านระบบออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงและเร็วที่สุด โดยได้ผลจากแบบสอบถาม ที่มีคุณสมบัติอยู่ในกลุ่มเป้าหมายในที่นี่เป็นจำนวน 410 คน ในส่วนที่ใช้การวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ใช้เกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนจากจำนวนระดับขั้นเท่ากับ 5 ชั้น (คะแนนจาก 1 –5) จากการนำผลสำรวจเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบระบบของเกมให้มีความหลากหลายเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถสรุปรูปแบบการเล่นตามผลสำรวจแต่ละข้อแยกตามแต่ละหัวข้อจากคะแนนที่สูงไปต่ำ เพื่อจะนำมาใช้เป็นแนวทางการออกแบบหลัก ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 รูปแบบของแรงจูงใจผู้เล่น

รูปแบบของแรงจูงใจ (Motivation)	รูปแบบของเกมในการในการจูงใจให้เล่นเกม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้	ค่าเฉลี่ย
Autonomy	มีอิสระในเกมว่าจะเล่นอะไร อย่างไร	4.46
	สามารถคิดสร้างสรรค์การเล่นได้หลากหลาย	4.30
	ความสามารถปรับแต่งตัวละครของตัวเองในเกม	4.06
	<b>รวม</b>	<b>4.27</b>
Mastery	มีระดับความยากง่ายในการเล่น	4.21
	มีระบบการเล่นเกมที่ใช้ทักษะ ความสามารถของผู้เล่นเอง	4.27
	ได้เป็นเจ้าของบางสิ่งบางอย่างในเกม และต้องเล่นเพื่อพัฒนา อัฟเกรดสิ่งนั้น	4.00
	<b>รวม</b>	<b>4.16</b>
Purpose	การเล่นมีเหตุผล เป้าหมายชัดเจนว่าเล่นเพื่ออะไร	4.07
	มีสถานที่ ภารกิจ หรือเรื่องราวใหม่ ๆ ให้ค้นหา	4.34
	ข้อมูลใหม่ ๆ เรื่องราวทางศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว ที่จะได้รับจากการเล่นเกม	3.97
	<b>รวม</b>	<b>4.12</b>

ที่มา: ผู้วิจัย

ตารางที่ 2 หลักขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะกระตุ้นให้ผู้เล่นติดอยู่กับเกม

หลักขับเคลื่อนที่สำคัญ (Core Drives)	สิ่งที่สามารถกระตุ้นให้เข้ามาเล่นได้สม่ำเสมอ	ค่าเฉลี่ย
พัฒนาการ การได้เห็นผลจากสิ่งที่ทำ Development & Feedback	มีความระดับความยากง่ายในการเล่น	4.14
	ผลลัพธ์จากการทำภารกิจสำเร็จที่ดึงดูดใจ	4.10
	การพัฒนาในเกม (Progress) ของตัวละครหรือเลเวลขึ้นไปเรื่อย ๆ	4.39
	<b>รวม</b>	<b>4.21</b>
เป้าหมาย และเนื้อหา Goals & Content	ข้อมูลใหม่ ๆ เรื่องราวทางศิลปวัฒนธรรมของที่ท่องเที่ยว ที่จะได้รับจากการเล่นเกม	4.15
	ภารกิจในเกมที่ต้องติดตามทำต่อเนื่อง	4.06
	มีเป้าหมายในการเล่นที่ชัดเจน น่าสนใจจนต้องเล่นไปให้สุด	4.35
	<b>รวม</b>	<b>4.18</b>

หลักขับเคลื่อนที่สำคัญ (Core Drives)	สิ่งที่สามารถกระตุ้นให้เข้ามาเล่นได้สม่ำเสมอ	ค่าเฉลี่ย
การสำรวจ	การได้สำรวจพื้นที่ สถานที่ในเกม	4.22
สร้างสรรค์	การได้สร้างบางสิ่งบางอย่างในเกม	4.14
Discovery & Creativity	การเล่นที่ปรับวิธีการได้ ถึงเป็นภารกิจที่ซ้ำ แต่ก็สามารถเล่นได้ด้วยวิธีที่ต่างออกไป	4.10
	<b>รวม</b>	<b>4.15</b>
การสะสม และของ	มีไอเทมที่ต้องตามเก็บสะสม	4.19
ตอบแทน	การรวบรวมบางอย่าง เพื่อให้ได้สิ่งของที่พิเศษมากขึ้น	4.14
Collecting & Reward	รางวัลพิเศษ หรือการอัปเดตต่าง ๆ ที่ต้องเข้ามาตามช่วงเวลา	4.08
	<b>รวม</b>	<b>4.13</b>

ที่มา: ผู้วิจัย

ในด้านของระบบการเล่นที่จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นนั้น จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสามารถนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบระบบการเล่นที่เชื่อมโยงกับการได้รับรู้เนื้อหา โดยเลือกใช้ประเภทของการกระตุ้นที่ได้รับค่าคะแนนรวมในแต่ละประเภทที่ได้ค่าเฉลี่ย 4.00 ขึ้นไป มี 4 ประเภท ซึ่งสามารถแยกให้เห็นรูปแบบการเล่นที่ได้ออกแบบตามแนวทางของตัวกระตุ้นในแต่ละด้าน คือ

ตารางที่ 3 รูปแบบหลักของการกระตุ้นที่เชื่อมโยงกับรูปแบบการเล่นและการรับรู้เนื้อหา

ประเภทของการกระตุ้นหลัก	รูปแบบการเล่นที่เชื่อมโยงกับประเภทของการกระตุ้น	การรับรู้เนื้อหาที่เชื่อมโยงกับรูปแบบการเล่น
พัฒนาการ การได้เห็นผลจากสิ่งที่ทำ Development & Feedback	ระบบการทำภารกิจ ในการบรรลุภารกิจ แต่ครั้งจะได้รับชิ้นส่วนไอเทม กลไกจะปรับตามเนื้อหาจากกิจกรรมจริงในพื้นที่	จากการทำภารกิจซ้ำ ๆ ใช้การรับรู้เนื้อหาครั้งละน้อย ผ่านการทำภารกิจที่ใช้เนื้อหาจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่จริง
	ตัวละครหลักสามารถเปลี่ยนเครื่องแต่งกายที่ได้มาจากการคราฟต์ ตัวละครหลักมีระดับของความหิวเพื่อใช้อาหารที่ได้จากการคราฟต์	ลายผ้าพื้นเมือง ประยุกต์ให้ร่วมสมัยผ่านเครื่องแต่งกายตัวละคร อาหารพื้นเมืองที่ใช้เป็นการเพิ่มพลังให้ตัวละคร
	สร้างผลตอบกลับที่ชัดเจนและน่าสนใจที่ได้รับหลังจากการทำภารกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่นแสดงเนื้อหาเพิ่มเติมของไอเทมในภารกิจนั้น ค่าคะแนนประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น ค่าพลังงานที่เพิ่มขึ้นจากการใช้อาหาร	เนื้อหาที่สามารถทยอยในการนำเสนอได้เรื่อย ๆ ผู้เล่นไม่ต้องรับรู้เนื้อหามากในครั้งเดียว

ประเภทของการกระตุ้นหลัก	รูปแบบการเล่นที่เชื่อมโยงกับประเภทของการกระตุ้น	การรับรู้เนื้อหาที่เชื่อมโยงกับรูปแบบการเล่น
	รวมถึงการให้ผู้เล่นรับผลที่ใหญ่มากขึ้นจากการทำภารกิจหลักการ เช่นสามารถปลดล็อคการเล่นหรือตัวละครเพิ่ม	
เป้าหมาย และเนื้อหา Goals & Content	การสอดแทรกเนื้อหาไปกับการทำภารกิจและระหว่างการเดินทางพื้นที่ การสะสมการรู้ความรู้อจากตัวละครชาวบ้าน	โอเอเอ็มจากภารกิจและที่เก็บได้ระหว่างทาง ที่ประยุกต์มาจากสิ่งของ สถานที่ และเรื่องราวด้านศิลปวัฒนธรรม เนื้อหาที่น่าสนใจในการ์ดที่ต้องสะสม
	สร้างเป้าหมายในเกมในแบบที่ผู้เล่นจะสามารถเห็นผลหรือการเปลี่ยนแปลงได้เด่นชัด เชื่อมโยงกับการเล่นและเนื้อหาที่ต้องนำมาใช้ เพื่อให้ผู้เล่นพยายามเล่นให้บรรลุเป้าหมายนั้น	
การสำรวจ สร้างสรรค์ Discovery & Creativity	ระบบการเดินทางให้ส่งเสริมการเดินทางเพื่อค้นหาโอเอเอ็ม อย่างการกระจายการเกิดของโอเอเอ็มให้ตามเก็บ และทำภารกิจย่อยให้ทั่วเมือง	การได้เห็นบรรยากาศของเมือง ลักษณะพื้นที่ที่แตกต่างกัน
	ระบบการคราฟต์ จากโอเอเอ็มที่เกี่ยวข้องที่สะสมได้	
การสะสม Collecting & Reward	มีการสะสมและการรับสิ่งตอบแทนหลายรูปแบบ การได้ผลตอบแทนจากการสะสมนั้น	นำสิ่งของ ผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องทางด้านศิลปวัฒนธรรม มาเป็นโอเอเอ็มสะสม
การวัดผล	สร้างระบบการวัดผลที่สอดคล้องไปกับการเล่น เพื่อให้ผู้เล่นไม่รู้สึกรู้สึกว่าวัดผล	การให้คำตอบที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

ที่มา : ผู้วิจัย

### การหารูปแบบการเล่น (Game Play)

ผลการออกแบบต้นแบบเกมโดยใช้ชื่อว่า Culture Quest โดยข้อสรุปจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 ท่าน ถึงแนวทางการเล่นเกมที่เหมาะสมกับการพัฒนาร่วมกับแนวคิดเกมพีเคชัน เพื่อส่งเสริมการรับรู้เนื้อหา เรื่องราวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงกับพื้นที่จริงในจังหวัดน่านขึ้นนี้ ซึ่งใช้วิธีการสอบถามจากแนวทางการออกแบบที่น่าเสนอด้วย Flow Chart โดยมีข้อสรุป ได้เป็นแนวการเล่นในแบบ Open World ซึ่งผู้เชี่ยวชาญจำนวน 8 จาก 9 ท่าน เห็นว่าเหมาะที่จะเป็นแนวทางของเกมที่จะสามารถพัฒนาให้ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ โดยมีเหตุผล ดังนี้

1. เกมพีเคชันที่ดีจะต้องมีการวัดผล ในการเล่นแบบ Open World จะสามารถใส่กิจกรรมหรือภารกิจในเกมเพื่อวัดผลผ่านการเล่นได้
2. การที่ผู้เล่นสามารถเลือกเส้นทางการเล่นได้อย่างอิสระ ทำให้เลียนแบบประสบการณ์จากการท่องเที่ยวจริงได้
3. การออกแบบกราฟิกในเกมสามารถเลียนแบบสถานที่จริง และนำเสนอความสวยงามทางศิลปะได้หลายรูปแบบ
4. แนวการเล่นสามารถออกแบบให้มีระดับของการพัฒนาได้ เช่นในด้านของตัวละคร ความยาก ซึ่งจะเป็นรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้เล่นรู้สึกติดและอยากอยู่กับเกมได้บ่อย

5. ควรใส่ความเป็น Casual หรือลดความซับซ้อน ซึ่งความง่ายของตัวเกมจะส่งเสริมให้ผู้เล่นเลือกเล่นเกมได้บ่อยขึ้น แม้อาจจะไม่ได้ใช้เวลาานานในแต่ละครั้ง การสื่อสารกับผู้เล่นที่ละน้อยจะทำให้ผู้เล่นไม่รู้สึกรำคาญจริงจังก่อนเกินไป

6. รูปแบบการเล่นจะสามารถให้ผู้เล่นได้มีส่วนร่วมในการรับรู้เนื้อหาได้เหมาะกว่าเกมแนวอื่น

7. ระบบสะสมของต่าง ๆ ในเกม จะสามารถอ้างอิงและเชื่อมโยงกับเรื่องราว หรือสิ่งที่มีอยู่ของการท่องเที่ยวในสถานที่จริงได้มากขึ้น

8. สามารถสร้างความประหลาดใจ (Surprise) กับภารกิจ หรือของรางวัลรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เล่นผูกพันกับเกม

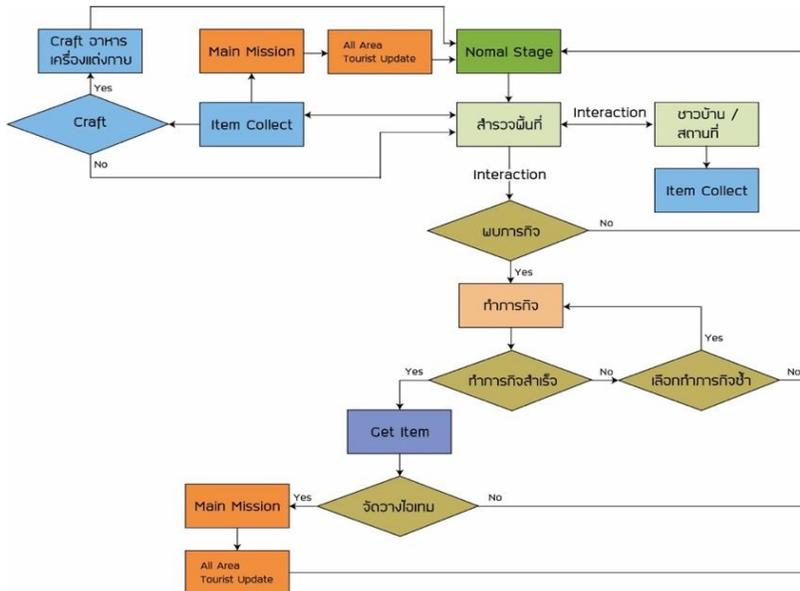
9. รูปแบบการเล่นเหมาะสมกับลักษณะพฤติกรรมการเล่นของกลุ่มผู้เล่นหลัก ในประเภท Explorers ที่พฤติกรรมการเล่นชอบรูปแบบเกมที่ได้ค้นหา มีอิสระในการเดินเกมตามแนวทางของตนเอง

- **แนวคิดเกม:** ผู้เล่นรับบทบาทสมมติเป็นนักเดินทางที่หลุดเข้าไปในโลกแฟนตาซีของเมืองน่าน โดยมีเป้าหมายคือสะสมไอเทมวัฒนธรรมเพื่อนำไปจัดแสดงที่พิพิธภัณฑ์ในเกม เพื่อช่วยสร้างให้เมืองกลับมามีชีวิตชีวา
- **รูปแบบการเล่น (Gameplay):** เป็นแนว Open World ที่เน้นการสำรวจอิสระ การทำภารกิจ การคราฟต์ไอเทม

และการสะสมข้อมูลจาก Mini Game และตัวละคร NPC

- **แรงจูงใจของผู้เล่น:** ได้จากการสำรวจพบว่าผู้เล่นต้องการอิสระในการเล่น (Autonomy), การได้เห็นพัฒนาการของตนเอง (Mastery) และการมีเป้าหมายชัดเจน (Purpose)
- **กลไกเกมพิเศษ:** การสะสมการ์ดความรู้, การคราฟต์เสื้อผ้าท้องถิ่น/อาหารพื้นเมือง การสะสมดาวจากการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว
- **Game Map:** พื้นที่ในเกมจำลองจากสถานที่จริง เช่น วัดภูมินทร์ หอคำ บ้านบ่อสวก ฯลฯ
- **Game Flow:** เกมมีวงจรการเล่นแบบ Loop (สำรวจ – เก็บไอเทม – คราฟต์ – ทำภารกิจ) ที่เชื่อมโยงกับภารกิจหลักเพื่อบรรลุเป้าหมายของเกม

Game Flow หรือการสลับไหลของเกม คือ ส่วนของการดำเนินเกมของผู้เล่น ทั้งในส่วนของการเล่นในตัวเกมและการเล่นที่เชื่อมโยงกับส่วนต่าง ๆ บนหน้าจอ เป็นการแสดงถึงการดำเนินไปของเกมตั้งแต่ต้นจนจบ เป็นสิ่งที่จะต้องออกแบบก่อนในอันดับต้น ๆ เพราะจะเป็นสิ่งที่ทำให้มองเห็นภาพในกระบวนการเล่นทั้งหมดของเกมได้อย่างชัดเจน และควบคุมแนวทางในการออกแบบให้อยู่ในรูปแบบที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเกม



รูปที่ 1 Flowchart แสดงการดำเนินเกมในภาพรวม  
ที่มา : ผู้วิจัย

จากรูปที่ 1 เป็น Flowchart ที่ทำให้เห็นภาพ Flow หรือการดำเนินไปในภาพรวมของเกม แสดงให้เห็นถึงการเล่นที่สำคัญทั้งหมดของเกม และการเล่นที่เป็นรูปแบบวนไปเรื่อย ๆ ตามทิศทางที่เลือกเล่นในเกม ที่อาจสามารถอธิบายเป็นการบรรยายได้ 6 ชั้น คือ

1. Normal Stage คือ การที่ตัวละครอยู่ในพื้นที่ปกติในแต่ละฉาก

2. การสำรวจพื้นที่ (Searching) คือ การที่ผู้เล่นบังคับตัวละครให้ออกเดินหรือวิ่งไปในพื้นที่ในฉากนั้น

3. การสะสมไอเทม (Item Collect) คือ การที่ผู้เล่นเก็บไอเทมต่าง ๆ ที่ค้นพบระหว่างการเดินสำรวจและเก็บจากตัวละครที่เป็น NPC

4. การคราฟต์ (Craft) คือ การที่ผู้เล่นเก็บไอเทมที่เป็นชิ้นส่วนของเครื่องแต่งกายและอาหารเพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องแต่งกายหรืออาหารแบบต่าง ๆ สำหรับใช้กับตัวละครหลัก

5. การทำภารกิจ (Mission) คือ การที่ผู้เล่นบังคับตัวละครให้เลือกเล่นมินิเกม ซึ่งเป็นภารกิจที่ตัวละครจะเล่นให้ผ่านเพื่อเก็บไอเทมสำหรับนำไปใช้กับภารกิจหลัก

6. การทำภารกิจหลัก (Main Mission) คือ ภารกิจที่จะเป็นการทำให้บรรลุเป้าหมายของเกม คือการทำให้พื้นที่ในเกมมีความคึกคักขึ้นจากนักท่องเที่ยว โดยการนำไอเทมที่ได้จากการทำภารกิจและที่สะสมได้ระหว่างทางมาจัดแสดงไว้ที่พิพิธภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดตัวละครใหม่เป็นนักท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่ของเกม

### สรุปและอภิปรายผล

ผลการออกแบบเกมต้นแบบ “Culture Quest” แสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดเกมิฟิเคชันสามารถสร้างกลไกการเล่นที่ทั้งสนุกและส่งเสริมการเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมได้ โดยจากการออกแบบเนื้อหาในตัวเกมได้มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่นของ

เมื่อนานทั้ง 5 ด้าน แทรกอยู่ในทุกระบบการเล่น กลไกเกมที่ออกแบบขึ้น เช่น การสะสมไอเทม การคราฟต์ การปลดล็อกพื้นที่ และการสื่อสารกับ ตัวละคร NPC ล้วนทำหน้าที่เป็นช่องทางในการ ถ่ายทอดเนื้อหาทางวัฒนธรรมอย่างแนบเนียน โดยผู้เล่นจะได้รับข้อมูลในขณะที่เล่นเกมโดยไม่รู้สึกรู้ว่าถูกบังคับให้เรียนรู้ ซึ่งเป็นหัวใจของแนวคิด เกมฟิเคชันในการสร้างแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ที่สำคัญ แนวทางการออกแบบเกม ต้นแบบ Culture Quest ยังสะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพของการประยุกต์ใช้แนวคิด Soft Power ผ่านสื่อบันเทิงอย่างเกม ซึ่งปัจจุบันถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อน วัฒนธรรมในระดับสากล เนื่องจากมีฐานผู้เล่น จำนวนมหาศาลทั่วโลกและมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรม ความสนใจ และการรับรู้ของผู้เล่นใน วงกว้าง

จากการวิจัย กระบวนการออกแบบได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการนำเนื้อหา Soft Power ของจังหวัดน่าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราว ศิลปะ วิถีชีวิต หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น มาผนวกเข้ากับรูปแบบการเล่าเรื่องและการเล่นที่สนุก เข้าถึงง่าย และมีปฏิสัมพันธ์สูง ทำให้เกมสามารถ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสื่อสารวัฒนธรรม อย่างมีพลัง นอกจากนี้ การวางเกมให้เป็นพื้นที่ เรียนรู้เชิงประสบการณ์ที่ไม่เป็นทางการ ยังเอื้อให้ ผู้เล่นได้สัมผัสเนื้อหาทางวัฒนธรรมในลักษณะที่ เรียนรู้โดยไม่รู้ตัว และเกิดความสนใจที่จะเดินทางไปหาประสบการณ์จริงในพื้นที่จริงต่อไป จึงอาจกล่าวได้ว่า เกมสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านพลังของ Soft Power ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในฐานะของเนื้อหาที่ สื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่น และในฐานะของสื่อที่มี ศักยภาพในการขยายผลสู่การส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ การท่องเที่ยว และการเรียนรู้เชิง วัฒนธรรมในวงกว้างอย่างสอดคล้องและกลมกลืน

## References

- Chou, Yu-Kai. (2017). *Actionable Gamification – Beyond Points, Badges, and Leader boards*. Octalysis Media.
- KKMTC. (2019, January 7). *What makes a good story-driven game?*. <https://www.gamingdose.com/feature/what-makes-a-good-story-driven-game/>
- Krairoek Pinkaeo. (2011). Creative economy, cultural capital and business opportunity. *Executive journal*. 31(1): 32-37.
- Simões, J., Redondo, R. D., & Vilas, A. F. (2013). A social gamification framework for a K-6 learning platform. *Computers in Human Behavior*, 29(2), 345-353. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.06.007>
- Tuangd. (2557). *MDA Workshop by Robin Hunicke*. <https://tuangd.com/2014/12/11/mda/>
- Vianna, Y., Vianna, M., Medina, B., & Tanaka, S. (2014). *Gamification, Inc. Recreating companies through games*. (1st ed.). MJV Press.
- Wirasak Sutanthavibul. (2018). *Exploring the behavior of Generation Y*. [www.prachachat.net/finance/news-211619](http://www.prachachat.net/finance/news-211619)

## ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย

ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

ธนัง ชาญกิจชัยโย

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Email: thanang@vru.ac.th

Received: Apr 25, 2025

Revised: Jun 12, 2025

Accepted: Jun 16, 2025

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในปัจจุบันเริ่มไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทางกลุ่มจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนากระเป่าสะพายข้างและกระเป่าใส่เหรียญ เนื่องจากรูปทรงของกระเป่าดังกล่าวง่ายต่อการตัดเย็บ ทั้งนี้กระเป่าทั้งสองรูปแบบยังเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ สรุปได้ว่าปัจจุบันรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือเริ่มไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทางกลุ่มจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์จากส่วน 1 มาออกแบบร่างกระเป่าสะพายข้างและกระเป่าใส่เหรียญ จำนวน 3 รูปแบบ ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้วิจัยได้นำแบบร่างกระเป่าสะพายข้างและกระเป่าใส่เหรียญที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ จำนวน 3 รูปแบบ ไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อประเมิน โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินมีทั้งหมด 5 ประเด็น ได้แก่ ด้านประโยชน์ ด้านความสวยงาม ด้านวัสดุ ด้านการผลิต และด้านเอกลักษณ์ประจำถิ่น ผลการประเมินสรุปได้ว่า แบบร่าง รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมา ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจผลเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60

**คำสำคัญ :** ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ, บ้านหันทราย, พัฒนาผลิตภัณฑ์

# Study and develop handwoven cotton products of Pha Tho Mue Ban Han Sai group Han Sai Subdistrict, Aranyaprathet District, Sa Kaeo Province

Thanang Chankitchunyo

Faculty of Industrial Technology, Valaya Alongkorn Rajabhat University Under the Royal Patronage

Email: thanang@vru.ac.th

Received: Apr 25, 2025

Revised: Jun 12, 2025

Accepted: Jun 16, 2025

## Abstract

The purpose of this research is to 1) investigate the issues and requirements for the development of hand-woven cotton goods in the hand-woven fabric group of Ban Han Sai, Tambon Han Sai, Amphoe Aranyaprathet, Sa Kaeo Province. It was discovered that existing hand-woven cotton product designs are not in high demand among consumers. As a result, the crew has come up with the notion of creating shoulder bags and coin purses since the bags' shapes make sewing easier. Both types of bags remain popular among customers. 2) Design and produce hand-woven cotton items in Ban Han Sai, Tambon Han Sai, Amphoe Aranyaprathet, Sa Kaeo Province. The researcher has separated the data analysis stages into two portions, as shown below: Part 1 Analysis of Problems 2) To design and develop hand-woven cotton products in the hand-woven fabric group of Ban Han Sai, Tambon Han Sai, Amphoe Aranyaprathet, Sa Kaeo Province. The researcher has divided the data analysis steps into 2 parts as follows: Part 1 Analysis of problems and needs of hand-woven cotton product development. It can be concluded that the current hand-woven cotton product designs are not in demand by consumers. Therefore, the group has an idea to develop cotton product designs to solve this problem. The researcher used the analysis results from Part 1 to design 3 designs of shoulder bags and coin purses. Part 2 Evaluation of the design by design experts. The researcher took the newly developed shoulder bags and coin purse designs, 3 designs, to ask for opinions from design experts for evaluation. The issues used in the evaluation consisted of 5 issues: benefits, beauty, materials, production, and local identity. The evaluation results concluded that the draft model 1 was the most appropriate. 3) To study the satisfaction with hand-woven cotton products from the hand-woven cloth group in Ban Han Sai, Han Sai Subdistrict, Aranyaprathet District, Sa Kaeo Province, which were developed. The results of the analysis of overall average satisfaction were at the highest level, with a mean of 4.62 and a standard deviation of 0.60.

**Keywords :** Handwoven cotton products, Ban Han Sai, product development

## บทนำ

ผ้าทอพื้นบ้านของไทยเป็นฝีมือที่แสดงถึง ศิลปะอันเชื่อมโยงถึงวัฒนธรรม ประเพณีและวิถี การดำรงชีวิตของคนพื้นบ้านในแต่ละยุคสมัย ตามกาลเวลาและหล่อหลอมเข้ากับสภาพการ เปลี่ยนแปลงของสังคม จนเป็นเอกลักษณ์ตาม ลักษณะของวิถีชีวิตพื้นบ้านและชุมชนของตนเอง ความงดงามและความประณีตที่สะท้อนออกมา บนผืนผ้าได้สืบสานภูมิปัญญาของชุมชนจากรุ่นสู่ รุ่น การทอผ้าพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่นจึงถือเป็น งานศิลปหัตถกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวิวัฒนาการ อันทรงคุณค่า ความมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มใน การสร้างสรรค์ลวดลาย สี สัน ประดิษฐ์คิดค้นจาก ภูมิปัญญาชาวบ้านและอิทธิพลของความคิดความ เชื่อวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ถึงแม้ว่า ผ้าทอพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่นจะมีความแตกต่าง กันตามวัฒนธรรม และเทคนิคการทำลวดลาย หากแต่ได้สร้างสรรค์เป็นเอกลักษณ์ ความงดงาม เฉพาะตัวที่หาใครมาเลียนแบบได้ยาก จึงทำให้ งานศิลปหัตถกรรมการทอผ้าพื้นบ้านเป็นสิ่งบอก เล่าความเป็นมาของเชื้อชาติ จนทำให้ผ้าไทย เป็นที่กล่าวขานถึงความงดงามวิจิตรบรรจง สร้าง ความภูมิใจแก่คนไทยจวบจนถึงปัจจุบัน (สำนักงาน พัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน, 2554, น.28)

กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เป็นอีกหนึ่ง ชุมชน ที่มีองค์ความรู้ด้านการทอผ้าพื้นเมืองและ ได้นำเอาองค์ความรู้ดังกล่าวที่เป็นดั่งมรดกทาง วัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม 2550, น.5) “ผ้าไทย” เป็น มรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่าที่บรรพบุรุษได้สืบสาน มรดกภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบันที่แสดง ถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ลวดลายต่าง ๆ บน ผืนผ้าสื่อความหมายให้ทราบถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ฯลฯ ของแต่ละท้องถิ่นที่มี

ความแตกต่างกัน มาประกอบเป็นอาชีพผ่านการ จัดตั้ง “กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย” ขึ้นในปี พ.ศ. 2565 เพื่อใช้เป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งจัด จำหน่ายผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนนอกจากนี้ทาง กลุ่มยังได้อนุรักษ์ลวดลายผ้าทอพื้นเมืองโดยการ สอนวิธีการมัดลวดลายผ้าทอพื้นเมือง เช่น ลายดาวแห ลายนาคน้อย ลายเยี่ยวควาย ลายนกสองตีน และ ลายขอกระบวย ให้กับสมาชิกกลุ่ม ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เริ่มเป็นที่ รู้จักมากขึ้นภายในจังหวัดสระแก้ว รวมถึงพื้นที่ ไกลเคียงเนื่องจากผ้าทอมือมีความประณีตและมี ลวดลายที่สวยงาม ทั้งยังได้รับเครื่องหมาย มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จึงทำให้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะซื้อผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่ม เพื่อนำกลับไปเป็นของฝากหรือเพื่อใช้ในการตัด เย็บชุดสำหรับงานพิธีต่าง ๆ ทั้งนี้ด้วยความ ช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐทำให้ทางกลุ่ม สามารถแปรรูปผ้าผืนเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ได้ เช่น กล่องใส่กระดาษเช็ดชู กระเป๋าผ้า และ หมอนฝักทอง ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไป ทดลองวางจำหน่าย ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้ ทดลองวางจำหน่ายนั้นได้รับความสนใจอย่างมาก จากกลุ่มผู้บริโภคเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีการตัดเย็บ ที่ประณีตและมีลวดลายที่สวยงาม อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคได้ให้ข้อคิดเห็นว่าทางกลุ่มควรพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์รวมถึงควรมีวัสดุประเภท อื่นมาใช้ในการตัดเย็บเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความ ร่วมสมัยซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่ากับตัวผลิตภัณฑ์ทั้งยังเป็น การขยายฐานการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ผ้า ฝ้ายทอมือ

จากประเด็นปัญหาด้านการพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหัน ทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัด สระแก้ว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย

เนื่องจากการพัฒนาดังกล่าวจะช่วยเพิ่มมูลค่าและขยายฐานการตลาดให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งยังช่วยการส่งเสริมการทอผ้าพื้นเมืองซึ่งเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่คงคุณค่าแก่การอนุรักษ์สืบไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องต่อความต้องการของตลาด
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใหม่

### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ชัยญา ทองสวัสดิ์ วิกรม วงษ์สุวรรณ และสายฝน จำปาทอง (2559, น.27) วิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม” มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการต่อยอดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านของ จ.มหาสารคาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากผ้าทอพื้นบ้านในจังหวัดมหาสารคามสามารถนำองค์ความรู้ที่อยูในการเรียนการสอนมาบูรณาการกับภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านหนองแคน อ.โกสุมพิสัย โดยคณะผู้วิจัยได้ต่อยอดจากผ้าผืนลวดลายผ้าขาวม้าสีต่าง ๆ นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านหลากหลายประเภท ที่มีความน่าสนใจและโดดเด่น โดยกระบวนการผลิตไม่มีความซับซ้อน ผลิตง่าย มีความคงทน

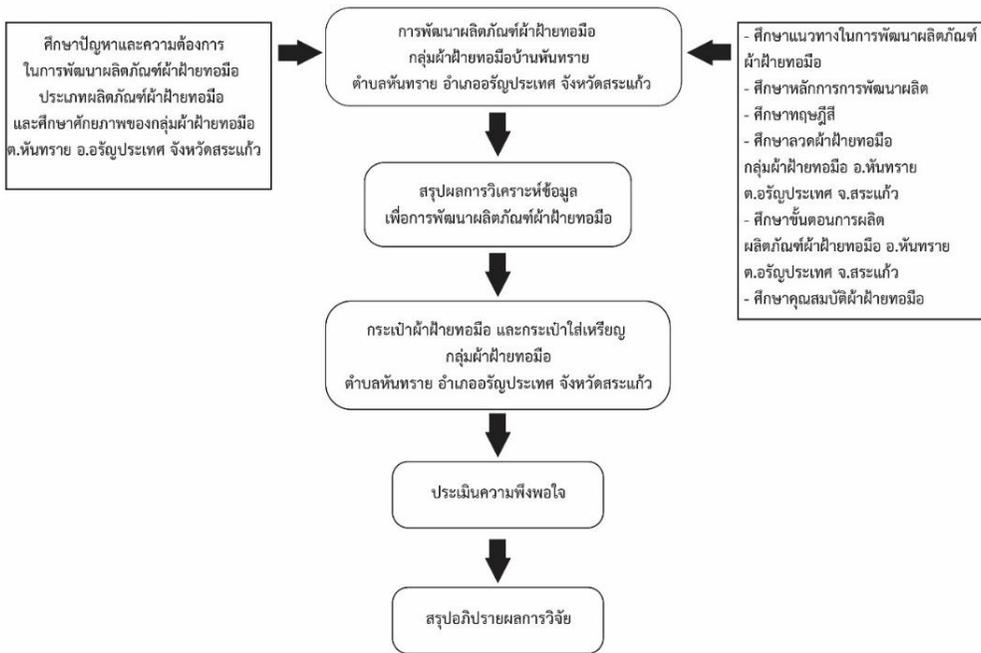
กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค (2559, น.19) วิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาการนำผ้าฝ้ายทอมือมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา กลุ่มหมู่บ้านผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาการนำผ้าฝ้ายทอมือ มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา กลุ่มหมู่บ้านผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน จากปัญหาดังกล่าวจึงต้องการ ทำการออกแบบผลงานให้เกิดความน่าสนใจ เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบส่งเสริมและ ผลักดันให้กลุ่มคนดังกล่าวที่ไม่อยากทำการพัฒนาเห็นถึงความสำคัญต่อแนวทาง ของศิลปะและการออกแบบ เพื่อใช้ในการพัฒนาและต่อยอดของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะ ทำให้ร้านค้าสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพัฒนาศักยภาพชุมชนได้ในอนาคต

พงศ์ธาดา กิรติเรชา (2562, น.239) วิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอ บ้านกำเนียดเพชร ตำบลเมือง อำเภอเมืองเลยจังหวัดเลย” มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าสู่การปฏิบัติ สมาชิกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองกำเนียดเพชร จำนวน 11 คน และภาคีที่เกี่ยวข้อง จำนวน 29 คน การประเมินผลและสรุปบทเรียนโดยใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยผู้นำกลุ่ม ทอผ้าขาวมาสมาชิกกลุ่มทอผ้าขาวมา ผู้นำชุมชน ตัวแทนจากผู้นำท้องถิ่น ตัวแทนนักวิชาการ และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวมา จำนวน 30 คน การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวมา ผ่าของชุมชนบ้านกำเนียดเพชร ผู้ที่เขารับการอบรมได้ ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาไทยประยุกต์ในการออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะในผ้าขาวม้าจดจำได้ง่ายลวดลาย ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมากกว่าเพียงแค่ผ้าขาวม้าสำหรับนุ่งห่มและ

มีความโดดเด่นสวยงามทันสมัยเข้ากับยุคสมัยแต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของผาขาวมาเช่นเดิม

โลศพิก คำนวนชัย และนุชจรา บุญถนอม (2567, น.331) วิจัยเรื่อง “เส้นทางความสัมพันธ์ของการออกแบบผ้าทอของกลุ่มสตรีผ้าทอที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้ผ้าทอของผู้บริโภค ตำบลบ้านทราย อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยการออกแบบ และการออกแบบกราฟิก ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้ผ้าทอของ

ผู้บริโภคผ้าทอของกลุ่มสตรีผ้าทอ ตำบลบ้านทราย อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามทำการเก็บรวบรวม ข้อมูลจาก ผู้บริโภคจำนวน 260 คน โดยใช้สถิติพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ เชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานจากเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. วิธีดำเนินการวิจัย

1.1 การศึกษาข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยผู้วิจัยได้จำแนกข้อมูลดังกล่าวออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ

2. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ตัวแทนกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

จำนวน 3 คน คือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม

2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน

2.3 กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดสระแก้ว จำนวน 100 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผ้าทอมือ จำนวน 3 คน คือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามซึ่งเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

3.2 แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทรายที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ทั้ง 5 ประเด็น คือ ด้านประโยชน์ ด้านความสวยงาม ด้านวัสดุ ด้านการผลิต และด้านเอกลักษณ์ประจำถิ่น

3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดสระแก้ว ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทรายที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ทั้ง 4 ประเด็น คือ ด้านความสวยงาม ด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านวัสดุ และด้านเอกลักษณ์ประจำถิ่น

#### 4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การศึกษาปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่ม จำนวน 3 คน คือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย

4.2 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทรายอำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ให้มีรูปแบบสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมีขั้นตอนดังนี้

4.2.1 ผู้วิจัยได้นำผลสรุปการศึกษาปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว จากข้อ 4.1 มาสรุปเพื่อใช้เป็นตัวกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.2.2 ผู้วิจัยได้นำผลสรุปการศึกษาปัญหาและความต้องการที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว มาวิเคราะห์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นจึงนำไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน และนำผลการประเมินรวมถึงข้อเสนอแนะที่ได้มาทำการปรับปรุงผลิตภัณฑ์จนได้ผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์และจึงนำไปประเมินความพึงพอใจ

4.3 การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว โดยกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดสระแก้ว

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย จำนวน 3 คน คือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ถึงปัญหาและความต้องการที่มีต่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันรายตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว จากนั้นนำมาสรุปโดยการบรรยาย

5.2 การวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ให้มีรูปแบบสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

5.2.1 การศึกษาข้อมูลก่อนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้นำผลสรุปข้อมูลจากศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มจำนวน 3 คน คือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม มาทำการสรุปและแปลผลโดยการบรรยาย

5.2.2 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทรายตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้นำผลสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 3 รูปแบบ จากนั้นจึงนำไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน และนำผลการประเมิน รวมถึงข้อเสนอแนะที่ได้มาทำการสรุปโดยการบรรยาย

5.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP)

จังหวัดสระแก้วจำนวน 100 คน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทรายที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ โดยผู้วิจัยได้ ใช้หลักการวิเคราะห์ทางเลขคณิต เพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการสรุปผลการวิเคราะห์โดยการบรรยายโดยให้ผู้สอบถามเลือกตอบจากความต้องการและกำหนดการแปลความตามค่าเฉลี่ยดังนี้

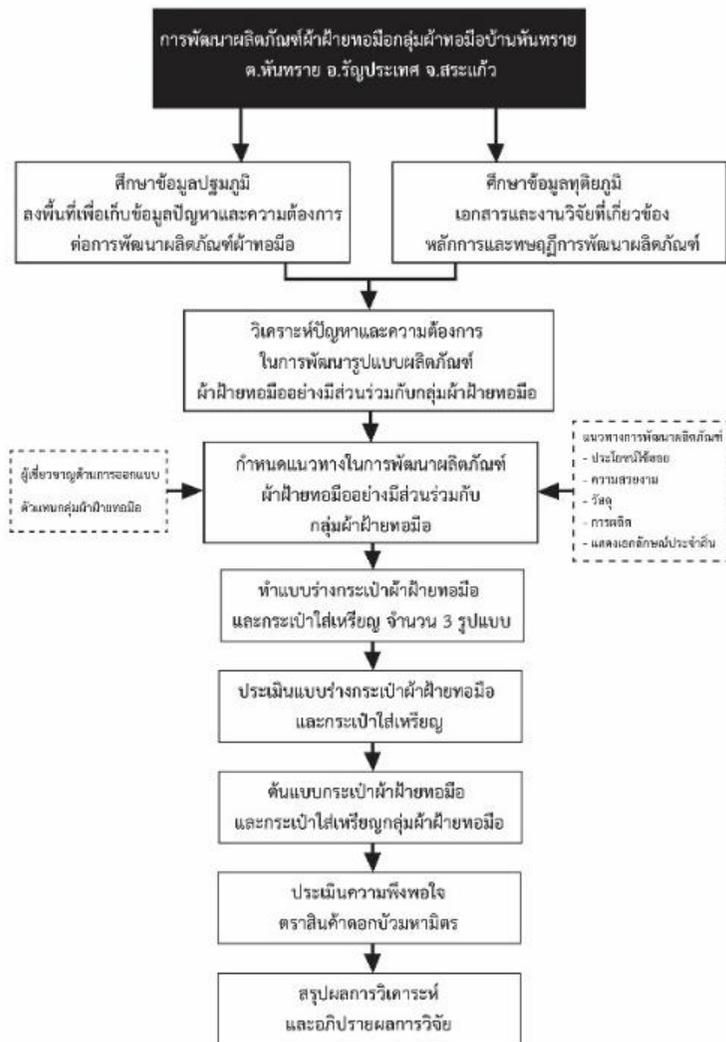
51-5.00 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

3.51-4.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมาก

51-3.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

51-2.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อย

1.00-1.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด



รูปที่ 2 ผังดำเนินงานวิจัย

**ผลการวิจัย**

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินงานวิจัยซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์และขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย และสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว จากการลงพื้นที่กลุ่มผ้าทอมือเพื่อ

สัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่ม จำนวน 3 คน คือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มเพื่อเก็บข้อมูล พบว่า ภูมิปัญญาด้านการทอผ้าในตำบลหันทรายได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เนื่องจากในอดีตชาวบ้านตำบลหันทรายได้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และปลูกฝ้ายเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการทอผ้าเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ชาวบ้านตำบลหันทรายยังได้คิดค้นลวดลายผ้าทอและเทคนิคในการทอผ้าขึ้นมาใช้

เองจึงทำให้ลายผ้าของชาวบ้านตำบลหันทราย มีความละเอียดงดงามและมีความเป็นเอกลักษณ์ ประจำถิ่น ต่อมา ในปี พ.ศ. 2565 ชาวชุมชน ตำบลหันทรายได้รวมตัวกันเพื่อจัดตั้ง “กลุ่มผ้า ทอมือบ้านหันทราย” ณ ตำบลหันทราย อำเภอ อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว เพื่อใช้เป็นสถานที่ รวมตัวกันของสมาชิกเพื่อทอผ้าผืนลวดลายต่าง ๆ ได้แก่ ผ้าขาวม้า, ผ้าทอลายขอทบห้อง, ผ้าทอลาย หน้ากรวด, ผ้าทอลายซ้ายกวนกัน, ผ้าทอลายขอ ทบลวด, ผ้าทอลายเขี้ยวหอก่อตะไคร้, ผ้าทอลาย ขอเครือ, ผ้าทอลายนกสองตีน, ผ้าทอลายขอเกี่ยว กัน, ผ้าทอลายนาคน้อย, ทอลายขอเกลียว, ผ้าทอ ลายขอกระบวย, ผ้าทอลายดาวแห, และผ้าทอ

ลายขอกระบวย ไว้สำหรับจัดจำหน่าย ทั้งนี้สถานที่ ดังกล่าวยังเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องการทอผ้าของชาว ชุมชนบ้านหันทราย ต่อมาในปี พ.ศ. 2566 พัฒนา ชุมชนจังหวัดสระแก้วได้ทำการฝึกอบรมให้แก่ ชาวบ้านชุมชนหันทรายเพื่อให้สามารถแปรรูปผ้า ผืนเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นได้ เช่น กล่องใส่ กระดาษเช็ดขู๋ กระเป๋าผ้า กระเป๋าผ้าหูตุรูด กระเป๋าถือ กระเป๋าใส่เหรียญ และหมอนฝักทอง ซึ่งต่อมาทางชุมชนได้นำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวขอ รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จาก สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเพื่อ ยกระดับมาตรฐานให้กับผลิตภัณฑ์ซึ่งช่วยเพิ่ม มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ



รูปที่ 3 ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ

ด้วยความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคจนทำให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันเริ่มไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทางกลุ่มจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือเพื่อตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้จัดการประชุมร่วมกับตัวแทนกลุ่มผ้าทอมือเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ และจากผลการประชุมร่วมกับตัวแทน คือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ได้ข้อสรุปว่าทางกลุ่มต้องการพัฒนากระเป๋าส่งให้ เป็นกระเป๋าสะพายข้างและต้องการเพิ่มรูปแบบ

การใช้งานให้กับกระเป๋าส่งเหรียญเนื่องจาก รูปทรงของกระเป๋าดังกล่าวง่ายต่อการตัดเย็บ นอกจากนี้กระเป๋าส่งเหรียญยังเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม ผู้บริโภค ทั้งนี้กระเป๋าส่งทั้งสองแบบยังสามารถ จัดเป็นชุดเพื่อจัดจำหน่ายได้ และจากการประชุม กับตัวแทนกลุ่มและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ยังมีข้อคิดเห็นว่าควรนำผ้าแคนวาสมาใช้ร่วมกับ ผ้าฝ้ายทอมือเพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กับกระเป๋าส ะพายข้างและกระเป๋าส่งเหรียญและควรนำเศษ ผ้าที่เหลือจากการทอผ้ามาใช้ในการตกแต่งเพื่อ แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ประจำถิ่นซึ่งช่วยลด ต้นทุนในการผลิตและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์



รูปที่ 4 ประชุมเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ



2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องต่อความต้องการของตลาด ผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

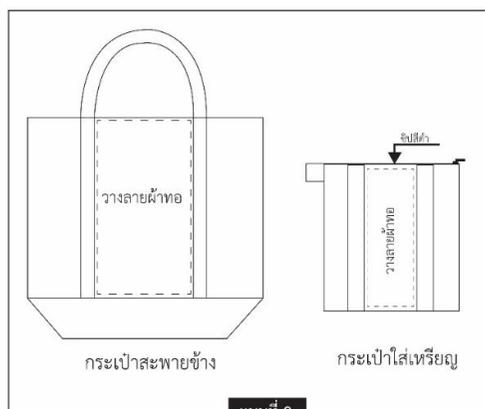
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายทอมือ ซึ่งสรุปได้ว่าปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือเริ่มมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันเริ่มไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ทางกลุ่มจึงมีแนวคิดที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายทอมือโดยการนำผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือและกระเป๋าใส่เหรียญมาพัฒนาให้เป็นกระเป๋าสะพายข้างและเพิ่มรูปแบบการใช้งานให้กับกระเป๋าใส่เหรียญเนื่องจากรูปแบบกระเป๋าดังกล่าวง่ายต่อการตัดเย็บและสามารถจัดจำหน่ายเป็นชุดได้ นอกจากนี้ทางกลุ่มจะใช้ผ้าแคนวาสในการตัดเย็บเพื่อเสริมความแข็งแรงให้กับโครงสร้างของกระเป๋าและจะใช้เศษผ้าที่เหลือจากการทอผ้ามาใช้ในการตกแต่งเพื่อแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ประจำถิ่นซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และลดต้นทุนในการผลิต ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อออกแบบร่างต้นแบบกระเป๋า

สะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญ จำนวน 3 รูปแบบ



แบบที่ 1

รูปที่ 5 แบบร่างต้นแบบกระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญ รูปแบบที่ 1



แบบที่ 2

รูปที่ 6 แบบร่างต้นแบบกระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญ รูปแบบที่ 2



รูปที่ 7 แบบร่างต้นแบบกระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญ รูปแบบที่ 3

ส่วนที่ 2 การประเมินผลการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้วิจัยได้นำแบบร่างต้นแบบกระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ จำนวน 3 รูปแบบ ไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อทำการประเมิน (กระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญแต่ละใบจะมีลวดลายและสีสันทันที่ต่างกันเนื่องจากใช้เศษผ้าเหลือที่ได้จากการทอผ้าในการตกแต่ง) โดยประเด็นที่ใช้ในการประเมินมีทั้งหมด 5 ประเด็น ได้แก่ ด้านประโยชน์ ด้านความสวยงาม ด้านวัสดุ ด้านการผลิต และ

ด้านเอกลักษณ์ประจำถิ่น ผลจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสรุปได้ว่า แบบร่างต้นแบบกระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญ รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากรูปทรงมีความร่วมสมัย สะดวกต่อการใช้งาน และง่ายต่อการตัดเย็บ ทั้งยังสามารถจุสิ่งของได้ในปริมาณมาก เนื่องจากก้นของกระเป๋าสามารถขยายได้ นอกจากนี้ตำแหน่งการวางลายผ้าฝ้ายทอมือยังอยู่ในตำแหน่งที่ชัดเจนแสดงความต่อเนื่องของลายผ้า อย่างไรก็ตามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ให้เสนอแนะเพื่อปรับปรุงให้กระเป๋ามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นโดยเสนอแนะให้เพิ่มหูจับสำหรับหิ้วให้กับกระเป๋าสะพายข้างเพื่อเพิ่มรูปแบบการใช้งาน และเพิ่มช่องใส่สิ่งของภายในเพื่อแยกประเภทสิ่งของที่ใส่ลงไปในตัวกระเป๋า และให้เพิ่มเชือกสำหรับมัดปิดปากกระเป๋าเพื่อป้องกันไม่ให้สิ่งของภายในกระเป๋าทกลง นอกจากนี้ยังเสนอแนะให้นำใช้เชือกกรมมาใช้ร่วมกับกระเป๋าใส่เหรียญเพื่อเพิ่มรูปแบบการใช้งานให้กับตัวกระเป๋า ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะดังกล่าวของผู้เชี่ยวชาญไปปรับแก้เพื่อให้กระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังรูปที่ 8 และรูปที่ 9



รูปที่ 8 กระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่



รูปที่ 9 ภาพแสดงการใช้งานกระเป๋า

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ผู้วิจัยได้กระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ ไปประเมินความพึงพอใจโดยผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดสระแก้ว จำนวน 100 คน

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดสระแก้ว จำนวน 100 คน

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบผลิตภัณฑ์สวยงามร่วมสมัย	4.49	0.74	มาก
2. การจับคู่สีของวัสดุมีความสวยงามเหมาะสม	4.70	0.54	มากที่สุด
3. ผลิตภัณฑ์มีความประณีต	4.65	0.52	มากที่สุด
<b>ผลรวมด้านความสวยงาม</b>	<b>4.61</b>	<b>0.60</b>	<b>มากที่สุด</b>
1. ผลิตภัณฑ์ง่ายต่อการใช้งานและมีความจุที่เหมาะสม	4.69	0.50	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการนำพาและปลอดภัย	4.65	0.57	มากที่สุด
3. ผลิตภัณฑ์ง่ายต่อการดูแลรักษาและการซ่อมแซม	4.61	0.61	มากที่สุด
<b>ผลรวมด้านประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.65</b>	<b>0.56</b>	<b>มากที่สุด</b>
1. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมสวยงามเข้ากับรูปแบบผลิตภัณฑ์	4.61	0.58	มากที่สุด
2. วัสดุที่มีความเหมาะสมแข็งแรง	4.77	0.42	มากที่สุด
3. วัสดุที่ใช้ง่ายต่อการตัดเย็บ	4.48	0.75	มาก
<b>ผลรวมด้านวัสดุ</b>	<b>4.62</b>	<b>0.59</b>	<b>มากที่สุด</b>

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปทรงผลิตภัณฑ์และการตกแต่งบนตัวผลิตภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์ประจำถิ่น	4.48	0.75	มาก
2. ลวดลายบนตัวผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ประจำถิ่น	4.82	0.38	มากที่สุด
3. ลักษณะของผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงการใช้วัสดุท้องถิ่นร่วมกับวัสดุประเภทอื่นได้อย่างเหมาะสม	4.48	0.78	มาก
<b>ผลรวมด้านเอกลักษณ์ประจำถิ่น</b>	<b>4.59</b>	<b>0.64</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.62</b>	<b>0.60</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อกระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ ผลเฉลี่ยมรวมของการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 และเมื่อประเมินความพึงพอใจเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้านพบว่า ผลการประเมินด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 รองลงมาคือ ผลการประเมินด้านวัสดุ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ผลการประเมินด้านความสวยงามอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 และผลการประเมินด้านเอกลักษณ์ประจำถิ่น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว สรุปได้ว่าปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือเริ่มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจึงทำให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่มีจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันเริ่มไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ทางกลุ่มจึงมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือโดยการนำกระเป๋าถือและกระเป๋าใส่เหรียญมาพัฒนาให้เป็นกระเป๋าสะพายข้างและเพิ่มรูปแบบ

การใช้งานให้กับกระเป๋าใส่เหรียญเนื่องจากรูปแบบของกระเป๋าดังกล่าว ง่ายต่อการตัดเย็บและสามารถจัดจำหน่ายเป็นชุดได้ นอกจากนี้จะใช้ผ้าแคนวาสในการตัดเย็บเพื่อเสริมความแข็งแรงให้กับโครงสร้างของกระเป๋าและจะนำเศษผ้าที่เหลือจากการทอผ้ามาใช้ในการตกแต่งเพื่อแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ประจำถิ่นซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ อดิศักดิ์ จินาจันทร์ (2565, น.177) กล่าวว่า สามารถนำเอาข้อมูลทางวัฒนธรรมเหล่านั้นไปสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ่านการสร้าง story-telling และ infographic ทั้งยังช่วยลดต้นทุนในการผลิต

ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบร่าง ต้นแบบกระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญจำนวน 3 รูปแบบ และนำไปประเมินผล การออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน (กระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญแต่ละใบจะมีลวดลายและสีสันทันที่แตกต่างกันเนื่องจากใช้เศษผ้าเหลือที่ได้จากการทอผ้าในการตกแต่ง) ผลการประเมินพบว่า แบบร่างต้นแบบกระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญ รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากมีรูปแบบร่วมสมัย สะดวกต่อการใช้และง่ายต่อการผลิต ทั้งนี้ตำแหน่งการวางลายผ้าฝ้ายทอมือยังอยู่ในตำแหน่งที่ชัดเจนแสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่องของลายผ้า นอกจากนี้การนำวัสดุประเภทอื่นอย่างผ้าแคนวาสมาใช้ใน

การออกแบบยังทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงและร่วมสมัยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพ์ อัสพร นุชนนตรีและคณะ (2023, น.32) กล่าวว่า ภายใต้แนวคิดการผสมผสานวัตถุดิบเป็นนวัตกรรม การออกแบบเพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้เกิดความน่าสนใจและร่วมสมัยมากขึ้น และการนำเศษผ้าเหลือใช้จากการทอผ้ามาใช้ในการตกแต่งผลิตภัณฑ์โดยใช้ทฤษฎีสีในการจับคู่สีทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งสอดคล้องกับ ศศิภาญจน์ นารถโคษา (2565, น.56) กล่าวว่า เนื่องจากวัสดุหลักเป็นเศษผ้าจึงไม่สามารถระบุขนาดผ้าที่แน่นอนได้ลวดลายของผ้ามีความหลากหลายจึงต้องใช้หลักการจับคู่สีให้มีความเหมาะสม ทั้งยังช่วยลดต้นทุนในการผลิต

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคจำนวน 100 คน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายข้างและกระเป๋าใส่เหรียญที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ ผลเฉลี่ยรวมของการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ย 0.60 และเมื่อประเมินความพึงพอใจเป็นรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผลการประเมินด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 รองลงมาคือ ผลการประเมินด้านวัสดุ อยู่ในระดับมากที่สุด 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ผลการประเมินด้านความสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 และผลการประเมินด้านเอกลักษณ์ประจำถิ่น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64

#### ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

2. ควรศึกษาเทคนิคการทอผ้าฝ้ายและการออกแบบลวดลายผ้าเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องมือเพื่อช่วยลดเวลาและขั้นตอนในการผลิต

3. ควรศึกษาคุณสมบัติของผ้าฝ้ายทอมือเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น

#### กิตติกรรมประกาศ

ศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย ตำบลหันทราย อำเภอ อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัด และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านรวมถึงกลุ่มผ้าทอมือบ้านหันทราย

#### References

- Biodiversity-Based Economy Development Office (Public Organization). (2011). *Thai Textile Wisdom Encyclopedia*, Bangkok: Biodiversity-Based Economy Development Office (Public Organization).
- Chinachan, T. (2022). A Product Development of Long Li Jok Textiles by Using Community's Cultural Identities. *The Journal of Social Communication Innovation*, 10(19), 168-178.
- Department OF Cultural Promotion. (2007). *Campaign for the use of "Thai fabric", a cultural heritage*. Bangkok: Office of Printing Affairs, War Veterans Organization under Royal Patronage.

- KEATVIPAK, K. (2016). Study and Development Applies Products from Cotton Hand Made to Products Design, Case Study : The Cotton Hand Weaving Groups at Donluang Village, Amphur Pasang, Lamphun Province. *The Fine & Applied Arts Journal*, 11(1), 13-51.
- Keeratrakha, P. (2019). Product Development of Loincloth for Creative Economy: A Case Study of Local Weaving Groups, Kamnerd Petch, Mueang Subdistrict, Mueangloei District, Loei Province. *Journal for Community Development and Quality of Life*, 7(3), 239-248.
- Kamnuanchai, S. & Boonthanom, N. (2024). The Design of Woven Women's Group Fabric that Influences Consumer Satisfaction and Decision-Making in Ban Sai Subdistrict, Ban Mi District, Lopburi Province. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 11(2), 331-348.
- Nutnonsi, P, Takhai, S, Chanphan, C, Loetlam, O. & Kiratiphatthamrong. P. (2023). Fashion Product Design from Saket Silk at Roi-Et Province. *Rattanakosin Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(1), 15-33.
- Nartkosar, S. (2022). Design and development for home decoration product from indigo dye fabric remnant to reflect the identity of Sakon Nakhon Province. *Journal of Architecture, Design and Construction*, 4(1), 41-57.
- Thongsawasdee, S, Vongsuwan, V. & Jampathong, S. (2016). The Researchers in the Project of T extile Development of Mahasarakham. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 35(4), 24-33.

## การประยุกต์ใช้ข้อกำหนดไทยด้านการออกแบบเพื่อทุกคน กรณีศึกษาห้องศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ศริดารา ติเพียร<sup>1</sup>, บุญเรือง สมประจบ<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Email: <sup>1</sup>sridara\_t@rmutt.ac.th, <sup>2</sup>boonrueng\_s@rmutt.ac.th

Received: May 05, 2025

Revised: May 25, 2025

Accepted: May 28, 2025

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดไทยด้านการออกแบบเพื่อทุกคนที่เกี่ยวข้องกับห้องประชุมในสถานศึกษาที่มีการก่อสร้างมาก่อนปี 2548 เพื่อให้สอดคล้องกันกับพระราชบัญญัติการศึกษา และเป็นประโยชน์กับผู้ใช้งานทุกคน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก วิเคราะห์อุปสรรคการเข้าถึงและเข้าใช้พื้นที่ห้องประชุม และเสนอแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน โดยมีการทบทวนทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ใน 4 ประเด็น คือ 1) ข้อกำหนดไทย แผนนโยบายและมาตรฐานการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา 2) แนวคิดการออกแบบห้องประชุม 3) แนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน และ 4) แนวคิดการประเมินผลหลังการเข้าครอบครองพื้นที่ ระเบียบวิธีวิจัยประกอบด้วยการสำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และทำการทดลองร่วมกันกับการทำแบบสอบถามสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่าแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศที่สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญและข้อกำหนดไทย แบ่งออกได้เป็น 4 ประเด็น คือ 1) บริเวณสิ่งอำนวยความสะดวกด้านนอกอาคาร ที่จอดรถคนพิการและป้ายสัญลักษณ์ 2) การเข้าถึงอาคาร ทางลาด บันได และทางเชื่อม 3) การเข้าถึงห้องประชุม ป้ายแสดงทิศทาง การให้บริการข้อมูล และ 4) พื้นที่ภายในห้องประชุม ระบบความปลอดภัย ประตู ระบบสัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉิน ระดับพื้น พื้นที่นั่ง และพื้นที่หนีภัยในห้องประชุม

**คำสำคัญ :** ข้อกำหนดไทย, การออกแบบเพื่อทุกคน, ห้องประชุม

# Application of Thai legal requirements to universal design: A Case Study of Fine and Applied Arts Auditorium, RMUTT

Sridara Tipian<sup>1</sup>, Boonrueng Somprajob<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Fine and Applied Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Email: <sup>1</sup>sridara\_t@rmutt.ac.th, <sup>2</sup>boonrueng\_s@rmutt.ac.th

Received: May 05, 2025

Revised: May 25, 2025

Accepted: May 28, 2025

## Abstract

This research investigates the application of Thai legal requirements concerning Universal Design to auditoriums in educational institutions constructed prior to 2005. The primary aim is to ensure these facilities comply with the Education Act and benefit all users. This research aims to examine the physical condition of existing facilities, analyze barriers to access and use of the auditorium, and propose improvement guidelines based on the principles of universal design: A case on fine and applied arts auditorium, RMUTT. To achieve this, the study reviews relevant theories and concepts into 4 issues: 1) Thai laws requirements: policies and standards concerning the design of accessible facilities in buildings for persons with disabilities and the elderly 2) Auditorium design concepts 3) Universal Design principles and 4) Post-Occupancy Evaluation (POE) concepts. The research methodology comprised physical environment survey, an expert facility inspection by three specialists, and practical trials in conjunction with a focus group discussion. The research results found that the proposed guidelines for improving facilities based on Universal design principles: A case on fine and applied arts auditorium (RMUTT), consistent with expert recommendations and Thai legal requirements, divided into 4 issues: 1) Outdoor facilities, including disabled parking and signage; 2) Building access, ramps, stairs, and connecting pathways; 3) auditorium access, directional signs and information services; and 4) Inside the auditorium, safety systems, doors, emergency alarm systems, floor levels, seating areas, and escape areas.

**Keywords :** Thai legal requirements, Universal Design, Auditorium

## บทนำ

ความเสมอภาคและความเท่าเทียมกันในด้านคุณภาพชีวิตเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ทุกคนควรได้รับเพื่อการเข้าถึงโอกาสทางสังคม ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นได้ แนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน หรือ อารยสถาปัตย์ ไม่เพียงแต่สนับสนุนผู้ใช้งานเฉพาะเพียงคนพิการ แต่เป็นการออกแบบเพื่อการใช้งานของคนทุกกลุ่มในสังคม รองรับความหลากหลายของมนุษย์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามช่วงวัยหรือเกิดจากสิ่งที่ไม่ได้คาดคิด เป็นการออกแบบที่เข้าถึงได้ ต้อนรับผู้คนทุกเพศทุกวัย เพื่อการมีส่วนร่วมทางสังคม และสนับสนุนการพัฒนาแต่ละบุคคลและชุมชน

“ห้องประชุม หรือ ห้องประชุม” เป็นหนึ่งในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถูกควบคุมให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดไทย ตามกฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 ในหมวด 9 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564 (สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์) ซึ่งห้องประชุมเป็นพื้นที่ที่อำนวยความสะดวกมีความสำคัญ เป็นพื้นที่ที่บุคลากรในองค์กรจะได้รวมตัวกันมาพบปะพูดคุยทำความเข้าใจร่วมกันเพื่อจุดประสงค์เดียวกัน ดังนั้นการจัดสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าไปใช้งานได้ นั้นจึงมีความจำเป็นและสำคัญไม่น้อยกว่าพื้นที่ใช้งานในส่วนอื่นๆของหน่วยงาน แต่ในปัจจุบันยังพบว่าห้องประชุมขนาดใหญ่ที่ถูกสร้างมาก่อนปี 2548 ยังไม่ได้รับการปรับปรุงหรือปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือพระราชบัญญัติควบคุมอาคารอย่างเต็มรูปแบบ เช่นเดียวกับกับห้องประชุมในสถานศึกษา ที่ยังพบปัญหาในการปรับปรุงให้เป็นไปตามข้อกำหนดได้ ซึ่งเป็นข้อก้ำกัและมีความขัดแย้งกันกับพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต พ.ศ.2550 มาตรา 20 ว่าด้วยการเข้าถึงและการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก

ให้คนพิการได้รับบริการสังคมพื้นฐานโดยเฉพาะด้านการศึกษาสำหรับคนพิการ จึงส่งผลให้มีการตราพระราชบัญญัติการจัดการศึกษาสำหรับคนพิการ พ.ศ.2551 หมวด 1 สิทธิและหน้าที่ทางการศึกษา มาตรา 5 ที่เนื้อหาบางส่วนกล่าวถึงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้คนพิการไว้ว่า คนพิการมีสิทธิทางการศึกษา ได้รับการศึกษาโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายตั้งแต่แรกเกิดหรือพบความพิการตลอดชีวิต พร้อมทั้งได้รับเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก สื่อ บริการ และความช่วยเหลืออื่นใดทางการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2551)

ห้องประชุมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสถานศึกษาที่มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย มีหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเข้ามาใช้พื้นที่อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในมหาวิทยาลัยหลายแห่งได้มีนโยบายขยายโอกาสทางการศึกษาที่กว้างขวางไม่จำกัดเฉพาะนักศึกษาปกติ และมีศูนย์บริการนักศึกษาพิการ (Disability Support Services, DSS) ภายในมหาวิทยาลัย ดังนั้นเพื่อให้มีความสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษา และมีอาคารสถานที่ที่อำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อทุกคน ในงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นศึกษาการเข้าถึงและการใช้พื้นที่ของห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ ซึ่งตั้งอยู่ในคณะศิลปกรรมศาสตร์ ที่บรรจุที่นั่งผู้เข้าประชุมมากกว่า 300 ที่นั่ง เปิดใช้งานมามากกว่า 30 ปี ยังไม่ได้รับการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วนตามข้อกำหนดไทย ลักษณะทางกายภาพในปัจจุบันมีผลกระทบต่อการใช้งานและเข้าใช้พื้นที่ห้องประชุมเป็นอย่างมาก ตลอดจนองค์ประกอบสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความทรุดโทรมตามระยะเวลาการใช้งาน ดังนั้นการหาแนวทางการปรับปรุง จึงควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปที่จะนำมาใช้ได้อย่างถูกต้อง เพื่อการรองรับการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยเฉพาะองค์ประกอบเชิงพื้นที่ในส่วนของทางเข้าและทางเดินสัญจรที่เป็นส่วนสำคัญสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ (Yusita Kusumarini, et al., 2012) และป้ายสัญลักษณ์ป้ายแสดงทิศทาง หรือป้ายให้ข้อมูล ที่มีความสำคัญสำหรับผู้ที่มีข้อจำกัดทางร่างกายในด้านต่างๆ เพื่อช่วยให้พวกเขาเคลื่อนไหวได้โดยไม่ต้องได้รับความช่วยเหลือจากผู้อื่น (Ahmad Ezanee Hashim และคณะ, 2012) รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย และเป็นการสร้างแนวทางเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนและดำเนินการที่จะปรับปรุงห้องประชุมแห่งนี้ในอนาคต

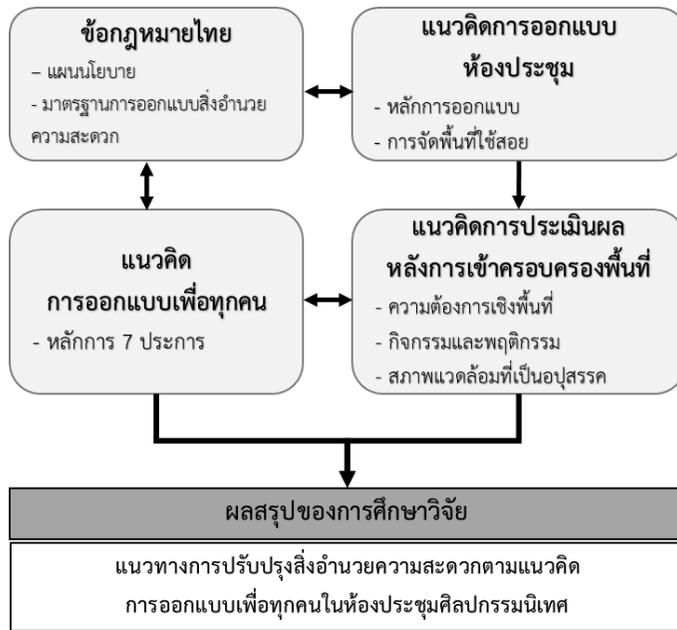
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในปัจจุบัน ตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน
2. เพื่อวิเคราะห์อุปสรรคการเข้าถึงและเข้าใช้พื้นที่ห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. เพื่อเสนอแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน

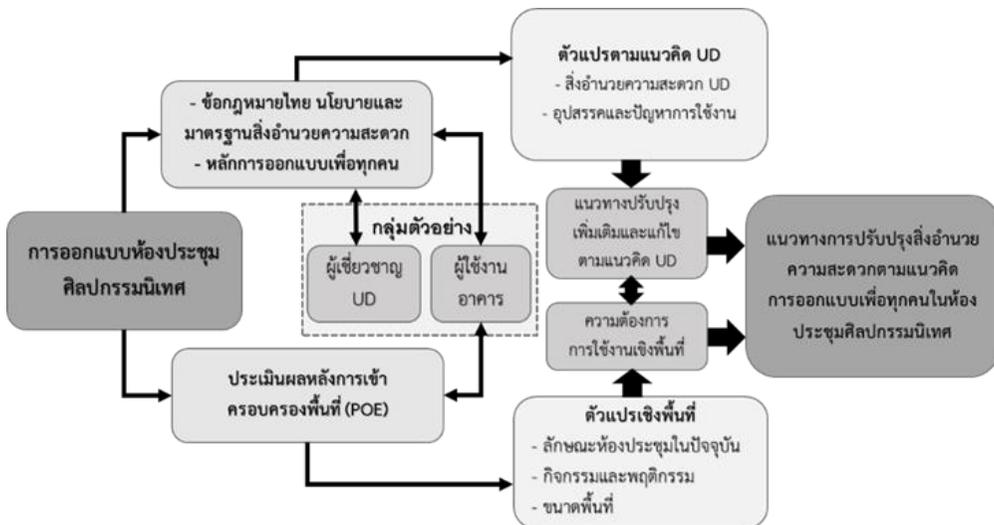
### แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปสรรคในการเข้าถึงและการเข้าใช้พื้นที่ และเสนอแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องประชุมตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน

สามารถอธิบายกรอบทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 ประเด็น คือ ประเด็นที่หนึ่ง ข้อกฎหมายไทย แผนนโยบาย มาตรฐานการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ กฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 และกฎกระทรวงกำหนดลักษณะ หรือการจัดให้มีอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก หรือบริการในอาคาร สถานที่ หรือ บริการสาธารณะอื่น พ.ศ. 2555 (สมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์) ประเด็นที่สอง แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบห้องประชุม เพื่อความเข้าใจในการออกแบบและการจัดพื้นที่ใช้สอย (Guangzhou Smart Sports Industrial, 2023) ประเด็นที่สาม แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design) โดยอ้างอิงหลักการ 7 ประการ (Center for Universal Design, 1997) คือ 1) ทุกคนใช้ได้อย่างเท่าเทียมกัน 2) มีความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนการใช้ได้ 3) ใช้งานง่าย 4) การสื่อความหมายเป็นที่เข้าใจง่าย 5) การออกแบบที่เพื่อการใช้งานที่ผิดพลาดได้ 6) ใช้แรงน้อย และ 7) มีขนาดและพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเข้าถึงและการใช้งาน (ไตรรัตน์ จารุทัศน์, 2558) ศึกษาหลักการร่วมกันกับแผนนโยบายมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อนำไปสู่การสำรวจและตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวก และประเด็นสุดท้าย แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลหลังการเข้าครอบครองพื้นที่ (Post Occupancy Evaluation : POE) (Wolfgang, F.E. et al., 1988) เพื่อการศึกษาความต้องการเชิงพื้นที่ กิจกรรมและพฤติกรรม และสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคในห้องประชุมกรณีศึกษาในสภาพปัจจุบัน



รูปที่ 1 แสดงการเชื่อมโยงกรอบวรรณกรรมสู่ผลสรุปของการวิจัย  
ที่มา : โดยผู้วิจัย



รูปที่ 2 แสดงผังเชื่อมโยงกรอบการวิจัย และการเชื่อมโยงตัวแปร  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคนในห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ ด้วยวิธีการศึกษาทั้งข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลด้วยการสำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพ แบบรายการตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวก (แบบ Checklist) และแบบสอบถามสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งแนวทางการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

**ส่วนที่ 1** ศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรม ทำการศึกษาเบื้องต้นจากเอกสารค้นคว้าทบทวนแนวคิดข้อกำหนดพระราชบัญญัติ และกฎหมายอาคารที่เกี่ยวข้องตามรูปที่ 1 ศึกษาสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพของห้องประชุมตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน ควบคู่ไปกับกฎหมายกระทรวง (มหาดไทย) กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร สำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548 กำหนดผังเชื่อมโยงกรอบการวิจัย และการเชื่อมโยงตัวแปร ตามรูปที่ 2 นำไปสู่การสร้างเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบรายการตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อทุกคน โดยอ้างอิงมาจากกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ และแบบสอบถามสนทนากลุ่มเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้ดำเนินการประเมินความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย และมีกระบวนการของการยื่นพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

**ส่วนที่ 2** การเก็บรวบรวมข้อมูล มีแนวทางและวิธีการ จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ดังนี้ คือ

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลธัญบุรีในปัจจุบัน ตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน

สำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยอ้างอิงมาตรฐานจากคู่มือการออกแบบเพื่อทุกคน (ไตรรัตน์ จารุทัศน์, 2558) โดยใช้แบบผังพื้นอาคารและแบบผังพื้นห้องประชุมกรณีศึกษา ถ่ายภาพ จัดบันทึก สเก็ตทั้งในขณะที่มีกิจกรรม และไม่มีกิจกรรม และทำการประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติเป็นผู้ที่ประกอบวิชาชีพด้านสถาปัตยกรรมและสถาปัตยกรรมภายใน มีประสบการณ์ด้านงานวิจัยและด้านงานวิชาการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุกคน จำนวน 3 ท่าน ทำการประเมินด้วยแบบรายการตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวก

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** เพื่อวิเคราะห์อุปสรรคการเข้าถึงและการเข้าใช้พื้นที่ ห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ทำการทดลองร่วมกันกับแบบสอบถามสนทนากลุ่ม เพื่อทราบถึงขีดความสามารถและความพึงพอใจต่อการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ในปัจจุบัน และสามารถสรุปเป็นอุปสรรคการเข้าถึงและการใช้พื้นที่ของห้องประชุม โดยกลุ่มตัวอย่างจำลองที่มีร่างกายเป็นปกติ แต่มีการจำลองร่างกายด้วยอุปกรณ์เพื่อให้มีข้อจำกัดในการเคลื่อนไหวร่างกาย และเพื่อทราบถึงขีดความสามารถถึงคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดร่างกายที่แตกต่างกัน 3 คน ปฏิบัติการทดลองใน 3 กิจกรรมที่มีผลกระทบต่อ การเข้าถึงอาคาร ได้แก่ 1) การจำลองการนั่งรถเข็น 2) การจำลองการใช้ไม้เท้าช่วยเดิน และ 3) การจำลองการใช้ไม้ค้ำยัน เก็บบันทึกข้อมูลด้วยการสังเกต ถ่ายภาพ วัตถุประสงค์ในการที่ไม่สามารถนำกลุ่มเปราะบางมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการทดลองได้ เนื่องจากผู้วิจัยพบว่าพื้นที่กรณีศึกษามีลักษณะ

ทางกายยังไม่เป็นไปตามมาตรฐานทางกฎหมาย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีสภาพตามระยะเวลาการใช้งาน ดังนั้นจึงเป็นความเสี่ยงต่อกลุ่มเปราะบาง เพื่อความปลอดภัยจึงจำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้

**ส่วนที่ 3** วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการศึกษาจากกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากการสำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ข้อมูลจากการประเมินด้วยแบบรายการตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้เชี่ยวชาญ ประกอบการกับอ้างอิงเกณฑ์มาตรฐานการออกแบบเพื่อทุกคน และข้อมูลจากแบบสอบถามสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ข้อมูลเป็นเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และสรุปผลเป็นแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดไทยด้านการออกแบบเพื่อทุกคน กรณีศึกษาห้องศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยแบ่งตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้ คือ

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** ลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในปัจจุบัน ตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน และจากการทบทวนข้อกำหนดไทย แผนนโยบายและมาตรฐานการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา แนวคิดการออกแบบห้อง

ประชุม และแนวความคิดประเมินผลหลังการเข้าครอบครองพื้นที่

ผลการศึกษาพบว่าห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ ถูกสร้างขึ้นในช่วงปี 2539 ซึ่งเป็นอาคารที่ก่อสร้างก่อนที่จะมีข้อกำหนดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารปี 2548 ห้องประชุมนี้มีขนาดพื้นที่ใช้สอย 512 ตร.ม. บรรจุที่นั่ง 320 ที่นั่ง มีองค์ประกอบพื้นที่ใช้สอยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้ คือ 1) ส่วนโถงทางเข้า และทางสัญจร 2) ส่วนพื้นที่เวที 3) ส่วนพื้นที่พักผ่อนและรับรองวิทยากร 4) ส่วนพื้นที่นั่งผู้เข้าร่วมประชุม และ 5) ส่วนพื้นที่ห้องควบคุม และส่วนพื้นที่ห้องเก็บของ ได้มีการปรับปรุงและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นเพิ่มเติมภายหลังจากที่อาคารถูกใช้งานแล้ว ได้แก่ ทางลาดเข้าสู่อาคารที่มีเพียง 1 จุด และพื้นที่บางส่วนมีการใช้วัสดุปูพื้นที่ไม่ลื่น

ลักษณะของกิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมกรรมการใช้งานภายในห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศมีความหลากหลาย ทั้งในเชิงวัตถุประสงค์และกลุ่มผู้ใช้งาน โดยกิจกรรมที่ดำเนินการประกอบด้วย การปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ การปัจฉิมนิเทศ การประชุมคณาจารย์ การประชุมผู้ปกครอง การจัดอบรมสัมมนา และการซ้อมพิธีรับปริญญาบัตร ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย รวมถึงการใช้พื้นที่จากองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาใช้บริการภายในอาคารแห่งนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์และการตอบแบบสอบถาม พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้งานมีผลโดยตรงต่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ห้องประชุม ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) พฤติกรรมการเข้าสู่อาคารจากพื้นที่ลานจอดรถ 2) พฤติกรรมการเข้าถึงพื้นที่ใช้งานหลักภายในห้องประชุม และ 3) พฤติกรรมการเข้าถึงและเลือกใช้พื้นที่นั่งภายในห้องประชุม ประเด็นพฤติกรรมทั้งสามนี้ ได้รับการนำไป

ประมวลผลเพื่อใช้เป็นกรอบในการออกแบบ ขั้นตอนการทดลองเชิงภาคสนามสำหรับศึกษา ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดในการเข้าถึงพื้นที่ ของห้องประชุม ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคนในระยะต่อไปของการวิจัย

ผลจากการประเมินและตรวจสอบสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน พบว่าระดับการประเมิน ได้คะแนน ร้อยละ 25.0 ซึ่งต่ำกว่าร้อยละ 55.0 โดยอ้างอิงเกณฑ์การประเมินจากกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ

อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง และมีการหาข้อสรุปร่วมกัน เพื่อหาแนวทางการปรับปรุง และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติม

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3** วิเคราะห์อุปสรรคการเข้าถึงและเข้าใช้พื้นที่ห้องประชุม ศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และเสนอแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงห้องประชุม ศิลปกรรมนิเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคน มีผลการวิจัยดังตารางที่ 1 ดังนี้

**ตารางที่ 1** แสดงผลการวิจัยลักษณะทางกายภาพ อุปสรรคการเข้าถึง-การเข้าใช้พื้นที่ และแนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ

หมวด	ลักษณะทางกายภาพ/อุปสรรคการเข้าถึงและการเข้าใช้พื้นที่ของสิ่งอำนวยความสะดวก	แนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญและข้อกฎหมายไทย
1	<b>หมวด:</b> มาตรฐานขั้นต่ำที่จอดรถคนพิการ <b>อุปสรรค:</b> ไม่พบป้ายสัญลักษณ์บนพื้น/ป้ายในแนวตั้งและที่จอดรถสำหรับคนพิการที่ชัดเจนในบริเวณที่จอดรถ มีเจ้าหน้าที่สามารถให้ความช่วยเหลือได้	<b>ข้อเสนอแนะ:</b> จัดทำป้ายสัญลักษณ์บนพื้น และป้ายในแนวตั้งบริเวณที่จอดรถให้ชัดเจนและสังเกตเห็นง่าย จัดพื้นที่จัดทำที่จอดรถสำหรับคนพิการอย่างน้อย 1 จุดที่มีตำแหน่งใกล้กับทางลาดเข้าสู่อาคาร
2	<b>หมวด:</b> มาตรฐานขั้นต่ำหมวดทางลาด <b>อุปสรรค:</b> ทางลาดรองรับผู้ที่ใช้รถเข็น ในระดับความลาดชันของทางลาดอยู่ที่ความสูง 0.75 ม. ความยาว 3.00 ม. มาตรฐานส่วน 1 : 4 ไม่ตรงตามเกณฑ์มาตรฐาน มีการปูพื้นด้วยวัสดุที่ไม่ลื่น มีพื้นที่หน้าทางลาดเป็นพื้นว่าง	<b>ข้อเสนอแนะ:</b> ติดตั้งทางลาดความลาดชัน 1:12 ความกว้าง 1.00 ม. ด้านข้างอาคารที่ติดกับลานจอดรถ เพื่อความสะดวกในการเข้าสู่อาคารทั้งภายนอกและภายในอาคารที่เป็นจุดเชื่อมต่อ ติดตั้งราวจับทั้งสองด้าน ปลายจากจุดเริ่มต้นและสิ้นสุด 0.30 ม. จัดทำผิวต่างสัมผัส
3	<b>หมวด:</b> มาตรฐานขั้นต่ำหมวดป้ายและสัญลักษณ์ <b>อุปสรรค:</b> ไม่พบป้ายสัญลักษณ์รูปคนพิการในพื้นที่ รวมถึงป้ายสัญลักษณ์แสดงทิศทางสู่สิ่งอำนวยความสะดวก	<b>ข้อเสนอแนะ:</b> ติดตั้งป้ายสัญลักษณ์ที่ชัดเจนมองเห็นง่ายในบริเวณที่จอดรถ ทางลาด จุดบริการข้อมูล ห้องน้ำ
4	<b>หมวด:</b> มาตรฐานขั้นต่ำหมวดการให้บริการข้อมูล <b>อุปสรรค:</b> ไม่พบสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการข้อมูล มีเจ้าหน้าที่ประจำอาคารที่สามารถให้ความช่วยเหลือได้	<b>ข้อเสนอแนะ:</b> ติดตั้งโต๊ะหรือเคาน์เตอร์สำหรับให้บริการข้อมูลที่มองเห็นง่าย จัดเตรียมเจ้าหน้าที่เพื่อให้ความช่วยเหลือ

หมวด	ลักษณะทางกายภาพ/อุปสรรคการเข้าถึงและการเข้าใช้พื้นที่ของสิ่งอำนวยความสะดวก	แนวทางการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญและข้อกำหนดไทย
5	<b>หมวด:</b> มาตรฐานขั้นต่ำหมวดบันได <b>อุปสรรค:</b> วัสดุปูพื้นบันไดไม่ลื่น จุกบันไดมีลักษณะเป็นร่อง มีสีเดียวกับกับบันได ลูกตั้งสูงเกิน 15 ซม. ไม่พบราวจับบันได พื้นผิวต่างสัมผัส ไม่พบป้ายแสดงทิศทาง	<b>ข้อเสนอแนะ:</b> ติดตั้งราวจับทั้งสองฝั่งของบันได ปลายยื่นออกจากตัวบันได 0.30 ม. ติดตั้งพื้นผิวสัมผัสที่พื้นทางขึ้นลงบันได และที่พื้นห่างจากจุดสิ้นสุดบันได 30-35 ซม. และติดตั้งป้ายแสดงทิศทางของบันไดที่เชื่อมต่อ
6	<b>หมวด:</b> มาตรฐานขั้นต่ำหมวดทางเดินเชื่อมระหว่างที่จอดรถ-จุดบริการคนพิการ-ห้องน้ำ <b>อุปสรรค:</b> วัสดุที่ใช้ปูทางเดินไม่ลื่น ความกว้างของทางเดินมีสิ่งกีดขวาง ทางเลี้ยวหรือทางแยกภายในอาคารไม่พบพื้นผิวต่างสัมผัส สิ่งกีดขวางทางเดินมีการจัดให้เป็นแนวเดียวกัน	<b>ข้อเสนอแนะ:</b> จัดระเบียบสิ่งของให้บริเวณทางเดินให้ชัดเจนทางด้านใดด้านหนึ่ง จัดทำผิวต่างสัมผัสที่พื้นบริเวณทางเลี้ยวหรือทางแยกภายในอาคาร
7	<b>หมวด:</b> มาตรฐานขั้นต่ำภายในห้องประชุม <b>อุปสรรค:</b> พบร่องรอยของการติดตั้งระบบเตือนภัยการใช้งานได้ไม่สมบูรณ์ ไม่พบอุปกรณ์ชนิดบังคับปิดประตู พื้นขอบประตูเท่ากัน มือจับยังเป็นลูกบิด	<b>ข้อเสนอแนะ:</b> ติดตั้งป้ายแสดงทิศทางหนีไฟให้ชัดเจน ใช้ประตูบานเลื่อนที่มีมือจับในแนวตั้ง ติดตั้งระบบเตือนภัย ได้แก่ สัญญาณแสงหรือป้ายแจ้งเตือนเหตุฉุกเฉินเป็นอักษรวิ่ง และติดตั้งระบบสัญญาณเสียง
8	<b>หมวด:</b> พื้นที่นั่งและพื้นที่หนีภัยในห้องประชุม <b>อุปสรรค:</b> ไม่พบที่นั่งสำหรับคนพิการตามกฎกระทรวง พื้นหนีภัยสำหรับคนพิการ และระบบสัญญาณประกาศเตือนภัยสำหรับคนพิการทางกรมองเห็น	<b>ข้อเสนอแนะ:</b> จัดเตรียมพื้นที่สำหรับคนพิการที่ไชรด์เซ็นในพื้นที่ราบ มีขนาดพื้นที่0.90x1.40 ม. อยู่ใกล้ทางเข้าออกห้องประชุม และจัดเตรียมพื้นที่หนีภัยบริเวณในโถงทางเข้าชั้นเดียวกันกับห้องประชุมขนาด1.50x1.50 ม. มีสัญลักษณ์รูปคนพิการสากลพื้นสีน้ำเงินตัวอักษรสีขาว

จากตารางใน **หมวด 1** มาตรฐานขั้นต่ำที่จอดรถคนพิการ พบว่าไม่สามารถระบุตำแหน่งที่ตั้งที่จอดรถคนพิการ ขาดองค์ประกอบที่จอดรถคนพิการ เช่น สัญลักษณ์บนพื้นและป้ายในแนวตั้งทางเท้าบริเวณที่จอดรถ เป็นต้น มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่สามารถให้ความช่วยเหลือได้ ควรติดตั้งองค์ประกอบที่จอดรถคนพิการและที่จอดรถทั่วไปตามมาตรฐาน

**หมวด 2** มาตรฐานขั้นต่ำหมวดทางลาด พบว่ามีทางลาดเข้าสู่อาคาร 1 จุด ซึ่งมีความลาดชันค่อนข้างมาก จากผลการทดลองร่วมกับแบบสอบถามสนทนากลุ่ม พบว่าผู้ใช้ทางลาดด้วยรถเข็นวีลแชร์ทั้งแบบที่เข็นด้วยตนเองหรือมีผู้ช่วยเข็น มีระดับความพึงพอใจต่อทางลาดใน

ระดับปานกลางจนถึงไม่พึงพอใจเลย เนื่องจากต้องใช้แรงค่อนข้างมาก ส่วนอุปกรณ์ช่วยการเดินอื่นๆสามารถขึ้นลงทางลาดได้ ควรติดตั้งส่วนองค์ประกอบทางลาดด้านความกว้าง ความยาว ช่วง ขอบและราวกันตก จุดต่อเนื้อควรเป็นไปตามมาตรฐาน

**หมวด 3** มาตรฐานขั้นต่ำหมวดป้ายและสัญลักษณ์ พบว่าบริเวณภายนอกอาคารและเข้าสู่ภายในอาคาร ไม่พบร่องรอยของการติดตั้งป้ายสัญลักษณ์ ป้ายแสดงทิศทาง ควรมีการติดตั้งป้ายในตำแหน่งที่เหมาะสม มองเห็นได้ง่ายและชัดเจน

**หมวด 4** มาตรฐานขั้นต่ำหมวดการให้บริการข้อมูล พบว่าไม่สามารถระบุตำแหน่งของเคาน์เตอร์ให้บริการข้อมูลที่แน่นอนได้ ควร

กำหนดที่ตั้งของพื้นที่ให้บริการข้อมูลที่มีมองเห็นได้ง่ายจากทางเข้าอาคาร และจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลประจำเคาน์เตอร์

**หมวด 5** มาตรฐานขั้นต่ำหมวดบันได พบว่า บันไดที่เข้าสู่ตัวอาคารมีจำนวนขั้นทั้งหมด 6 ขั้น ลูกตั้งสูง 17 ซม. ลูกนอนกว้าง 31 ซม. ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน จากผลการทดลองร่วมกันกับแบบสอบถามสนทนากลุ่ม พบว่าผู้ที่ใช้อุปกรณ์ไม้ค้ำยัน มีระดับความพึงพอใจต่อบันไดในระดับดีถึงระดับดีมาก สามารถใช้บันไดในการขึ้นลงได้ แต่ผู้ที่มีขนาดลำตัวปานกลางถึงเล็กต้องใช้ความพยายามและใช้แรงเล็กน้อย แต่ไม่จำเป็นต้องขอความช่วยเหลือผู้อื่น ควรติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง เกณฑ์ตามมาตรฐานเพื่อเพิ่มความปลอดภัย และติดตั้งพื้นผิวต่างสัมผัสบริเวณบันได เพราะจะทำให้สังเกตตำแหน่งบันไดได้ง่าย

**หมวด 6** มาตรฐานขั้นต่ำหมวดทางเดินเชื่อมระหว่างที่จอดรถ-จุดบริการคนพิการ-ห้องน้ำ พบว่ามีสิ่งกีดขวางบริเวณพื้นที่ทางเดินสัญจร แต่เนื่องจากความกว้างของทางเดินสัญจรมีขนาดความกว้างถึง 4.00 ม. จึงไม่มีผลกระทบต่อทางสัญจร จากผลการทดลองร่วมกันกับแบบสอบถามสนทนากลุ่ม พบว่าผู้ที่ใช้รถเข็นวีลแชร์ และอุปกรณ์ช่วยการเดินอื่นๆสามารถสัญจรได้ มีระดับความพึงพอใจในระดับดีถึงดีมาก แต่อาจส่งผลกระทบต่อผู้พิการทางสายตา ควรติดตั้งพื้นผิวต่างสัมผัสที่พื้นบริเวณทางเลี้ยวหรือทางแยกภายในอาคาร และจัดระเบียบสิ่งของให้บริเวณทางเดินให้ชัดเจนด้านใดด้านหนึ่ง

**หมวด 7** มาตรฐานขั้นต่ำภายในห้องประชุม พบว่ามีระบบความปลอดภัยในสภาพไม่พร้อมใช้งาน ประตูเป็นบานเปิดคู่ขนาดใหญ่ ไม่พบระบบสัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉิน ภายในห้องประชุมมีพื้นที่ต่างระดับ 20 ซม. ทำให้ยังไม่สามารถรองรับผู้ใช้รถเข็นได้ จากผลการทดลองร่วมกันกับแบบสอบถามสนทนากลุ่ม พบว่าระดับพื้นและระบบความปลอดภัย

ไม่เอื้อต่อผู้ใช้รถเข็นวีลแชร์ และอุปกรณ์ช่วยการเดินอื่น ๆ เนื่องจากมีความรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยซึ่งมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงน้อย ควรปรับระดับพื้นที่ห้องให้มีความต่างระดับลดลงติดตั้งป้ายแสดงทิศทางการขึ้นลงไฟให้และระบบเตือนภัยให้ชัดเจน ทั้งสัญญาณแสงหรือป้ายแจ้งเตือนเหตุฉุกเฉินเป็นอักษรวิ่ง และติดตั้งระบบสัญญาณเสียง

**หมวด 8** พื้นที่นั่งและพื้นที่หนีภัยในห้องประชุม พบว่าสภาพปัจจุบันผู้ที่ใช้รถเข็นวีลแชร์จะไม่สามารถเข้าถึงห้องประชุมด้วยตนเองได้ เนื่องจากพื้นที่มีความต่างระดับ ควรติดตั้งทางลาดและพื้นที่สำหรับเก้าอี้ล้อ หรือรถเข็นวีลแชร์ บนพื้นที่ราบ มีสัญลักษณ์รูปคนพิการสากลพื้นสีน้ำเงินตัวอักษรสีขาว ตำแหน่งควรอยู่ใกล้ทางเข้าออก และมีพื้นที่หนีภัยบริเวณในโถงทางเข้าชั้นเดียวกัน

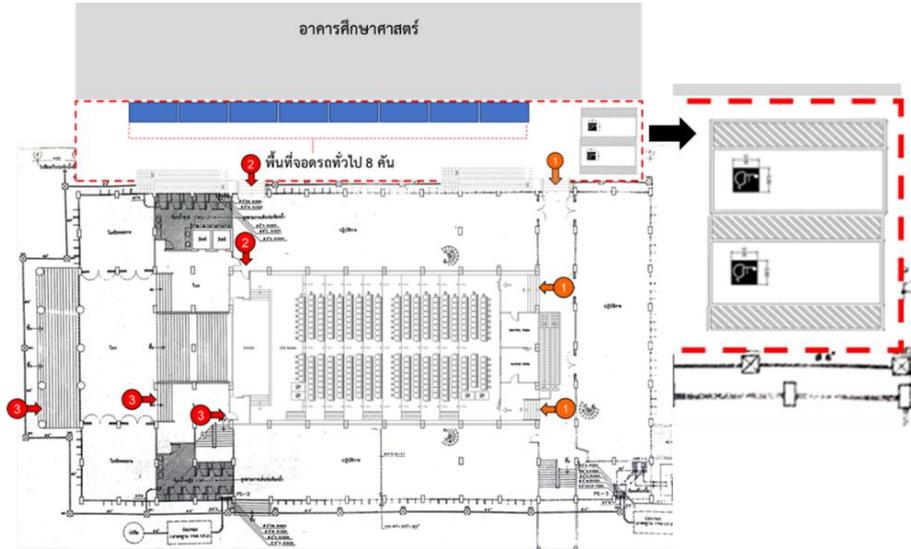
### สรุปและอภิปรายผล

จากลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปสรรคในการเข้าถึงและการเข้าใช้พื้นที่ห้องประชุม และแนวทางปรับปรุง ผู้วิจัยได้เสนอรูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงห้องประชุมศิลปกรรมนิเทศ ตามแนวคิดการออกแบบเพื่อทุกคนที่สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญและข้อกำหนดไทย แบ่งออกได้เป็น 4 ประเด็น ได้ดังนี้ คือ

1) **บริเวณสิ่งอำนวยความสะดวกด้านนอกอาคาร** ติดตั้งพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ จำนวน 2 จุด จัดอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ทางเข้าออกหลักของอาคารหมายเลข 1 ตามรูปที่ 3 สามารถเข้าถึงห้องประชุมได้ง่าย ที่จอดรถเป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีขนาดไม่น้อยกว่า 2.40x6.00 ม. ในบริเวณนี้ด้านข้างอาคารที่เป็นอาคารกรณีศึกษา ควรมีพื้นที่จอดรถทั่วไปที่จอดขนานกับอาคารฝั่งตรงข้าม โดยกำหนดให้มีที่จอดรถได้จำนวน 8 คัน เนื่องจากลานจอดนี้มีช่องทางเข้าออก เพียงช่องทางเดียว

ป้ายสัญลักษณ์บนพื้นกว้างไม่น้อยกว่า 90 ซม. และยาวไม่น้อยกว่า 90 ซม. สัญลักษณ์บนพื้นต้องมีสีตัดกันกับพื้น ทางเท้าหลีกเลี่ยงการทำเป็น

ระดับ ให้ทำเป็นพื้นเอียงตัดขอบ ต่างระดับ 5 ซม. เพื่อผู้ที่ใช้รถเข็นสามารถช่วยเหลือตนเองเพื่อเข้าสู่อาคารได้ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ดูแลที่จอดรถ



รูปที่ 3 ตัวอย่างผังบริเวณแสดงตำแหน่งที่จอดรถคนพิการและที่จอดรถทั่วไป  
ที่มา : โดยผู้วิจัย



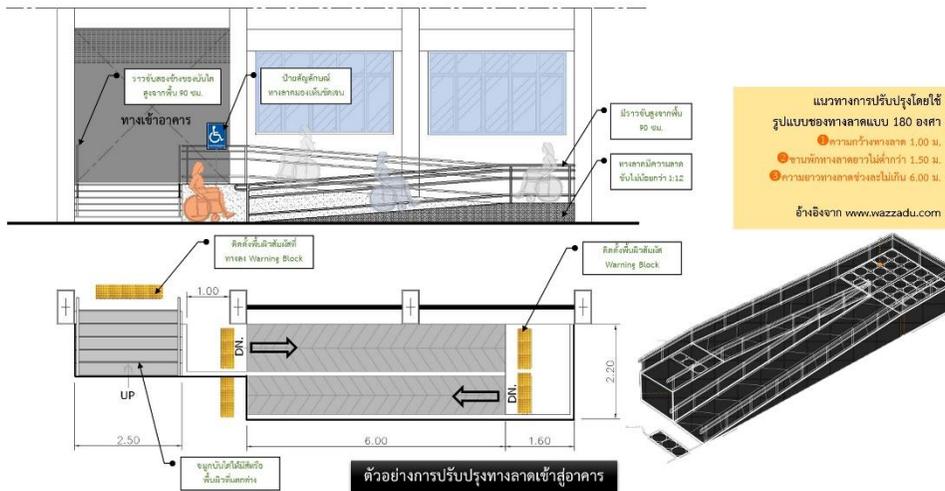
รูปที่ 4 ตัวอย่างลานจอดรถปัจจุบันและการปรับปรุงตำแหน่งที่จอดรถคนพิการ  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

2) การเข้าถึงอาคาร ทางลาดภายนอกอาคาร มีสัดส่วนความลาดชัน 1:12 ความกว้าง 1.00 เมตร จุดติดตั้งทางลาดที่อยู่ภายนอกอาคารจำนวน 2 จุด 1) ทางเข้าบริเวณใกล้ที่จอดรถสำหรับคนพิการ และ 2) ทางเข้าบริเวณทางเข้าอาคารใกล้กับลิฟท์ขนส่ง และใกล้กับทางเข้าห้องประชุม ตามรูปที่ 5

ทางลาดภายในอาคาร มีสัดส่วนความลาดชัน 1:12 ภายในอาคารฝั่งทางเข้าสู่ห้องประชุมด้านหลังของห้อง เพราะมีทางขึ้นที่มีช่องทางสัญจรกว้างและประตูทางเข้าที่กว้างสามารถรองรับผู้ที่ใช้รถเข็นได้ ตามรูปที่ 6

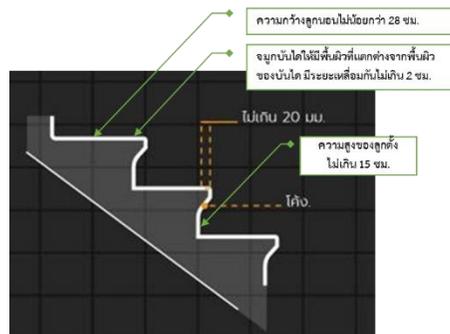


รูปที่ 5 ภาพตัวอย่างทางเข้าอาคารทั้งสองด้านในปัจจุบัน  
ที่มา : โดยผู้วิจัย



รูปที่ 6 ตัวอย่างการปรับปรุงทางลาดทั้งสองด้าน และทางลาดเข้าสู่ห้องประชุม  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

บันได ปรับปรุงความสูงของลูกตั้งไม่เกิน 15 ซม. แก้วไขจุกบันไดให้มีสีหรือพื้นผิวที่แตกต่างจากพื้นผิวของบันได มีระยะเหลื่อมกันไม่เกิน 2 ซม. ตามรูปที่ 7 ติดตั้งราวจับปลายราวจับยื่นเลยจากจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดบันได 30-40 ซม. ขนานกับพื้น มีลักษณะโค้งลงและวางลงด้านล่าง มีพื้นผิวต่างสัมผัสที่ทางขึ้น ขนาด 30 ซม. มีพื้นผิวต่างสัมผัสที่ทางลง ขนาด 30 ซม. พื้นผิวต่างสัมผัสห่างจากจุดสิ้นสุดบันได 30-35 ซม. ติดตั้งป้ายสัญลักษณ์แสดงทิศทาง ตำแหน่ง หมายเลขชั้น บริเวณทางขึ้นลง



รูปที่ 7 แนวทางการปรับปรุงลูกตั้งและลูกนอนของบันได

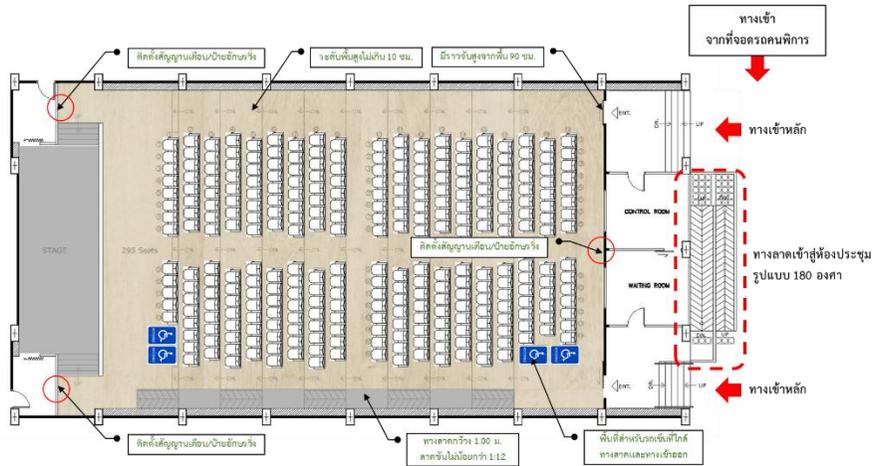
ที่มา : <https://www.wazzadu.com/article/5097>

ทางเดินเชื่อมระหว่างที่จอดรถ-จุดบริการคนพิการ-ห้องน้ำ จัดระเบียบสิ่งของให้บริเวณทางเดินให้ชัดเจนด้านใดด้านหนึ่ง จัดทำผิวทางสัมผัสในบริเวณทางแยก ทางเลี้ยว กันเพื่อให้ทราบก่อนถึงสิ่งกีดขวาง ห่างจากสิ่งกีดขวางไม่น้อยกว่า 30 ซม.

**3) การเข้าถึงห้องประชุม** ป้ายและสัญลักษณ์แสดงทิศทางที่ชัดเจนไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่จอดรถ ทางลาด จุดบริการข้อมูล และห้องน้ำ ติดตั้งบริเวณทางขึ้นลงของบันไดที่เชื่อมระหว่างชั้น ส่วนบริการข้อมูล ติดตั้งโต๊ะหรือเคาน์เตอร์มองเห็นง่าย ติดตั้งแผนผังการใช้อาคาร มีข้อมูลข่าวสาร เผยแพร่ในรูปแบบสื่อเสียงหรือตัวอักษร มีการประกาศข้อมูลที่มีเสียงดังและสามารถได้ยินอย่างชัดเจนทุกบริเวณสำหรับคนพิการทางการเห็น มีการประกาศข้อมูลหรือสื่อความหมายที่เป็นตัวอักษรหรือไฟวิ่งหรือป้ายสำหรับคนพิการทางการได้ยิน โดยติดตั้งในบริเวณที่เห็นได้ชัดเจน มีขนาดใหญ่เพียงพอสำหรับการมองเห็น และมีแสงสว่างเป็นพิเศษทั้งกลางวันและกลางคืน ทั้งนี้ ควรจัดให้มีความช่วยเหลือโดยเจ้าหน้าที่ประจำอาคาร

**4) พื้นที่ภายในห้องประชุม** ระบบความปลอดภัย ตรวจสอบระบบสปริงเกอร์ ระบบดับเพลิงอัตโนมัติ แผนผังต่างสัมผัสแสดงในชั้น

ของห้องประชุม มีอักษรเบรลล์แสดงตำแหน่งของห้องประชุม และทิศทางไปสู่ทางหนีไฟ โดยติดตั้งที่กึ่งกลางบานประตูด้านในและอยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.30 ม. ไม่เกิน 1.70 ม. ส่วนประตูปรับปรุงเป็นบานเลื่อนติดอุปกรณ์รางเลื่อนที่มีคุณภาพกว้างประมาณ 0.90-1.00 ม. ไม่ติดตั้งอุปกรณ์ชนิดบังคับให้บานประตูปิดเองได้ มีจับประตูขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 3-4 ซม. ในแนวตั้ง ทั้งด้านในและด้านนอก ปลายบนสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.00 ม. ปลายล่างไม่เกิน 80 ซม. ส่วนระบบสัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉิน ติดตั้งป้ายแสดงทิศทางหนีไฟให้ชัดเจน ติดตั้งระบบเตือนภัย ได้แก่ สัญญาณแสงหรือป้ายแจ้งเตือนเหตุฉุกเฉินเป็นอักษรวิ่ง และติดตั้งระบบสัญญาณเสียง ส่วนระดับพื้นภายในห้องประชุม ปรับระดับพื้นให้ลดลง 10 ซม. มีทางลาดจากทางเข้าหลักจนถึงบริเวณพื้นที่หน้าเวที และส่วนสุดท้ายพื้นที่นั่งและพื้นที่หนีภัยในห้องประชุม จัดเตรียมที่นั่งสำหรับคนพิการที่ใช้รถเข็นตามมาตรฐานกฎกระทรวง ในรูปแบบเสนอแนะห้องประชุม มีจำนวน 295 ที่นั่ง จำเป็นต้องมีพื้นที่สำหรับรถเข็น 4-6 ที่นั่ง ต้องเป็นพื้นที่ราบอยู่ในตำแหน่งที่เข้าออกได้สะดวก มีขนาดของพื้นที่กว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.40 เมตร ตามรูปที่ 8-10



รูปที่ 8 ตัวอย่างการปรับปรุงทางเข้าห้องประชุมหลักจากทางเข้าที่ใกล้กับที่จอดรถคนพิการ  
ที่มา : โดยผู้วิจัย



รูปที่ 9 ตัวอย่างภาพห้องประชุมปัจจุบันและการปรับปรุงภายในห้องประชุมด้านหน้าเวที  
ที่มา : โดยผู้วิจัย



รูปที่ 10 ตัวอย่างภาพห้องประชุมปัจจุบันและการปรับปรุงภายในห้องประชุมด้านทางเข้าหลัก  
ที่มา : โดยผู้วิจัย

จากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยพบว่าทางเข้าและทางเดินสัญจรเป็นองค์ประกอบเชิงพื้นที่ที่มี

ความสำคัญมากที่สุดต่อการเข้าไปสู่อาคาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yusita Kusumarini,

et al., (2012) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกทางเข้าและทางเดินเป็นองค์ประกอบเชิงพื้นที่อย่างหนึ่งในสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นต้องศึกษา นอกจากนี้ยังพบว่าในอาคารกรณีศึกษาที่ทำวิจัยครั้งนี้ ทั้งภายนอกและภายในอาคารไม่พบป้ายสัญลักษณ์ป้ายแสดงทิศทาง หรือป้ายให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นองค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวกรายการนี้มีความจำเป็นต่อกลุ่มผู้ใช้งานในหลายกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahmad Ezanee Hashim, et al., (2012) กล่าวว่า ผู้ใช้รถเข็นที่มีความสามารถในการเดินจำกัดในการเดินในศูนย์การค้า ควรปรับปรุงระดับป้ายในพื้นที่ที่เลือกเพื่อให้ระบุสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีทางเดินที่ปลอดภัยและชัดเจน และมีความสำคัญต่อผู้พิการทางสายตาที่เดินได้ง่ายขึ้น สำหรับผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ก็มีการเน้นย้ำถึงความสำคัญของป้ายที่ชัดเจนและมีเหตุผลเพื่อช่วยให้พวกเขาเคลื่อนไหวได้โดยไม่ต้องได้รับความช่วยเหลือจากผู้อื่น

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าการออกแบบเพื่อทุกคนเป็นองค์ประกอบสำหรับชีวิตที่ยั่งยืนและเป็นการพัฒนาสังคม สภาพแวดล้อมที่ได้รับการออกแบบเพื่อทุกคนนั้นให้ความสำคัญกับความสามารถในการปรับตัว และความยืดหยุ่นซึ่งสามารถช่วยลดผลกระทบต่อวงจรชีวิตของมนุษย์และส่งเสริมให้ผู้อยู่อาศัยมีส่วนร่วมในสังคม (Syazwani Abdul Kadir, et al., 2013) จากสิ่งที่รับรู้โดยทั่วไปว่า 7 ข้อ ของหลักการของการออกแบบเพื่อทุกคน และมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ในกฎและข้อบังคับนั้น ในปัจจุบันด้วยข้อจำกัดของงบประมาณ ลักษณะทางกายภาพของอาคารเดิม จึงทำให้พบปัญหาในการปรับปรุงอาคารให้เป็นไปข้อกำหนดทางกฎหมายได้ ดังนั้นในการวางแผนที่จะมีการปรับปรุงอาคารในแต่ละครั้ง ควรมีการให้

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบเพื่อทุกคน ร่วมกันประเมินและตรวจสอบรายการสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะผู้ที่มีประสบการณ์จะสามารถแนะนำแนวทางและแก้ไขปัญหาค่าเหมาะสมกับอาคารนั้น ๆ

## References

- Ahmad Ezanee Hashim, et al., (2012). Access and Accessibility Audit in Commercial Complex: Effectiveness in Respect to People with Disabilities (PWDs). ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies, 452-461. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.049>
- AVL Design. (2020, September 25). Universal Design: A principle of equal design for sustainable organizations. <https://avl.co.th/universal-design/>
- Chutikarn Changsanoh, C. (2020). Universal Design for Museum and Auditorium: Case Study of Siam Niramit and Museum of Contemporary Art. Sarasat: Journal of Architecture and Design, 1/2020, 27-40.
- Guangzhou Smart Sports Industrial. (2023, March 16). Auditorium and seating design. <https://th.smartbleachers.com/info/auditorium-and-seating-design-89445932.html>

- Jarutach, T. (2015) Universal Design Guidebook. Operations Unit: Research environment for the elderly and disabled people, the Thailand Research Fund (TRF). Ministry of Interior. (2005, June 8). Ministerial Regulations on Facilities in Buildings for the Disabled or Handicapped and the Elderly B.E. 2005. [https://download.asa.or.th/03media/04law/cba/mr/mr48-58e-upd\(02\).pdf](https://download.asa.or.th/03media/04law/cba/mr/mr48-58e-upd(02).pdf)
- Ministry of Social Development and Human Security. (2012, December 26). Ministerial Regulations specifying the characteristics or provision of equipment, facilities or services in buildings, locations or other public services, B.E. 2012. [https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/BKK\\_th/d2d8c77204d9b6d2853cd9cd9240c23f.pdf](https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/BKK_th/d2d8c77204d9b6d2853cd9cd9240c23f.pdf)
- Ronald L. Mace on NC State University. (1997). College of Design. Design. [ncsu.edu.https://design.ncsu.edu/research/center-for-universal-design/](https://design.ncsu.edu/research/center-for-universal-design/)
- Syazwani Abdul Kadir, et al., (2013). Universal Design as a Significant Component for Sustainable Life and Social Development. ASEAN Conference on Environment-Behaviour Studies (pp. 179-190). doi:10.1016/j.sbspro.2013.08.349
- Wazzadu Encyclopedia. (2021, February 13). *Staircase Design Architecture*. <https://www.wazzadu.com/article/5097>
- Wolfgang, F.E. et al., (1988). *Post-Occupancy Evaluation*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Yusita Kusumarini, et al., (2012). *Signage System of Malls in Surabaya: Universal interior design applications and suggestions for solution*. ASIA Pacific International Conference on Environment-Behaviour Studies, 515-525. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.245>
- Yusita Kusumarini, et al., (2012). Entrance and Circulation Facilities of Malls in Surabaya: A universal interior design application. ASIA Pacific International Conference on Environment-Behaviour Studies, 526-536. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.246>

## วารสารดีไซน์เอกโค

วารสารดีไซน์เอกโค : วารสารเพื่อการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวารสารตีพิมพ์ และเผยแพร่บทความวิจัยด้านศิลปะประยุกต์ นฤมิตศิลป์ นิเทศศิลป์ มัณฑนศิลป์ ทัศนกรรมศิลป์ ศิลปะทัศนกรรม บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารฉบับนี้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่านต่อหนึ่งบทความ และต้องได้รับความเห็นชอบจากบรรณาธิการวารสารดีไซน์เอกโค : วารสารเพื่อการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยบทความที่พิจารณาตีพิมพ์ในวารสารนี้จะต้องไม่เคยตีพิมพ์ เผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ของวารสารอื่น กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขต้นฉบับและการพิจารณาตีพิมพ์ตามลำดับก่อนหลัง โดยมีข้อเสนอแนะในการส่งบทความดังนี้

## การเตรียมต้นฉบับบทความ

ชื่อเรื่อง (Title)	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษควรสั้น กระชับ ครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ และสื่อความหมายของเรื่องที่ทำอย่างชัดเจน
ชื่อ-นามสกุลของผู้เขียน	ระบุชื่อ นามสกุลเต็ม ของผู้เขียนให้ครบทุกคน <b>โดยไม่ต้องใส่คำนำหน้านามใด ๆ</b> ระบุสถานที่ทำงานหรือหน่วยงานที่สังกัดของผู้เขียน, ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
บทคัดย่อ (Abstract)	มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นเนื้อความสรุปสาระสำคัญของเรื่อง ครอบคลุมวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย และผลสรุป มีความยาวไม่เกิน 300 คำ ให้พิมพ์คอลัมน์เดียว
คำสำคัญ (Keyword)	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ จำนวน 3-5 คำ
บทนำ	อธิบายถึงความสำคัญหรือที่มาของปัญหาที่ทำการศึกษา วัตถุประสงค์ และอาจรวมไปถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องบางส่วน
เนื้อเรื่อง	ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กระชับและชัดเจน
วิธีการวิจัย	อธิบายขั้นตอนการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
ผลการวิจัย	อธิบายผลการทดลองที่พบอย่างชัดเจน ครบถ้วน
สรุปและอภิปรายผล	เป็นการประเมิน การตีความ และการวิเคราะห์ในแง่มุมต่าง ๆ ของผลที่ได้ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ มีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลงานผู้อื่นอย่างไร โดยต้องมีการอ้างทฤษฎีหรือผลการศึกษาของผู้อื่นที่เกี่ยวข้องประกอบ
กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	ระบุสั้น ๆ ว่าได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยและความช่วยเหลือจากแหล่งใดบ้าง
เอกสารอ้างอิง (References)	ให้เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ American Psychological Association (APA) ตามรูปแบบที่กำหนด <b>โดยแปลเอกสารอ้างอิง (References) จากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษ</b>

รูปภาพและตาราง

ต้องมีความคมชัดเป็นภาพขาวดำที่ชัดเจน มีคำอธิบายสั้น ๆ ครบถ้วน และเข้าใจ กรณีที่เป็นตาราง ให้ระบุลำดับที่ของตาราง ใช้คำว่า “ตารางที่.....” และอธิบายใส่ไว้ในเนื้อตาราง กรณีที่เป็นรูป ให้ระบุลำดับที่ของรูปใช้คำว่า “รูปที่.....” และมีคำอธิบายใส่ไว้ได้รูป

### การเขียนเอกสารอ้างอิง

#### American Psychological Association (APA)

#### การอ้างอิงในเนื้อหา

กรณีที่ผู้เขียนต้องการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) มี 3 รูปแบบ ดังนี้

1. **ผู้แต่ง, ปีพิมพ์, เลขหน้า** ไว้ท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, น. 35-40)

(McCartney & Phillips, 2006, pp. 498-499) (Murphy, 1999, p. 85)

กรณีที่ไม่มีปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บเดียวกัน

เช่น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

2. **ผู้แต่ง (ปีพิมพ์, เลขหน้า)** กรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ไม่ต้องระบุไว้ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น ยุทธ โกยวรรณ (2557, น.45) ได้ศึกษาถึง.....

Kanokon Boonsarngsuk (2002, p. 14) studied.....

กรณีที่ไม่มีปรากฏเลขหน้าให้ลงแค่ชื่อผู้แต่งกับปีพิมพ์โดยลงปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บ

เช่น สายชล ทองคำ (2550)

3. **ปีพิมพ์ ผู้แต่ง (เลขหน้า)** กรณีมีการระบุปีพิมพ์และผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว (ปีพิมพ์และผู้แต่งสามารถสลับที่กันได้) ให้ระบุเฉพาะเลขหน้าที่อ้างอิงในวงเล็บเท่านั้น เช่น ในปี 2551 รัชสรรค์ ประเสริฐศรี ได้กล่าวว่า ผู้นำ คือ บุคคลที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยเป็นผู้แสดงบทบาทความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือผู้นำคือ บุคคลซึ่งก่อให้เกิดความมั่นคงและช่วยเหลือบุคคล ต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม จากความหมายของผู้นำที่กล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า ผู้นำเป็นบุคคลที่มีอำนาจหรืออิทธิพลเหนือบุคคลอื่นในกลุ่มหรือชุมชน เป็นที่ยอมรับและได้รับการเชื่อถือฟังจากสมาชิกของกลุ่มหรือชุมชนที่ต้องปฏิบัติตามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกลุ่มที่ตั้งไว้ (น. 9)

#### การอ้างอิงท้ายบทความ

เป็นการรวบรวมเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความ **\*\*โดยแปลเอกสารอ้างอิงจากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษ\*\*** และจัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ตัวอย่าง เช่น

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อหนังสือ(ตัวเอียง)*. (พิมพ์ครั้งที่). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ, *ชื่อหนังสือ(ตัวเอียง)*. (เลขหน้าบทความ). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร(ตัวเอียง)*. ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่), เลขหน้าบทความ.

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่วิจัยสำเร็จ). ชื่อวิทยานิพนธ์(ตัวเอียง). วิทยานิพนธ์ปริญญา(ระดับ) ชื่อสาขาวิชา  
สังกัดของสาขาวิชา มหาวิทยาลัย.

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท. ใน หรือIn ชื่อ บรรณาธิการ (บ.ก. หรือ Ed. หรือ Eds.),  
ชื่อการประชุม (น. หรือ p. หรือ pp. เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

#### การส่งต้นฉบับบทความ

ส่งบทความผ่านระบบ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jdecho> เท่านั้น หากต้องการ  
รายละเอียดเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ที่ กองบรรณาธิการวารสารดีไซน์เอคโค : วารสารเพื่อการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน  
สุนันทา เลขที่ 1 ถนนอุทองนอก แขวงวชิระ เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์ 0 2160 1438 ต่อ 23 โทรสาร  
0 2160 1440 Email : fit\_journals@ssru.ac.th



คณะวิศวกรรมศาสตร์  
และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

# DESIGN ECHO

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