

การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว  
เมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

STUDY AND DESIGN OF DIJITAL MADIA FORMATS FOR PUDIC RELATIONS FOR  
SECONDARY CITY TOURISM NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
พ.ศ. 2565

KMITL-2022-ED-M-222-001

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY AND DESIGN OF DIJITAL MADIA FORMATS FOR PUDIC  
RELATIONS FOR SECONDARY CITY TOURISM NAKHON SI THAMMARAT  
PROVINCE



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF SCIENCE IN INDUDTRIAL EDUCATION  
IN TECHNOLOGY DESIGN TECHNOLOGY  
SCHOOL OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG  
2022

KMITL-2022-ED-M-222-001

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

SCHOOL OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช
นักศึกษา	ปรีชาติ บุญเกิด
รหัสประจำตัว	60603034
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2565
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

### บทคัดย่อ

การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ 1)ศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัล 2)ออกแบบสื่อดิจิทัล 3)ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลที่มีความเหมาะสมมากที่สุดคือ Web publication โดยออกแบบเนื้อหาสอดคล้องกับภาพ ความชัดเจนของตัวอักษรภาพช่วยสื่อความหมายให้เข้าใจเนื้อหา ได้ดียิ่งขึ้น ข้อมูลมีความเชื่อมโยงต่อเนื่องและชัดเจน รูปแบบการนำเสนอเว็บเพจควรทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมทั้งในส่วนเนื้อหาของเนื้อหาข้อมูลที่มีประโยชน์และรูปแบบกราฟิก เช่น การใช้ปุ่มกระพริบแทนตัวอักษร การใช้ภาษาแบบเคลื่อนไหว หรือการนำเสนอข้อมูลการฝึกอบรมด้วยภาพวิดีโอ

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบ Web publication ที่มีลายกราฟิกได้มาจากลายผ้ากลุ่มลายพันธุ์เมื่อนำมาตัดทอนเป็นลายบนสื่อประชาสัมพันธ์ มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.39$ , S.D. = 0.37) ความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภค ด้านรูปแบบ ความสวยงามของสื่อดิจิทัล ( $\bar{X} = 4.57$ , S.D. = 0.63) สื่อดิจิทัลมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ( $\bar{X} = 4.47$ , S.D. = 0.63) สื่อดิจิทัลมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน ( $\bar{X} = 4.63$ , S.D. = 0.49)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Thesis Title</b>	Study and design of digital media formats for public relations for secondary city tourism Nakhon Si Thammarat Province
<b>Student</b>	Parichart Boongerd
<b>Student ID.</b>	60603034
<b>Degree</b>	Master of Science in Industrial Education
<b>Program</b>	Technology of Industrial Product Design
<b>Year</b>	2022
<b>Thesis Advisor</b>	Associate Professor Dr. Chaturong Louhapensang
<b>Thesis Co-Advisor</b>	Assistant Professor Dr. Thanate Piromgarn

## ABSTRACT

Study and design of digital media formats for public relations for tourism in secondary cities Nakhon Si Thammarat Province have a purpose 1) Study digital media formats 2) Digital media design 3) Evaluate the satisfaction of tourists The most appropriate study of digital media formats was Web publication by designing the content consistent with the image The clarity of the characters and images help to convey meaning to understand the content. better The information is continually and clearly connected. The webpage presentation style should always be up-to-date. To attract the attention of visitors to both the content of the information available. Benefit and graphic style, such as using flashing buttons instead of letters. Animated language or video presentation of training information.

The design results were found that the model 1 Web publication was a high level of opinion ( $\bar{X} = 4.39$ , S.D. = 0.37). Overall consumer satisfaction with digital aesthetics was ( $\bar{X} = 4.57$ , S.D. = 0.63). Digital media was unique ( $\bar{X} = 4.47$ , S.D. = 0.63). Digital media were suitable for use at ( $\bar{X} = 4.63$ , S.D. = 0.49).

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดีก็ด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ เลหาพะเพ็ญแสง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ภิรมย์การ อาจารย์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาอย่างยิ่ง และ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวังศา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีราทัด เลิศชำของกุล ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในขั้นตอนสุดท้ายจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤษณา คิตติ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารณี ธนวัฒน์ และดร.สมชาย เศษวิเศษ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้ คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ เพื่อปรับปรุงให้มีคุณภาพ และมีความเหมาะสมต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ เรียน อาจารย์ทรงพันธ์ จันทร์ทอง, อาจารย์วาลูกา เอเมเอก อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ คุณนุรีระห์ บุละ สังกัดอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้

และขอขอบพระคุณศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระียมมิ่ง ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการศึกษา ข้อมูล ให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในการวิจัยนี้ได้เป็นอย่างดี

และขอขอบพระคุณศูนย์การเรียนรู้กลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลายแขน ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรมพื้นถิ่น และให้ความร่วมมือในงานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมาก

และขอขอบพระคุณกลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ พื้นเมือง และให้ความร่วมมือในงานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมาก

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บิดา มารดา ญาติ เพื่อน อาจารย์ และผู้มีอุปการคุณของผู้วิจัย และผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างยิ่ง หากมี ข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ปรีชาติ บุญเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และแจ้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	VIII
สารบัญกราฟ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 ศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัล.....	10
2.2 ศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	27
2.3 ศึกษาฝ่ายกนนครศรีธรรมราช.....	35
2.4 ศึกษาลวดลายผ้ายก.....	58
2.5 ศึกษาแหล่งท่องเที่ยววนนครศรีธรรมราช.....	61
2.6 ศึกษาข้อมูลการตลาดตามเป้าหมาย STP MODEL.....	66
2.7 ศึกษาหลักการออกแบบ.....	72
2.8 ศึกษาข้อมูลการรู้ดิจิทัล 4 มิติ.....	77
2.9 ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองรอง.....	78
2.10 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว.....	79
2.11 ศึกษาข้อกำหนดการสังเกตพฤติกรรมมนุษย์.....	80
2.12 ศึกษาข้อมูล User Experience Design และ User Interface.....	92
2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3	วิธีดำเนินการงานวิจัย.....	96
3.1	วิธีดำเนินการงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ ที่ 1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ.....	96
3.2	วิธีดำเนินการงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ ที่ 2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	98
3.3	วิธีดำเนินการงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ ที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	101
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	105
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ที่ 1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ.....	105
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ที่ 2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช.....	121
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	138
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	143
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	143
5.2	อภิปรายผลการวิจัย.....	148
5.3	ข้อเสนอแนะ.....	150
บรรณานุกรม.....		151

## สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก.....	153
ภาคผนวก ก หนังสือราชการ.....	154
ภาคผนวก ข แบบประเมินผลประสิทธิภาพ.....	165
ภาคผนวก ค ภาพขั้นตอนการลงพื้นที่.....	182
ภาคผนวก ง ภาพแสดงแบบเพื่อการผลิต.....	207
ภาคผนวก จ ภาพผลิตภัณฑ์.....	215
ประวัติผู้เขียน.....	221



# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 วิเคราะห์รูปแบบสื่อดิจิทัล.....	10
2.2 วิเคราะห์หลายฝ่ายกเมืองนครศรีธรรมราช.....	59
2.3 ตารางสรุปข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	77
4.1 วิเคราะห์รูปแบบสื่อดิจิทัล.....	106
4.2 ตารางวิเคราะห์อัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	114
4.3 ตารางวิเคราะห์หลายฝ่ายกเมืองนครศรีธรรมราช.....	116
4.4 ผลิตภัณฑ์เดิม (SWOT Analysis).....	121
4.5 การตกแต่งตลาดลาย (SWOT Analysis).....	124
4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบรูปแบบที่ 1.....	132
4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบรูปแบบที่ 2.....	134
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบรูปแบบที่ 3.....	135
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล.....	138
4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์.....	140
4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านราคา.....	140
4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	141
4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด.....	141

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	2
1.2 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix).....	4
2.1 ดิจิทัล.....	10
2.2 แผนภูมิแสดงการรับรู้ของคน.....	17
2.3 ระยะเวลาการจดจำของมนุษย์.....	18
2.4 การสื่อสารโดยใช้ชื่อความเป็นสื่อกลาง.....	19
2.5 การแบ่งประเภทตัวอักษร.....	19
2.6 American Standard Code For Information.....	20
2.7 Formatted Text.....	20
2.8 แม่สีของแสงRGB(1).....	21
2.9 แม่สีของแสงRGB(2).....	21
2.10 แม่สีของแสงRGB(3).....	21
2.11 แม่สีของแสงRGB html-color-codes.info.....	22
2.12 รูปแบบตัวอักษรFront.....	22
2.13 รูปแบบตัวอักษร serif.....	23
2.14 รูปแบบตัวอักษร san serif.....	23
2.15 รูปแบบตัวอักษร script.....	23
2.16 รูปแบบตัวอักษร display(1).....	24
2.17 รูปแบบตัวอักษร display(2).....	24
2.18 การใช้งานสัญลักษณ์.....	25
2.19 การใช้งานตัวอักษรกับโลโก้(1).....	25
2.20 การใช้งานตัวอักษรกับโลโก้(2).....	25
2.21 ภาพนิ่ง.....	26
2.22 เสียง.....	26
2.23 วิดีโอ.....	27
2.24 ภาพเคลื่อนไหวหรือแอนิเมชัน.....	27
2.25 การนุ่งโสร่งผ้ากัมมัน.....	29
2.26 แผนที่ทางเดินเรือโบราณ.....	30
2.27 การปั่นเส้นใยให้เป็นเกลียวยาวด้วยแวน.....	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.28 แว.....	30
2.29 การแต่งกายในสมัยศรีวิชัย.....	31
2.30 การแต่งกายไปงานแห่ "มาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ" วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 2564.....	32
2.31 การแต่งกายไปงานแห่ "มาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ" วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 2556.....	33
2.32 ผ้ากรองทอง.....	40
2.33 กรวยเชิงซ้อนหลายชั้น.....	43
2.34 กรวยเชิงชั้นเดียว.....	44
2.35 กรวยเชิงขนานกับริมผ้า.....	44
2.36 ขั้นตอนการทอผ้ายก.....	46
2.37 การทอผ้ายกบ้านมะม่วงปลายแขน(1).....	49
2.38 การทอผ้ายกบ้านมะม่วงปลายแขน(2).....	50
2.39 ผลิตภัณฑ์ผ้ายกบ้านมะม่วงปลายแขน.....	50
2.40 ร้าน 12 นักชั้ตร.....	51
2.41 ผ้ายกลายทองสลับ(1).....	52
2.42 ผ้ายกลายทองสลับ(2).....	53
2.43 ผลิตภัณฑ์ผ้ายกลายทอง.....	53
2.44 กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ายกลายทอง.....	54
2.45 กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค.....	55
2.46 การทอผ้าบ้านตรอกแค.....	56
2.47 ผลิตภัณฑ์ผ้ายกบ้านตรอกแค.....	57
2.48 กี่ทอผ้ายกบ้านตรอกแค.....	58
2.49 วัตถุประสงค์หลักในการทอผ้ายกบ้านตรอกแค.....	58
2.50 แสดง 3 ขั้นตอนหลักในการตลาดตามเป้าหมาย.....	66
2.51 กลยุทธ์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย 3 ทาง (The alternative target market selection strategies).....	71
2.52 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	72
2.53 เมืองรอง55จังหวัดทั่วไทย.....	79
2.54 User Experience Design Diagram.....	93

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
3.1 แสดงแผนผังวิธีการดำเนินการวิจัย.....	104
4.1 การระดมความคิดที่ 1 รูปแบบ Web publication แสดงผ่าน Web.....	124
4.2 การระดมความคิดที่ 2 รูปแบบ Digital media แสดงผ่านบรรจุภัณฑ์.....	125
4.3 การระดมความคิดที่ 3 รูปแบบ Digital publications แสดงผ่านเครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุมไหล่).....	125
4.4 การระดมความคิดที่ 3 รูปแบบ Digital publications แสดงผ่านเครื่องประดับ (กระเป๋า).....	126
4.5 ภาพแสดงรูปแบบ Web publication เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Them Wordpress free.....	126
4.6 ภาพแสดงรูปแบบ Digital media เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านบรรจุภัณฑ์.....	127
4.7 ภาพแสดงรูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องแต่งกาย.....	127
4.8 ภาพแสดงรูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องประดับ.....	127
4.9 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Web publication...	128
4.10 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital publications ผ่านบรรจุภัณฑ์.....	129
4.11 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital publications ผ่านเครื่องแต่งกาย.....	129
4.12 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital publications ผ่านเครื่องประดับ.....	130
4.13 การออกแบบแนวคิดที่ 1 (กลุ่มลายพันธุ์ไม้).....	131
4.14 การออกแบบแนวคิดที่ 2 (กลุ่มลายสัตว์).....	131
4.15 การออกแบบแนวคิดที่ 3 (กลุ่มลายเบ็ดเตล็ด).....	132
4.16 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช Web publication แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Them Wordpress free 1.....	136
4.17 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช Web publication แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Them Wordpress free 2.....	137

# สารบัญกราฟ

## กราฟที่

### หน้า

2.1	แสดงประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 80 ตำบลในจังหวัดนครศรีธรรมราช .....	61
2.2	แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 80 ตำบล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	62
2.3	แสดงสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถเที่ยวในบางช่วงเวลาทั้ง 80 ตำบลในจังหวัดนครศรีธรรมราช.	63
2.4	แสดงประเภทของที่พัก / โรงแรม ทั้ง 80 ตำบล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	64
2.5	แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 80 ตำบล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	65
2.6	แสดงบริการการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานทั้ง 80 ตำบลในจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	65



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีในปัจจุบันมีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีวัสดุ อุปกรณ์ และเทคนิควิธีการใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์อย่างไม่มีขีดจำกัดในทุกวงการ เช่นเดียวกับวงการท่องเที่ยวที่นำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและบริการ นำเอาเทคโนโลยี เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและบริการ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพทางการเข้าถึงของนักท่องเที่ยว สื่อดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีหนึ่งในการเป็นสื่อกลางการสร้างการรับรู้ของมนุษย์ ที่ให้ผู้บริโภคได้รับรู้และเกิดความต้องการในสินค้า เป็นการนำเอาข้อความ ภาพดิจิทัล วิดีโอเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบ โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ สื่อทางออนไลน์ มาจัดการตามกระบวนการ และวิธีการผลิตโดยนำมาเชื่อมโยงกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งาน การประชาสัมพันธ์โดยใช้ภาพดิจิทัล สร้างความจดจำได้จากการพบเห็น เป็นรูปแบบที่มีบทบาทเป็นสื่อกลางการถ่ายทอดวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชุมชน สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างชัดเจน (จันทร์ ทงสมัคร.2554)

สื่อดิจิทัลจึงกลายเป็นรูปแบบมีอิทธิพลอย่างมากในการประชาสัมพันธ์ รูปภาพสวยงามเป็นวิธีการบอกเล่าเรื่องราวได้ภายในพริบตาเดียว รูปแบบสื่อดิจิทัลที่สวยงามมีโอกาสดึงดูดผู้บริโภคให้เข้าสู่ประชาสัมพันธ์ได้ถึง 12 % ข้อความเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าสนใจ ถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของรูปแบบสื่อดิจิทัล ภาพนิ่งให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดี นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความ ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกที่แสดงขั้นตอนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เสียงถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณสื่อดิจิทัลสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมา โดยเฉพาะ การนำเสนอ จะช่วยให้รูปแบบสื่อดิจิทัลนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบ (อัจฉรา อมะรักษ์. 2564)

ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวในหลาย ๆ พื้นที่มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย เนื่องจากชาวบ้าน ผู้ประกอบการยังขาดความชำนาญในด้านเทคโนโลยี นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดต่าง ๆ ก็มักจะไปเที่ยวในสถานที่เดิม ๆ ที่มีการประชาสัมพันธ์ไว้ก่อนแล้ว แต่ก็ยังคงมีอีกหลายพื้นที่ โดยเฉพาะจังหวัดนครศรีธรรมราชจังหวัดที่ยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงวิถีชีวิตวัฒนธรรมการทอผ้าด้วยตัวเองเพื่อใช้สวมใส่ในครอบครัว และใช้สำหรับพิธีสำคัญตามวัฒนธรรมของชาวพื้นเมือง ผ้ายกมีลักษณะเป็นผ้าทอด้วยเทคนิคการสร้างลวดลายการทอยกดอก โดยการทอเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษเกิดเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลวดลายยกนูน เป็นการทอด้วยเส้นไหม เส้นเงินเส้นทอง ที่ทอจะถูกกำหนดตามความต้องการใช้งาน ตั้งแต่เริ่มต้นทอ เช่น ผ้าทอสำหรับเสื่อ ผ้าสไบไหม ชุดสุภาพ หรือเนคไท (จันทร์หา ทงสมัคร.2554)

งานวิจัยการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผสานกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมการทอลายผ้ายกจังหวัดนครศรีธรรมราชจึงมีความงดงามโดดเด่นลวดลาย ด้วยสีสันตระการตา และผู้คนทั่วไปยังคงพบเห็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของลวดลายเครื่องแต่งกายของชาวพื้นเมือง ด้วยลวดลายเป็นที่ต้องตาต้องใจของคนเมือง นักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติ โดยการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่ชุมชน ศึกษาแนวทางเพื่อทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันที่มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปได้ในหลายรูปแบบ สามารถเป็นอาชีพเสริมที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ และเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นตัวตน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

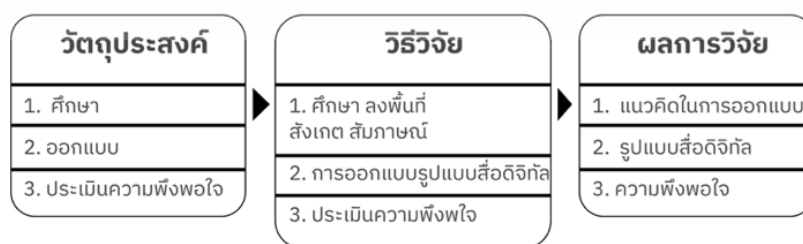
1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ

1.2.2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

## 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล มีแนวทางในการศึกษาและออกแบบ มีแนวทางการศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ภาพโดย : ปรีชาดี บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3.1 กรอบแนวคิด ตามวัตถุประสงค์ 1. ศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการออกแบบ

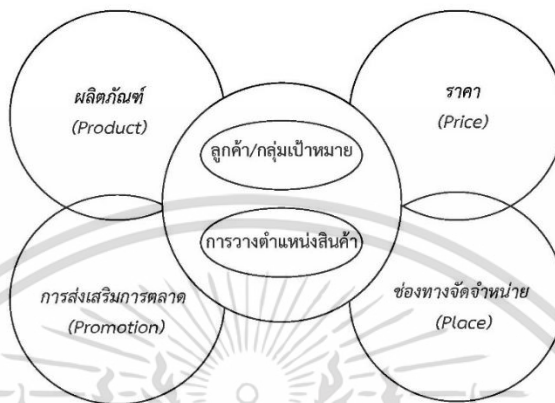
ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบสื่อดิจิทัลตลอดจนการวิเคราะห์ถึงลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้อันได้แก่รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์คือแนวของ Tiantong [3] คือ การรวบรวมเทคโนโลยี หลายอย่างเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการออกแบบและใช้งานสื่อดิจิทัล เกี่ยวข้องกับสื่อและวิธีการจำนวน 5 ส่วนดังนี้ ข้อความ (Text) เสียง (Sound) ภาพ (Picture) ภาพวีดิทัศน์ (Video) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) แสดงอัตลักษณ์ที่ได้จากวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยพิจารณาจากความเชื่อ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี เครื่องแต่งกาย รวมไปถึงบริบทโดยรอบที่ทำให้ทราบถึงความสำคัญขององค์ประกอบในด้านต่าง ๆ จนสามารถนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล จนได้โครงสร้างเพื่อหาแนวทางสรุปอัตลักษณ์วัฒนธรรมพื้นเมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Leesuwana [4] แนวคิดเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) ที่สะสมกันมาเป็นเวลานาน ภูมิปัญญานี้มีใช้ความรู้เป็นสิ่งที่สูงกว่าเพราะได้ผ่านการกลั่นกรอง ต้องสะสมมาแต่อดีตจนได้ผลลัพธ์ที่สมบูรณ์กับการใช้สอย สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน แม้จะเป็นเพียงสิ่งธรรมดาสามัญ แต่ถ้าพิจารณาให้ลึกซึ้งแล้ว จะเห็นว่าศิลปหัตถกรรมหลายชนิด มีตั้งแต่หัตถกรรมที่สร้างขึ้นด้วยกรรมวิธีที่เรียบง่ายไปจนถึงหัตถกรรมที่มีกรรมวิธีที่ซับซ้อน เป้าหมายของกรอบแนวความคิดนี้ อยู่ในส่วนของ การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้

### 1.3.2 กรอบแนวคิด ตามวัตถุประสงค์ 2. ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการออกแบบคือแนวของ Castillo [5] การคิดแบบ Universal design การออกแบบเพื่อมวลชน ความสำเร็จสำหรับการใช้แนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชนสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ของประเทศญี่ปุ่นแสดงให้เห็นว่าการออกแบบเพื่อการใช้งานของทุกคนในสังคมนั้นเป็นแนวคิดที่ควรนำมาประยุกต์ใช้ในสังคมไทยให้มากขึ้น เพราะเป็นการทำให้ทุกคนในสังคมมีโอกาสใช้ชีวิตได้อย่างเท่าเทียมกัน และเป็นปกติสุข จะไม่ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำ และการแบ่งแยกในสังคม นอกจากนี้ยังจะเป็นการลดภาระให้กับสังคมได้ แนวคิดนี้สามารถเป็นจริงได้หากได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย อาทิ ภาครัฐและเอกชน ควรให้การสนับสนุนด้านงานออกแบบที่ครอบคลุมถึงมวลชนทุกคนผู้ออกแบบในสาขาต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญต่อการออกแบบที่ต้องใช้ความรู้ทักษะพิเศษในการสร้างสรรค์ผลงาน และการออกแบบให้ครอบคลุมถึงมวลชนทุกคนผู้ใช้งานควรต้องศึกษา และทำความเข้าใจการใช้งานอย่างถูกต้อง และมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งของที่เป็นสาธารณะ สดุดท้ายมีการติดตามผลการใช้งาน และนำปัญหาไปพัฒนารูปแบบให้ดียิ่งขึ้นต่อไป โดยอยู่ภายใต้แนวคิดหลักการออกแบบของ Yodbangtoei [6] ที่มี 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลัก

องค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม เป้าหมายของกรอบแนวความคิดนี้ อยู่ในส่วนของกรอบแนวคิดที่ในงานวิจัยนี้

### 1.3.3 กรอบแนวคิด ตามวัตถุประสงค์ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค



ภาพที่ 1.2 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิดจากงานวิจัยของ Jittangwattana, B. (1998). โดยนำเสนอแนวคิดของ James Culliton ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps

1.3.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะนำเสนอแก่ตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นกรรมสิทธิ์การใช้ หรือการบริโภคประกอบด้วยทั้งสินค้าและบริการ ซึ่งแบ่งได้ 3 ระดับ คือ

แก่นผลิตภัณฑ์ หมายถึง วัตถุประสงค์หรือผลประโยชน์สำคัญที่ให้ผู้ซื้อ

รูปร่างผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์ และการบรรจุหีบห่อ

ประโยชน์เพิ่มของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์ของผู้ซื้อที่จะได้รับนอกเหนือจากประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์

1.3.3.2 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้อยู่ในรูปแบบของตัวเงิน ซึ่งในการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของนักการตลาดนั้นจะมีจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันโดยจะสามารถแยกได้ 3 ประการ คือ การตั้งราคาโดยมุ่งกำไร การตั้งราคาโดยมุ่งการขาย และการตั้งราคาเพื่อคงไว้ซึ่งฐานะเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.3.3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาด เป้าหมายหรือผู้บริโภคโดยวิธีการจำหน่ายผ่านคนกลางหรืออาจจะจำหน่ายโดยตรง เพื่อให้ไปยัง ผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.3.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อจำหน่ายกับ กลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการรับทราบวัตถุประสงค์หรือแนวคิดในการจำหน่าย

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 หัวข้อ ดังนี้

### 1.4.1 ขอบเขตการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในการออกแบบ

1.4.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อดิจิทัลโดยการค้นคว้าทาง อินเทอร์เน็ต บทความวิชาการ บทความวิจัยวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบสื่อดิจิทัล และศึกษา ข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชจากวัฒนธรรมวิถีชุมชนทอผ้า ลายผ้าของแต่ละ ชุมชน โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาวิถีชีวิต

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกในชุมชนทอผ้า 3 ชุมชน ได้แก่ กลุ่มทอผ้าบ้าน มะม่วงปลายแขน กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค และกลุ่มทอผ้าบ้านเนินธัมมัง โดยวิธีการคัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกจาก ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำชุมชน โดยอาศัยความรู้ ความเข้าใจประวัติศาสตร์ความเป็นมา วิถีชีวิตการทอผ้ายกพื้นเมืองใน เขตพื้นที่ สำหรับการรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามด้วยวิธีการสังเกตการณ์ (Observation) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์ ในเชิงลึก (In depth-interview) โดยแนวการสัมภาษณ์ใช้คำถามเชิงลึกแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแสดง ความคิดเห็น การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล โดยพัฒนามา จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการใช้แบบสำรวจพื้นที่ภาคสนาม และการสำรวจ ข้อมูลความคิดเห็น

1.4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และนำข้อมูลที่ได้ จากการขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานและผู้นำชุมชน รวมถึงข้อมูลจากการลงสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น มาทำการจัดลำดับความสำคัญ และตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ ของข้อมูล จนทำการวิเคราะห์ สรุปรูปแบบสื่อดิจิทัล สรุปรูปแบบสื่อเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่ส่งผลต่อการ ออกแบบ โดยนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา ซึ่งจะทำให้ทราบว่ารูปแบบสื่อดิจิทัล โดยการถ่ายทอด วัฒนธรรม อัตลักษณ์จังหวัดจากวิถีชุมชนการทอผ้ายก ลวดลายผ้าทอที่เป็นที่นิยม จากการลงพื้นที่นั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบ่งกลุ่มลายผ้าออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลายพันธุ์ไม้ กลุ่มลายสัตว์ กลุ่มลายเรขาคณิต และกลุ่มลายเบ็ดเตล็ด

1.4.1.4 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ รูปแบบของสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

#### 1.4.2 ขอบเขตการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อออกแบบสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อดิจิทัล จำนวน 3 ท่าน โดยมีประสบการณ์ในการวิเคราะห์และออกแบบออกแบบสื่อดิจิทัล โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sample)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วาลูกา เอ็มเอก อาจารย์ประจำ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

อาจารย์ทรงพันธุ์ จันทร์ทอง อาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

คุณนุรีฮะห์ บูละ นักวิเคราะห์ระบบงานคอมพิวเตอร์ อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

1.4.2.3 เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ การสอบถามสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อสรุปเป็นแนวคิดโดยใช้หลักการออกแบบคัดเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept generation and selection) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากนั้นสรุปคำถามประกอบการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In depth-interview)

1.4.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

1.4.2.5 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ผลการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลจากอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

#### 1.4.3 ขอบเขตการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ประชากร

1.4.3.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมกลุ่มทอผ้าเดือน มกราคมถึงพฤษภาคม พ.ศ 2564 จำนวน 297 คน (เฉลี่ยต่อเดือน 33 คน/เดือน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวกลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลายแขน กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค และกลุ่มทอผ้าบ้านเนินธัมมัง จำนวน 30 ท่าน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random sampling) แนวคิดของ Yamane [8]

1.4.3.3 เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ประเมินตามแบบมาตรฐานค่าระดับ (Rating scale)

1.4.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

1.4.3.5 ตัวแปรที่ศึกษา

(1) ตัวแปรต้น ได้แก่

(1.1) รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

(1.2) ขั้นตอนกระบวนการออกแบบ

(2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 การออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล หมายถึง กระบวนการที่ผู้วิจัยใช้ออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล จากอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยยึดหลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจและ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม (มนตรี ยอดบางเตย. 2538 : 5)

1.5.2 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในประเด็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) การจัดจำหน่าย (Place) และ 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541: 80)

1.5.3 อัตลักษณ์ หมายถึง ความงดงามโดดเด่นของลวดลาย ด้วยสีสันตระการตา และผู้คนทั่วไปยังคงพบเห็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของลวดลายเครื่องแต่งกายของชาวพื้นเมือง ด้วยลวดลายเป็นที่ต้องตาต้องใจของคนเมือง นักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติ

1.5.4 วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตการทอผ้าด้วยตัวเองเพื่อใช้สวมใส่ในครอบครัว และใช้สำหรับพิธีสำคัญตามวัฒนธรรมของชาวพื้นเมือง

1.5.5 ฝ่ายก หมายถึง ผ้าทอของของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่สืบทอดภูมิปัญญา มาจากโบราณ การทอยกดอกนูนขึ้นที่เป็นเอกลักษณ์ ลวดลายโบราณ เป็นเครื่องแต่งกายของชาว นครศรีธรรมราช

1.5.6 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้ (ตัวผลิตภัณฑ์) บริการ ประสบการณ์ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ องค์กร ข้อมูล และแนวความคิด (Kotler. 2000 : 394)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

# เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลและอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูล หลักการ ทฤษฎีและผลการศึกษาต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดหรือตัวแปรให้ครอบคลุมการศึกษา โดยศึกษาจากเอกสาร งานวรรณกรรม งานวิจัยและแหล่งข้อมูลต่างๆ

- 2.1 ศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัล
- 2.2 ศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.3 ศึกษาข้อมูลฝ่ายกนครศรีธรรมราช
- 2.4 ศึกษาลวดลายผ้ายก
- 2.5 ศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.6 ศึกษาข้อมูลการตลาดตามเป้าหมาย STP MODEL
- 2.7 ศึกษาหลักการออกแบบ
- 2.8 ศึกษาข้อมูลการรู้ดิจิทัล 4 มิติ
- 2.9 ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองรอง
- 2.10 ศึกษาแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว
- 2.11 ศึกษาข้อกำหนดการสังเกตพฤติกรรมมนุษย์
- 2.12 ศึกษาข้อมูล User Experience Design และ User Interface
- 2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1 ศึกษาารูปแบบสื่อดิจิทัล

"ดิจิทัล" มาจากภาษาภาษาละตินว่า digit มีความหมายว่า นิ้ว ซึ่งหมายถึง การนับนิ้วซึ่งเป็นค่าที่ไม่ต่อเนื่อง (พีรวิชญ์ ภาคนนท์กุล. 2529 : 1)



ภาพที่ 2.1 ดิจิทัล (Digital)

ภาพโดย : ประชาติ บุญเกิด (1 มีนาคม 2564)

### 2.1.1 รูปแบบสื่อดิจิทัล

สื่อดิจิทัลแบ่งชนิดได้ 60 ชนิด Green and Huang (2014) ได้แบ่งชนิดของสื่อดิจิทัลไว้ตามหลักของ Dewey ดังนี้

ตารางที่ 2.1 วิเคราะห์รูปแบบสื่อดิจิทัล

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ
1.	Audiovisual materials	สื่อโสตทัศน์ วัสดุที่ไม่ตีพิมพ์มีลักษณะเป็นภาพและเสียงที่ช่วยในการศึกษาเรื่องราวต่างๆ ให้เข้าใจได้อย่างรวดเร็วและจดจำได้นาน สื่อโสตทัศน์มีหลากหลายรูปแบบเปลี่ยนแปลงได้ตามพัฒนาการทางเทคโนโลยี ได้แก่ ซีดี ซีดีวีดี ซีดีเสียง
2.	Blogs	พื้นที่บนอินเทอร์เน็ต สำหรับผู้ที่ต้องการนำเสนอความสามารถแบ่งบัน เรื่องราว รูปภาพ รูปถ่าย อันส่งผลประโยชน์แก่ผู้เข้าชม โดยผู้ใช้สามารถที่จะหาผลประโยชน์จากบทความของตนเอง เป็นผู้นำเสนอ โดยอาจจะมีการ นำเสนอโฆษณา พร้อมๆกับการนำเสนอ บทความ ตามความต้องการของผู้ใช้ อย่างอิสระ
3.	Books	หนังสือ
4.	Broadcast communications	การสื่อสารออกอากาศ การส่งข้อมูลจากโหนดต้นทางหนึ่งโหนดไปยังโหนดปลายทางทุกโหนดที่ติดต่อยู่ในลักษณะของการแพร่กระจายข้อมูล แบบ 1 ต่อ ทั้งหมด
5.	CDs (Compact discs)	อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลที่มีลักษณะภายนอกเป็นวัตถุทรงกลม ทำมาจากแผ่นพลาสติกอะลูมิเนียมเคลือบด้วยสารสะท้อนแสง ใช้เก็บข้อมูลประเภทรูปภาพ ข้อความ ข่าวสาร เสียง รวมทั้งภาพเคลื่อนไหวไว้ในแผ่น ซึ่งพร้อมนำมาใช้ และดูได้ทันที ข้อมูลที่ถูกบันทึกลงในแผ่นซีดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ
6.	Cellular radio	โทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์มือถือถือเป็นการใช้คลื่นวิทยุในการรับ-ส่งเสียงสนทนาหรือข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามลักษณะการใช้งานระบบจะทำงานต่อเมื่อมีผู้ส่งข้อความถึงผู้ใช้ผ่านบริษัทเพจจิง เครื่องคอมพิวเตอร์ของระบบจะส่งข้อมูลผ่านสายพื้นดินไปยังเสาอากาศเสาอากาศจะส่งข้อมูลไปยังดาวเทียมเพื่อแพร่ข้อมูลไปยังเครื่องรับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่
7.	Cellular telephone	การส่งผ่านของคลื่นสั้นดิจิทัล ซึ่งผู้ใช้ติดต่อแบบไร้สายจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังสถานีส่งที่ใกล้ที่สุด ช่วงครอบคลุมของสถานีส่ง เรียกว่า cell โดยทั่วไปแล้วโทรศัพท์แบบ cellular จะใช้ในเมืองและถนนหลวง โดยผู้ใช้โทรศัพท์จะย้ายจากเซลล์ หรือพื้นที่ครอบคลุมไปยังอีกเซลล์หนึ่ง และสามารถต่อกับโทรศัพท์ธรรมดาได้ แต่อย่าสับสนระหว่าง cellular telephone กับโทรศัพท์ไร้สาย
8.	Chat groups	การสนทนาที่มีการส่งข้อความถึงกันโต้ตอบกันได้อย่างรวดเร็วแม้ไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ทันที ไม่จำกัดอายุและเพศ ซึ่งการเข้าไปสนทนาเราจำเป็นต้องเข้าไปในกลุ่มที่ให้บริการห้องสนทนา
9.	Computer game music	เกมที่คุณเล่นต้องใช้เสียงเพลงในการเล่นด้านต่างๆ ให้ชนะ ซึ่งผู้เล่นจะต้องกดปุ่มให้ถูกต้องหรือตรงจังหวะหรือตรงตำแหน่ง โดยใช้เสียงเพลงเป็นตัวบอกเวลาที่จะต้องกด
10.	Digital audio	เสียง (Sound) อยู่ในรูปพลังงานที่สามารถถ่ายทอดจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งผ่านตัวกลางที่เกิดจากการสั่น (Vibrating) ของวัตถุ
11.	Digital media	สื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบ โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ สื่อสารทางออนไลน์
12.	Digital publications	ระบบจัดพิมพ์ดิจิทัล คือ ระบบที่รวบรวมกระบวนการทั้งหมด ตั้งแต่การเรียบเรียง, การผลิต, การวางเลย์เอาต์, การเผยแพร่, การส่งมอบเนื้อหา, การรักษาความปลอดภัย, การวัดผล และการสร้างรายได้ในโลกดิจิทัล โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้ใช้งานบนอุปกรณ์พกพา อาทิ สมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต, โน้ตบุ๊ก และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ด้วยคุณสมบัติของเนื้อหาที่เป็นดิจิทัล เราจึงสามารถสร้างสรรค์ "สิ่งพิมพ์ดิจิทัล" หรือ "สิ่งพิมพ์บนเว็บ" ได้หลากหลายรูปแบบตามเป้าหมายการสื่อสารที่แตกต่างกัน อาทิ Ebook, Digital Catalog, Digital Magazine, Digital Newsletter, Digital Annual Report
13.	Digital photography	กระบวนการถ่ายภาพที่ไม่ใช้ฟิล์ม เป็นการใช้อุปกรณ์ถ่ายภาพดิจิทัล ในการรับและแปลงสัญญาณภาพ ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ที่จะถูกบันทึกในสื่อเก็บข้อมูลของกล้อง ที่สามารถถ่ายโอน ปรับแต่ง และบันทึกลงในสื่อบันทึกของเครื่องคอมพิวเตอร์
14.	Digital radio	การออกอากาศวิทยุกระจายเสียงแบบดิจิทัล เพิ่มความคมชัดของเสียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ
15.	Digital television	ระบบการส่งผ่านสัญญาณ ภาพวีดีโอและเสียงโดยระบบดิจิทัล ด้านความคมชัดของภาพและเสียง และการส่ง ข้อมูลแบบดิจิทัล สามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบอะนาล็อก
16.	Digital video	รูปแบบการบันทึก Video ที่ทำงานโดยใช้สัญญาณ Digital แทนการใช้สัญญาณ Analog ทำให้สะดวกสบายต่อการตัดต่อ การจัดเก็บ การเผยแพร่
17.	Discussion Lists	รายการการสนทนา, การปรึกษาหารือ, การอภิปราย, การประชุม, การแลกเปลี่ยนความเห็น, การอภิปราย
18.	Motion pictures	ภาพยนตร์
19.	Newspapers	หนังสือพิมพ์
20.	Online chat groups	การสนทนาออนไลน์อีกประเภทหนึ่ง ที่มีการส่งข้อความถึงกันโต้ตอบกันได้อย่างรวดเร็วแม้ไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ในพื้นที่ไม่จำกัดอายุและเพศ ซึ่งการเข้าไปสนทนาเราจำเป็นต้องเข้าไปในกลุ่มที่ให้บริการห้องสนทนา
21.	Online social networks	เครือข่ายสังคม (ชุมชนออนไลน์) เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ ในการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจ และกิจการที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น
22.	Podcasts Video	รูปแบบของไฟล์เสียง แต่บางทีก็อาจเป็นไฟล์รูปแบบอื่นได้ เช่น พ็อดแคสต์ หรือ อีพ็อด เป็นต้น ส่วนการเผยแพร่วีดีโอโดยใช้รูปแบบของพอดแคสต์
23.	Point-to-point	วิธีเชื่อมต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างอุปกรณ์ 2 อุปกรณ์ โดยมีเส้นทางเพียง 1 เส้นทางเท่านั้น เช่น ลักษณะการเชื่อมต่อระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์พีซีแต่ละเครื่องมีเพียงสายเพียง 1 สายต่อเชื่อมโยงกันในการทำงาน หรือในเครื่องที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องปลายทาง 1 เครื่อง เชื่อมต่อกับเครื่องเมนเฟรมโดยใช้สาย 1 เส้น หรือในอีกกรณีหนึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์ 2 เครื่องสื่อสารกันโดยใช้การส่งข้อมูลผ่านคลื่นไมโครเวฟ
24.	Radio Video conferencing	ระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ หรือ ระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ คือ ระบบการประชุมออนไลน์ ซึ่งเป็นหนึ่งในระบบสื่อสารการทำงานร่วมกัน
25.	Radiotelephony	การสื่อสารด้วยคลื่นวิทยุ
26.	RSS feeds	บริการที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับ หัวข้อข่าวหรือข้อมูลใหม่ ผ่านหน้าจอหรือเครื่องมือรับบริการของตนเองอัตโนมัติ
27.	Serials	สิ่งที่ต่อเนื่องกัน, สิ่งตีพิมพ์, ที่ต่อเนื่องกัน, ภาพยนตร์ที่ฉายเป็นตอน ๆ adj. พิมพ์ต่อเนื่องกัน, ตีพิมพ์เป็นรายสัปดาห์
28.	Social media	สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ
29.	Software radio	ระบบสื่อสารวิทยุที่ส่วนประกอบถูกสร้างด้วยซอฟต์แวร์แทนอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์แบบเดิม (ตามรูปด้านบน) ซึ่งประโยชน์ของมันคือช่วยให้สามารถรับส่งสัญญาณที่มีเทคนิค Modulation ที่แตกต่างกันได้ หรือช่วยให้วิเคราะห์บริหารจัดการไม่ให้ช่วงความถี่กวนกันผ่านซอฟต์แวร์ได้
30.	Streaming media	การรับส่งสัญญาณ ถ่ายทอดไฟล์มัลติมีเดียทั้งภาพและเสียงผ่านเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตด้วยการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยไม่ต้องมีการดาวน์โหลดไฟล์จนครบ
31.	Telegraphy	โทรเลข ระบบโทรคมนาคมซึ่งใช้อุปกรณ์ทางไฟฟ้าส่งข้อความจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ส่งโดยอาศัยสายตัวนำที่โยงติดต่อกันและอาศัยอำนาจแม่เหล็กไฟฟ้าเป็นหลักสำคัญ
32.	Telephony	โทรศัพท์การใช้งานบริการโทรคมนาคมสำหรับการส่งผ่านแบบอิเล็กทรอนิกส์ของเสียง, โทรสาร และข้อมูลระหว่างบุคคลที่อยู่ห่างไกล. ประวัติศาสตร์ของระบบโทรศัพท์มีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับการประดิษฐ์และการพัฒนาของเครื่องโทรศัพท์
33.	Electronic books	หนังสือที่สร้างขึ้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ มีลักษณะเป็นเอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ โดยปกติมักจะเป็นแฟ้มข้อมูลที่สามารถอ่านเอกสารผ่านทางหน้าจคอมพิวเตอร์ ทั้งในระบบออฟไลน์และออนไลน์
34.	Electronic bulletin boards	กระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ระบบส่งข้อความระหว่างผู้ใช้ (คล้ายจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในอินเทอร์เน็ตปัจจุบัน แต่รับส่งได้เฉพาะภายในระบบเครือข่ายสมาชิกเท่านั้น) ห้องสนทนา บริการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ และกระดานแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ
35.	Electronic journals	วารสารรูปแบบใหม่ที่มีการจัดเก็บบันทึก และพิมพ์เผยแพร่สารนิเทศทางวิชาการไว้ในรูปแฟ้มคอมพิวเตอร์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กำหนดออกแน่นอน สม่ำเสมอ โดยสามารถเข้าถึง สืบค้นข้อมูล และสั่งซื้อหรือบอกรับเป็นสมาชิกได้จากฐานข้อมูลซีดี-รอม ฐานข้อมูลออนไลน์ และเครือข่ายคอมพิวเตอร์
36.	Electronic mail	การสื่อสารหรือการส่งข้อความ โน้ต หรือบันทึกออกจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่ง ผ่านไปเข้าเครื่องปลายทาง หรือเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่งโดยส่งผ่านทางระบบเครือข่าย ผู้ส่งจะต้องมีเลขที่อยู่ของผู้รับ
37.	Electronic publications	การพิมพ์ข้อมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยเก็บข้อมูลลงในแถบแม่เหล็กแผ่นดิสก์หรือซีดีรอม ซึ่งอ่านข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์
38.	Electronic resources	เป็นงานหนึ่งในงานบริการความรู้และห้องสมุด (Knowledge & Library Services) ที่ทำหน้าที่จัดหาทรัพยากรสารสนเทศ อิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านอินเทอร์เน็ตแบ่งเป็นบริการวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Journals) และฐานข้อมูลออนไลน์ (Online Database) โดยให้บริการแก่นักวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ
39.	Instant messaging	ระบบการส่งข้อความ ระหว่างสองคน หรือกลุ่มคนใน เน็ตเวิร์กเดียวกัน เช่น การส่งข้อความผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยโปรแกรมที่ทำงานอาจเรียกว่า เมสเซนเจอร์
40.	Integrating resource	การรวมทรัพยากร
41.	Interactive television	ผู้ใช้โทรทัศน์สามารถโต้ตอบเปลี่ยนรูปลักษณะของสิ่งที่ปรากฏ หรือมีผลกระทบต่อการแสดงผลด้วยวิธีอื่นแทนที่จะบริโภคอย่างเฉยเมย มีหลายวิธีในการโทรทัศน์แบบโต้ตอบตั้งแต่รายการที่ผู้ชมสามารถลงคะแนนโทรทัศน์ที่มีความสามารถในการส่งข้อความโต้ตอบแบบทันทีให้คนสนทนาในขณะที่กำลังดูโทรทัศน์
42.	Interactive videotex	บริการการเรียกสารสนเทศปฏิสัมพันธ์ (interactive information) อย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้โดยการบอกรับเป็นสมาชิกโดยทางสายโทรศัพท์ และสารสนเทศจะปรากฏบนจอภาพของโทรทัศน์ที่บ้านหรือที่สถานีปลายทางของ videotex โดยเฉพาะ บริการ videotex จะให้บริการตั้งแต่ฐานข้อมูล ข่าวพยากรณ์อากาศ การธนาคาร ไปจนถึงการขอรับ และอื่นๆ
43.	Internet forums	บริการหนึ่งบนอินเทอร์เน็ตสำหรับการแสดงความคิดเห็นหรืออภิปราย ทำให้เกิดชุมชนเสมือนจริง(virtual community) ซึ่งจะแยกหัวข้อการอภิปรายตามหัวข้อความสนใจเฉพาะกลุ่ม
44.	Internet publishing	การเผยแพร่ทางออนไลน์เป็นกระบวนการเผยแพร่เนื้อหาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการสร้าง ฮับโบลด์เว็บไซต์ เขียนบล็อกทางออนไลน์ ทุกเนื้อหาที่เผยแพร่สามารถผสมผสานด้วยรูปภาพ ข้อความ ลิงค์ วิดีโอ เพื่อให้รูปแบบการสื่อสารทางออนไลน์เชื่อมโยงกันได้อย่างสมบูรณ์แบบ ดึงดูดผู้อ่านที่วันนี้นิยมค้นหาข้อมูล ศึกษาหาความรู้ด้วยตัวเอง
45.	Internet telephony	การสื่อสารทางเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หรือโครงข่ายอื่นๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตโพรโทคอล สัญญาณเสียงจะถูกตัดแบ่งเป็นแพ็คเก็ตวิ่งผ่านโครงข่ายที่ใช้สำหรับการสื่อสารข้อมูลทั่วไป แทนการใช้วงจรเฉพาะ
46.	Machine-readable	ข้อมูลที่เขียนหรือบันทึกลงในสื่อที่ คอมพิวเตอร์จะอ่านแล้วเข้าใจ เช่น ฐิติเจาะบนบัตร ข้อมูลบนแถบบันทึก หรือจานบันทึก
47.	materials	สื่อสำหรับดู นำเสนอข้อมูล ความรู้ด้วยภาพ เช่น วัสดุกราฟิก แผ่นโปร่งใส สไลด์ วัสดุย่อส่วน และ ฟูนจำลอง
48.	Mobile radio	เครือข่ายวิทยุสื่อสาร ที่มีการทำงานคล้ายกับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะมีสถานีกลาง (System Control) ทำหน้าที่จัดช่องสัญญาณให้มีจำนวนช่องสัญญาณเพียงพอในการรองรับการใช้งานของเครื่องลูกข่ายทั้งหมดในระบบ มีสถานีทวนสัญญาณ (Repeater Station) ทำหน้าที่เชื่อมโครงข่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ของเครือข่ายนั้นๆ และเลือกช่องสัญญาณที่ว่างอยู่ให้ลูกข่ายโดยอัตโนมัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ
49.	Mobile television	การรับชมที่วีดิทัศน์บนอุปกรณ์พกพา หรือ mobile tv นั้นจะใช้วิธีการรับสัญญาณมาจากภาคพื้นดิน ผ่านเสาสัญญาณที่ติดอยู่กับอุปกรณ์ ผ่านตัว tuner ที่ฝังอยู่ในอุปกรณ์และสามารถรับชมได้โดยไม่ต้องใช้อินเตอร์เน็ต
50.	Teletex	พจนานุกรม ดิกชันนารี ออนไลน์ มีคำแปล คำเหมือน คำตรงข้าม พร้อมตัวอย่างประโยคของ
51.	Teletext	บริการฟรีจากสถานีโทรทัศน์ ซึ่งจะแสดงข้อมูลในรูปแบบข้อความเกี่ยวกับโปรแกรมทีวี ข่าว และสภาพอากาศ
52.	Television	โทรทัศน์การถ่ายภาพชนิดหนึ่ง การถ่ายภาพนั้นมีความหมายว่าเป็นการเขียนด้วยแสง
53.	Text messages	กำลังส่งข้อความสั้นระหว่าง โทรศัพท์ เพจเจอร์ หรืออุปกรณ์ handheld อื่นๆ ข่าวสารได้รับการส่งผ่าน SMS (short message service) ผู้ใช้สามารถส่งข่าวสารข้อความจากเครื่องคอมพิวเตอร์ไปยังอุปกรณ์มือถือได้ด้วย Web texting
54.	recording	วัสดุที่แบนยาวเคลือบด้วยสารแม่เหล็กใช้บันทึกสัญญาณเสียง
55.	communications	การสื่อสาร ทางด้านคอมพิวเตอร์หมายถึงการถ่ายทอดหรือการส่งผ่านข้อมูลจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปสู่คอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่ง
56.	Videotelephony	เทคโนโลยีโทรคมนาคมสำหรับการรับและส่งสัญญาณเสียงวิดีโอโดยผู้ใช้ที่อยู่ในสถานที่ที่แตกต่างกันสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้คนในแบบเรียลไทม์
57.	Videtex	บริการการเรียกสารสนเทศปฏิสัมพันธ์ (interactive information) อย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้โดยการบอกรับเป็นสมาชิกโดยทางสายโทรศัพท์ และสารสนเทศจะปรากฏบนจอภาพของโทรทัศน์ที่บ้านหรือที่สถานีปลายทางของ videotex โดยเฉพาะ บริการ videotext จะให้บริการตั้งแต่ว่าข้อมูล ข่าวพยากรณ์อากาศ การธนาคาร
58.	Visual materials	โสตวัสดุ (Audio Materials) คือ สื่อสำหรับฟัง นำเสนอข้อมูลความรู้ด้วยเสียง เช่น เทปบันทึกเสียง และ แผ่นเสียง เป็นต้น ทัศนวัสดุ (Visual Materials) คือ สื่อสำหรับดู นำเสนอข้อมูล ความรู้ด้วยภาพ เช่น วัสดุกราฟิก แผ่นโปร่งใส สไลด์ วัสดุย่อส่วน และ หุ่นจำลอง
59.	Web publication	สิ่งพิมพ์ทางเว็บ
60.	Webcasts	การส่งวิดีโอผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แต่เน้นรูปแบบของหน้า Website
61.	Wikis	ลักษณะของเว็บไซต์แบบหนึ่งที่อนุญาตให้ผู้ใช้ เพิ่มและแก้ไขเนื้อหาได้โดยง่าย ซึ่งบางครั้งไม่จำเป็นต้องมีการลงทะเบียนเพื่อแก้ไข ด้วยความง่ายในการแก้ไขและโต้ตอบ วิกีเว็บไซต์ มักจะถูกนำมาใช้ในการร่วมเขียนบทความ

ที่มา : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.2 สื่อดิจิทัลกับการประชาสัมพันธ์

“ดิจิทัล” คือ ช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการเป็นการทำการตลาดรูปแบบหนึ่งที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค เพื่อเพิ่มยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ ทางสื่อดิจิทัลที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่าย และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้สื่อดิจิทัลคืออีกทางเลือกหนึ่งของการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับธุรกิจใหม่ ทำให้การรับรู้เกิดขึ้นในวงกว้าง อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในจำนวนมากได้โดยตรง ธุรกิจใหม่ๆ จึงมีโอกาที่จะเป็นที่รู้จัก และเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านรูปแบบสื่อดิจิทัล

### 2.1.3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล

2.1.3.1 Social Media โซเชียลมีเดียจะเป็นตัวช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ของคุณเป็นที่รู้จักและขยับขึ้นไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการทำสื่อดิจิทัลบนสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย คือ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็วทันใจ และช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบอกต่อในหมู่คน ได้อย่างง่ายดาย รูปแบบสื่อดิจิทัลที่สามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย

2.1.3.2 Content เนื้อหากลายเป็นส่วนประกอบที่สำคัญสูงสุดสำหรับการผลิตสื่อออนไลน์ในยุคเทคโนโลยีปัจจุบัน จากคำกล่าวที่ว่า “Content is King” บ่งบอกได้ถึงคุณค่าของการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมเว็บไซต์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นเช่นกัน โดยวิธีการสร้างและแจกจ่ายเนื้อหาที่มี “คุณค่า” ให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาสร้างรายได้ให้เรา รูปแบบสื่อดิจิทัลที่สามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้เนื้อหา

2.1.3.3 Search Engine Optimization การใช้เนื้อหาในการทำการตลาดสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพผลการค้นหาผ่าน SEO ได้ และทำให้เว็บไซต์ของคุณติดอันดับในหน้าของการค้นหาซึ่งจะเป็นการเพิ่มปริมาณผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้ ซึ่งรูปแบบสื่อดิจิทัลที่สามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์จากการค้นหา SEO

2.1.3.4 Search Engine เป็นรูปแบบการทำประชาสัมพันธ์ออนไลน์บนหน้าแสดงผลการค้นหา (Search Result Page) อาทิ Google, Yahoo!, Bing, Baidu เป็นต้น โดยการทำโปรโมชันกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ใช้งาน Search Engine เพื่อให้รู้จักเว็บไซต์ สินค้า หรือบริการของคุณ และนำมาซึ่งยอดผู้ใช้เว็บไซต์และเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งใช้ PPC (Pay Per Click) ในการลงโฆษณาบนหน้าแสดงผลการค้นหา โดยที่คิดค่าใช้จ่ายจากการคลิกตัวข้อความโฆษณา แม้ว่าโฆษณาจะแสดงขึ้นมา แต่หากไม่มีการคลิกเกิดขึ้น ก็จะไม่เสียเงินในการลงโฆษณาแต่อย่างใด ระบบโฆษณาแบบPPCที่เป็นที่นิยมทั่วโลก

2.1.3.5 Affiliate เป็นการทำการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ตรูปแบบใหม่ โดยอาศัยตัวแทนโฆษณา, เซลล์แมน, ตัวแทนจำหน่าย, คนเชียร์สินค้า, รวมถึงผู้รีวิวสินค้า โดยได้รับผลตอบแทนในรูปแบบค่าคอมมิชชั่นจากเจ้าของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่ง ณ ปัจจุบันใครๆก็สามารถเป็นผู้ช่วยขายสินค้าได้ เพราะการทำ Affiliate นั้นง่ายมาก เพียงแค่ช่วยโปรโมทสินค้าบนเว็บไซต์หรือทาง Social Media ของตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3.6 Email ในยุคปัจจุบันบริษัทต่างๆได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง email เพื่อเป็นการแจ้งข่าวสาร โปรโมชั่น หรือส่วนลดพิเศษแก่สมาชิกหรือลูกค้าของบริษัท ตลอดจนเป็นการนำผู้ใช้ email ไปยังเว็บไซต์ของบริษัท

2.1.2.7 Online PR ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ คือการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง โดยนำเสนอข่าวสารได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ กราฟิก ผ่านทางบล็อกและเว็บไซต์ คล้ายกับการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม แต่ทำในพื้นที่ออนไลน์ เชื่อมโยงเครือข่ายทั่วโลกเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว แลกเปลี่ยนประสบการณ์ อย่างไร้พรมแดน ทุกสถานการณ์ ทุกเวลา ทุกสถานที่ ในช่วงเวลาพร้อมๆ กัน

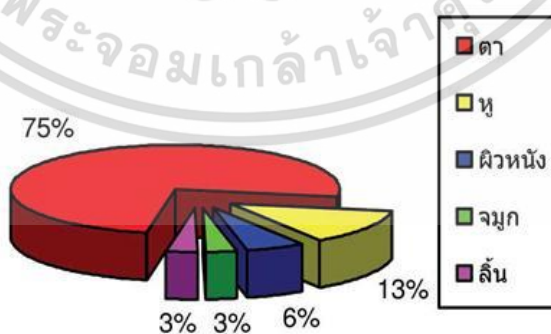
#### 2.1.4 ประโยชน์ของสื่อดิจิทัล

การประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลช่วยให้ธุรกิจทำการโปรโมทสินค้าและบริการได้ ช่วยให้บริการลูกค้าออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าการดูแลและเอาใจใส่เป็นอย่างดี การใช้การปฏิสัมพันธ์กับโซเชียลมีเดียช่วยให้ธุรกิจต่างๆ ได้รับการตอบรับเชิงบวกและเชิงลบจากลูกค้าได้โดยตรง ด้วยเหตุนี้การตลาดแบบดิจิทัลจึงเป็นประโยชน์สำหรับแบรนด์และธุรกิจต่างๆ โดยที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถโพสต์ความคิดเห็นผ่านทางแหล่งโซเชียลเน็ตเวิร์ค บล็อกและเว็บไซต์เกี่ยวกับประสบการณ์การใช้สินค้าและบริการต่างๆ ถึงความพึงพอใจต่อแบรนด์นั้นๆได้ ซึ่งแตกต่างจากการทำประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม หรือออฟไลน์แบบสิ้นเชิง หากประชาสัมพันธ์บนหนังสือพิมพ์ก็จะไม่สามารถตรวจสอบจำนวนผู้อ่านได้ ผู้อ่านเป็นใคร และเป็นคนจากภูมิภาคใด ในทางกลับกันการประชาสัมพันธ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยวัดและวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนั้น(วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์รี. 2529 : 5-7)

#### 2.1.5 มนุษย์กับการรับรู้และการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล

การรับรู้และการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลของมนุษย์ผ่านสื่อดิจิทัลทาง ตา 75% หู 13% ผิวหนัง 6% จมูก 3% ลิ้น 3%(จตุรงค์ ลังกาพินธุ์. 2529 : 7)

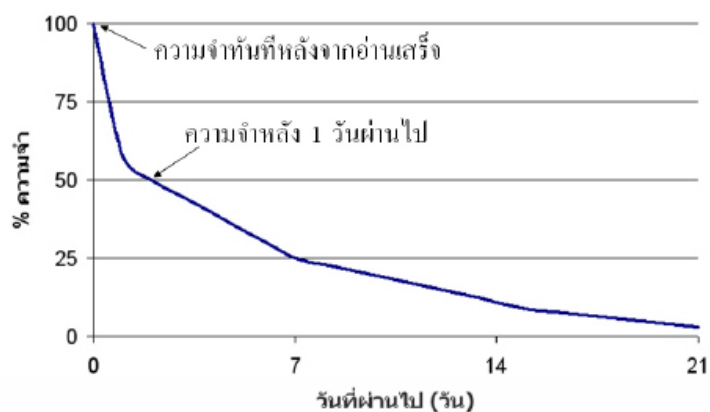
#### แผนภูมิแสดงการรับรู้ของคน



ภาพที่ 2.2 แผนภูมิแสดงการรับรู้ของคน

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 มีนาคม 2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.3 ระยะเวลาการจดจำของมนุษย์

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 มีนาคม 2564)

การสร้างการรับรู้และการสื่อสารของสื่อดิจิทัลให้เป็นที่จดจำ ทำได้โดยการนำองค์ประกอบของสื่อชนิดต่างๆ มา ผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งประกอบด้วย ตัวอักษรหรือข้อความ (Text) ภาพนิ่ง (Still Image) เสียง (Sound) วิดีโอ (Video) และ ภาพเคลื่อนไหวหรือ แอนิเมชัน (Animation) โดยผ่าน กระบวนการทางระบบคอมพิวเตอร์เพื่อสื่อความหมายกับผู้ใช้ อย่างมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) และได้บรรลุผล ตามวัตถุประสงค์การใช้งาน

2.1.5.1 ตัวอักษรหรือข้อความ(Text) ข้อความ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของสื่อดิจิทัล ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอ การสื่อสารโดยใช้ข้อความ เป็นสื่อกลางเพื่อรับส่งข้อมูลข่าวสาร ได้รับการพัฒนาให้มีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับงาน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

- ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไปได้จากการพิมพ์ด้วยโปรแกรมประมวลผล งาน (Word Processor) เช่น NotePad, Text Editor, Microsoft Word โดย ตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

- ข้อความที่ได้จากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้ แล้ว(เอกสาร ต้นฉบับ) มาทำการสแกนด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ (Image) 1 ภาพ ปัจจุบัน สามารถแปลงข้อความ ภาพ เป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR ข้อความอิเล็กทรอนิกส์เป็นข้อความ ที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อที่ใช้ประมวลผลได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 การสื่อสารโดยใช้ข้อความ เป็นสื่อกลาง

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 มีนาคม 2564)

ตัวอักษรจะถูกนำมาใช้สำหรับสร้างเอกสารเพื่อการสื่อสารข้อมูลหรือ ข่าวสารต่าง ๆ แบ่งตัวอักษรออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ UnformattedText, FormattedText, Hypertext



ภาพที่ 2.5 การแบ่งประเภทตัวอักษร

ที่มา : [https:// www.onlineocr.net](https://www.onlineocr.net) เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2562

- Unformatted Text หรือ เพลนเท็กซ์ (Plaintext) ตัวอักษรทั่วไปที่ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น มาตรฐานรหัสแอสกีมาตรฐานรหัสแอสกีได้แก่ตัวอักษรa-z,A-Z,ตัวเลข0-9และรวมถึง เครื่องหมายวรรคตอนอื่น ๆ ASCII : American Standard Code For Information เป็นรหัสขนาด 7 บิตรองรับได้ 128 รหัส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Dec	Hex	Char	Dec	Hex	Char	Dec	Hex	Char	Dec	Hex	Char
0	00	Null	32	20	Space	64	40	@	96	60	`
1	01	Start of heading	33	21	!	65	41	A	97	61	a
2	02	Start of text	34	22	"	66	42	B	98	62	b
3	03	End of text	35	23	#	67	43	C	99	63	c
4	04	End of transmit	36	24	\$	68	44	D	100	64	d
5	05	Enquiry	37	25	%	69	45	E	101	65	e
6	06	Acknowledge	38	26	&	70	46	F	102	66	f
7	07	Audible bell	39	27	'	71	47	G	103	67	g
8	08	Backspace	40	28	(	72	48	H	104	68	h
9	09	Horizontal tab	41	29	)	73	49	I	105	69	i
10	0A	Line feed	42	2A	*	74	4A	J	106	6A	j
11	0B	Vertical tab	43	2B	+	75	4B	K	107	6B	k
12	0C	Form feed	44	2C	,	76	4C	L	108	6C	l
13	0D	Carriage return	45	2D	-	77	4D	M	109	6D	m
14	0E	Shift out	46	2E	.	78	4E	N	110	6E	n
15	0F	Shift in	47	2F	/	79	4F	O	111	6F	o
16	10	Data link escape	48	30	0	80	50	P	112	70	p
17	11	Device control 1	49	31	1	81	51	Q	113	71	q
18	12	Device control 2	50	32	2	82	52	R	114	72	r
19	13	Device control 3	51	33	3	83	53	S	115	73	s
20	14	Device control 4	52	34	4	84	54	T	116	74	t
21	15	Neg. acknowledge	53	35	5	85	55	U	117	75	u
22	16	Synchronous idle	54	36	6	86	56	V	118	76	v
23	17	End trans. block	55	37	7	87	57	W	119	77	w
24	18	Cancel	56	38	8	88	58	X	120	78	x
25	19	End of medium	57	39	9	89	59	Y	121	79	y
26	1A	Substitution	58	3A	:	90	5A	Z	122	7A	z
27	1B	Escape	59	3B	;	91	5B	[	123	7B	{
28	1C	File separator	60	3C	<	92	5C	\	124	7C	
29	1D	Origi separator	61	3D	=	93	5D	]	125	7D	}
30	1E	Record separator	62	3E	>	94	5E	^	126	7E	~
31	1F	Unit separator	63	3F	?	95	5F	_	127	7F	~

ภาพที่.2.6 American Standard Code For Information

ที่มา : พีราวิชญ์ ภาคนนท์กุล (2529 : 22)

- Formatted Text คือตัวอักษรใช้สำหรับเปลี่ยนรูปแบบของตัวอักษรให้ มีลักษณะแตกต่างจากตัวอักษรทั่วไปได้แก่ ตัวหนา ตัวขีดเส้นใต้ ตัวเอียง เปลี่ยนรูปร่าง ขนาด และสี

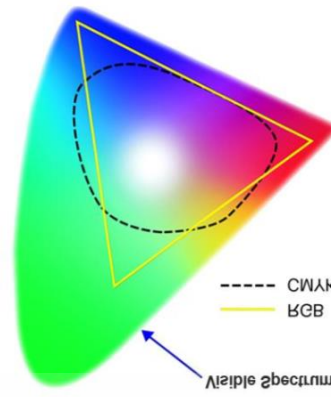
**MAEJO HELLO**  
Members only

ภาพที่.2.7 Formatted Text

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 มีนาคม 2564)

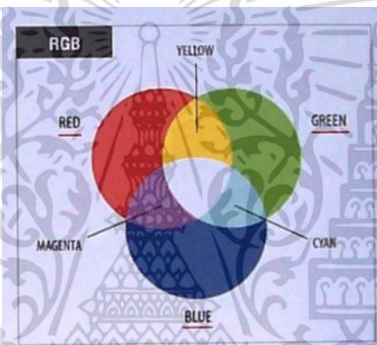
สี(COLOR) แสงสีแดง(Red) แสงสีเขียว(Green) แสงสีน้ำเงิน(Blue) เรียกว่า RGB ซึ่งเป็นแม่สีของแสง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่.2.8 แม่สีของแสงRGB(1)

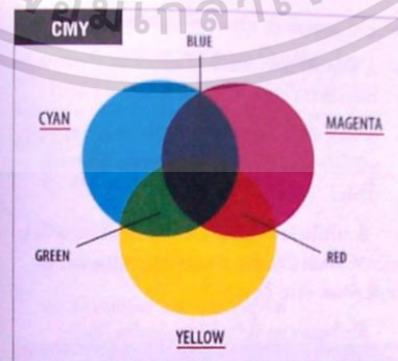
ที่มา : พีรวิชญ์ ภาคนนท์กุล (2529 : 25)



ภาพที่ 2.9 แม่สีของแสงRGB(2)

ที่มา : พีรวิชญ์ ภาคนนท์กุล (2529 : 26)

จากภาพ 2.9 โมเดล RGB ผสมกัน โดยแสงสีหลักทั้ง 3 จะมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 255



ภาพที่ 2.10 แม่สีของแสงRGB(3)

ที่มา : พีรวิชญ์ ภาคนนท์กุล (2529 : 27)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพ 2.10 CMYK เกิดจากการผสมสีหมึกพิมพ์ลงบนกระดาษสีน้ำเงินเขียว (Cyan) + สีแดงม่วง (Magenta) + สีเหลือง (Yellow) + สีดำ (Black)



ภาพที่ 2.11 แม่สีของแสงRGB html-color-codes.info

ที่มา : <https://html-color-codes.info>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2562

- Hypertext เอกสารไฮเปอร์เท็กซ์ที่บรรจุการเชื่อมต่อไปยังเอกสารอื่นๆ ทำให้สามารถอ่านได้หลายมิติมีการนำเสนอแบบปฏิสัมพันธ์ (interaction) ด้วยการนำข้อความที่เข้ามา เป็นจุดเชื่อมโยง ไฮเปอร์ลิงค์(Hyperlink) เอกสารไฮเปอร์เท็กซ์สามารถเชื่อมโยงกับเอกสารที่อยู่ภายในเอกสาร เดียวกันหรือต่างเอกสารได้การระบุแหล่งที่อยู่ของเว็บไซต์จะใช้เทคนิคที่เรียกว่า “ยูอาร์แอล (URL : Uniform Resource Location)” ฟอนต์(Font)รูปแบบตัวอักษรที่ใช้สำหรับสร้างข้อความจะถูกกำหนดรูปแบบโดย “ฟอนต์ (Font)” ซึ่งสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานต่าง ๆ ได้



ภาพที่ 2.12 รูปแบบตัวอักษรFont

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.13 รูปแบบตัวอักษร serif  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

จากภาพ 2.13 serif เป็นฟอนต์ที่มีลักษณะทางการ โดยมีพัฒนามาจากรูปแบบตัวอักษรที่เขียนด้วยมือลักษณะเด่นอยู่ที่หาง (serif) หรือปลายของเส้นลำตัวนิยมนำมาใช้ในการพิมพ์เอกสารแบบดั้งเดิม หรือแบบมีหัว เป็นเอกลักษณ์ของภาษาไทย แสดงความเป็นทางการ



ภาพที่ 2.14 รูปแบบตัวอักษร san serif  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

จากภาพ 2.13 san serif พัฒนามาจาก serif ให้มีการลดทอนตัด ส่วน serif ออกจนดูทันสมัยเรียบง่าย



ภาพที่ 2.15 รูปแบบตัวอักษร script  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

จากภาพ 2.15 script ตัวอักษรที่มีลักษณะเหมือนเขียนด้วยมือลักษณะต่อเนื่องกัน  
เอียงเล็กน้อย  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.16 รูปแบบตัวอักษร display(1)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)



ภาพที่ 2.17 รูปแบบตัวอักษร display(2)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

จากภาพที่ 2.17 display ตัวอักษรที่ออกแบบเฉพาะเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และดึงดูดความสนใจแต่ไม่เหมาะกับการนำไปใช้การพิมพ์บทความยาวๆ เพราะจะอ่านยาก

รูปแบบของไฟล์ (File Format) ที่ใช้เก็บตัวอักษร

- TXT (Text) เป็นรูปแบบของโปรแกรม Text Editor ต่าง ๆ เช่น Notepad ของระบบปฏิบัติการวินโดวส์

- DOC (Document) เป็นรูปแบบไฟล์จากเอกสารที่สร้างด้วยโปรแกรม ไมโครซอฟท์เวิร์ด (MS Word) ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน

- RTF (Rich Text Format) สามารถสร้างได้จากโปรแกรม TextEdit ของ MAC OS รวมถึงโปรแกรม WordPad ไฟล์ RTF เป็นไฟล์ที่มีลักษณะ คำสั่งเหมือนกับโค้ดของเอกสาร HTML เช่น /b แทนการกำหนด ตัวอักษรให้เป็นตัวหนา หรือ \ แทนการเริ่มต้นย่อหน้าใหม่ เป็นต้น

- PDF (Portable Document Format) มีวัตถุประสงค์เพื่อการแลกเปลี่ยน เอกสารข้ามแพลตฟอร์ม เป็นไฟล์ที่เป็นมาตรฐานเปิด สามารถเปิดอ่านและ แก้ไขได้ด้วยโปรแกรมต่าง ๆ ที่มีอยู่จำนวนมาก

- PS (PostScript) เป็นภาษาระดับสูงใช้สำหรับจัดการองค์ประกอบของเอกสาร และภาพกราฟิกที่ต้องการพิมพ์ผ่านเครื่องพิมพ์

- CSS (Cascading Style Sheet) เป็นไฟล์ที่เก็บข้อมูลการกำหนดรูปแบบและลักษณะของตัวอักษร (Style Sheet) เพื่อนำมาใช้กับเว็บเพจ ซึ่งเป็นคุณสมบัติ ใหม่ที่กำหนดขึ้นโดยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

World Wide Web Consortium ไม่เพียงแต่สามารถ กำหนดรูปแบบอักษรที่มีความซับซ้อนได้มากขึ้น แต่ยังสามารถทำการจัด วางตำแหน่งของตัวอักษรได้สะดวกและเป็นระเบียบด้วย

สัญลักษณ์ (Symbol) และไอคอน (Icon)

วัตถุประสงค์ของการใช้งาน	สัญลักษณ์	ความหมาย
การติดต่อสื่อสารระหว่างกันบนระบบเครือข่าย	:~)	ยิ้มธรรมดา
	:~)	ยิ้มและขยับตาหนึ่งข้าง
	:~	แสดงอาการไม่สนใจ
	:~>	อาการกรีดอย่างแรง
	:~(	กำลังหนีบั้ง
	8~)	แสดงอาการตื่นเต้น
	:~D	อาการประหลาดใจ
	:~/	อาการงง งง

ภาพที่ 2.18 การใช้งานสัญลักษณ์

ที่มา : พีรวิชัย ภาคนนท์กุล (2529 : 43)



ภาพที่ 2.19 การใช้งานตัวอักษรกับโลโก้(1)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

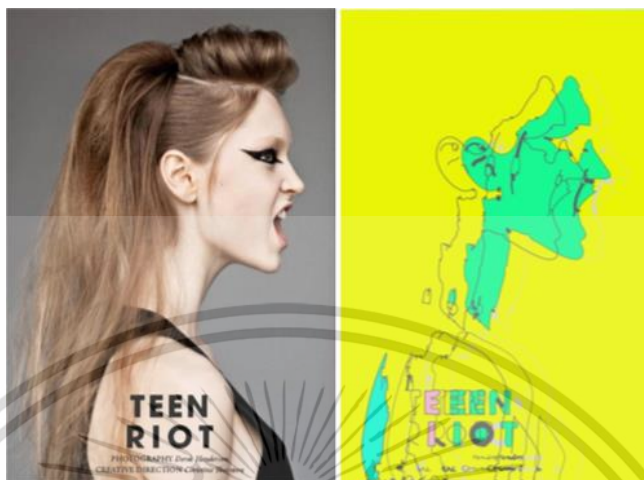


ภาพที่ 2.20 การใช้งานตัวอักษรกับโลโก้(2)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.5.2 ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพนิ่งสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่ บนสื่อชนิดต่างๆ เช่นโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ



ภาพที่ 2.21 ภาพนิ่ง

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

2.1.5.3 เสียง(Sound) เสียงจะถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไป กลับมาได้ หากในสื่อดิจิทัล มีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาใน การนำเสนอ จะช่วยให้ระบบนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.22 เสียง

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

2.1.5.4 วิดีโอ(Video) วิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่า องค์ประกอบชนิดอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.23 วิดีโอ

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

2.1.5.5 ภาพเคลื่อนไหวหรือแอนิเมชัน(Animation)ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดง ขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม



ภาพที่ 2.24 ภาพเคลื่อนไหวหรือแอนิเมชัน

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

## 2.2 ศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

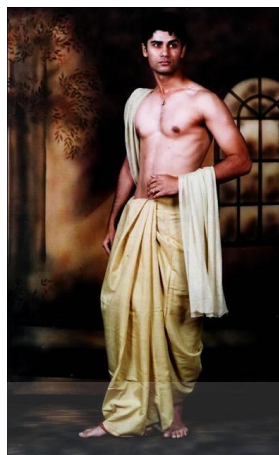
### 2.2.1 ศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช

จดหมายเหตุจีนได้บันทึกเรื่องราวการแต่งกายของผู้คนในอาณาจักรฟูนัน ซึ่งรุ่งเรืองอยู่ระหว่างพุทธศตวรรษที่ 6 – 11 ว่า “...พวกชนชั้นสูงของฟูนันมีเครื่องนุ่งห่มที่ทอด้วยไหมเงินและไหมทอง พวกผู้หญิงมีผ้าคลุมชนิดหนึ่งคล้ายหมวกแขก ผู้คนส่วนใหญ่มีเครื่องนุ่งห่ม ลูกผู้ดีมีตระกูลจะสวมใส่และนิยมเครื่องประดับที่เป็นสร้อยคอทองคำ แหวน หรือเครื่องใช้ที่ทำด้วยเงิน....” และเมื่ออาณาจักรฟูนันเสื่อมอำนาจลงก็ยังมีอาณาจักรต่างๆ ที่ปกครองตนเองอยู่ เช่น อาณาจักรพัน-พัน เมืองธรรมราชปุระ (หรือ ตามพรลิงค์ หรือ นครศรีธรรมราช ซึ่งมีฐานะเป็นนครรัฐ) โดยมีอาณาจักรลังกาสุกะทำการควบคุมการค้าขายของนครรัฐต่างๆ ทั้งหมดบนคาบสมุทรเอาไว้อย่างสมบูรณ์ในสมัยอาณาจักรลังกาสุกะ ซึ่งรุ่งเรืองอยู่ต่อมาในศตวรรษที่ 9 – 11 ก็ได้มีจดหมายเหตุจีนบันทึกลักษณะการแต่งกาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้คนในอาณาจักรแห่งนี้ว่า “...เป็นธรรมเนียมปฏิบัติทั้งชายและหญิงในการเปลือยกายท่อนบน ปล่อยผมเป็นกระเชิงลงมาข้างหลัง ผ้าที่สวมใส่ทำด้วยฝ้ายกัมมัน..” และพงศาวดารจีนในสมัยราชวงศ์เหลียงก็ยังได้กล่าวถึงการแต่งกายของชาวลังกาสุกะนั้นว่า ไม่นิยมสวมเสื้อ สรววมโสร่งผ้าฝ้าย ปล่อยผมยุ่ง กษัตริย์และขุนนางผู้ใหญ่มีผ้าคลุมไหล่ สวมต่างหูทองคำ หญิงแต่งกายด้วยผ้าฝ้าย มีเครื่องเพชรพลอยประดับกาย ชาวลังกาสุกะได้รู้จักนำเอาฝ้ายกิเปมาใช้ทอขึ้นเป็นผ้าใช้เอง เรียกว่า ผ้ากัมมัน นำไปเป็นเครื่องแต่งกาย โดยชนชั้นสูงสวมนุ่งผ้านุ่งและเสื้อที่ทอด้วยผ้ากัมมันที่ไม่มีแขนด้วย ซึ่งยังไม่มีมีการประดิษฐ์ลวดลายขึ้นมา พระราชาและพวกขุนนางมีผ้าคลุมไหล่สีแดงชื่อมาจากจีน เรียกว่า ผ้าหยันเซีย (Yun-hsia) มีเครื่องประดับกายทำด้วยทองคำเป็นเข็มขัด ต่างหู ส่วนสามัญชนชายและหญิงนุ่งผ้าโสร่งผ้ากัมมัน โดยเปลือยกายท่อนบน ปล่อยผมลงมาข้างหลัง การแต่งกายอาจแตกต่างกันแต่ก็มีการใช้ผ้าฝ้ายกัมมันเป็นเครื่องนุ่งห่มกายในทุกชนชั้น ผ้ากัมมันเป็นเส้นใยที่ได้จากธรรมชาติที่ชาวอินเดีย ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มชนชาติแรกตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ แล้วจึงได้เผยแพร่พร้อมกับถ่ายทอดเทคนิควิธีการทอผ้าและการแต่งกาย ด้วยการใช้ผ้าฝ้ายมาทอเป็นเครื่องนุ่งห่มเผยแพร่ไปให้แก่ชาวพื้นเมือง และชาวพื้นเมืองเองก็มีวิธีการทอผ้าอยู่ตามแบบดั้งเดิมของตนเองอยู่แล้ว จึงทำให้รับเอาเทคนิคการทอผ้าจากชาวอินเดีย และนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับวัฒนธรรมการทอผ้าและการแต่งกายของตนเองในที่สุด ต่อมาในพุทธศตวรรษที่ 14 – 15 นครลังกาสุกะตกอยู่ภายใต้อำนาจการปกครองของอาณาจักรศรีวิชัย และแผ่อำนาจปกครองเข้ามาในแหลมมาลายู ได้เข้าปกครองเมืองไชยา ตามพรลิงค์(นครศรีธรรมราช) ปัตตานี กลันตัน ตรังกานู ปาหังและเคดาห์ มีบันทึกของชาวจีนชื่อ หวางตาหยวน (Wanh-Ta-Yuan) บันทึกเกี่ยวกับการแต่งกายของชนพื้นเมืองไว้ว่า “..เรียกภูนี้ว่า ทินเซียลู่ (Thin-Cia-Lu) ผมของชายและหญิงซึ่งอยู่ในบริเวณนี้ ทำเป็นจุกและใส่เสื้อสั้น ประดิษฐ์จากผ้าฝ้ายสีเขียว พันรอบกาย..” แสดงให้เห็นว่ามีการนุ่งผ้าและห่มผ้าด้วยการพันร่างกายเช่นเดียวกับชาวอินเดีย ซึ่งเรียกว่า การนุ่งผ้าแบบโธตี (Dhoti) ส่วนหญิงชาวไทยและกัมพูชานั้นใช้ผ้าห่มกายเช่นเดียวกับชาวมัชปาหิธ (ศูนย์กลางการปกครองอยู่ที่เมืองปาเล็มบัง) ซึ่งการแต่งกายของชาวพื้นเมืองดังกล่าวเป็นแบบเดียวกับชาวอินเดีย จึงแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลการแต่งกายของชาวอินเดียที่มีต่อผู้คนในคาบสมุทรแห่งนี้ ที่มาพร้อมๆ กับการรับเอาวัฒนธรรมด้านอื่นๆ ด้วย และเมื่ออาณาจักรศรีวิชัยเสื่อมอำนาจลง หัวเมืองต่างๆ ในแหลมมาลายูต่างๆ ก็แยกตัวกันเป็นอิสระ ขณะเดียวกันที่กรุงสุโขทัย แห่งอาณาจักรสยาม เริ่มขยายอำนาจลงมาทางใต้และผนวกเมืองต่างๆ เข้ากับตนตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 19 – 23 และมีอิทธิพลต่อหัวเมืองเก่าเหล่านี้เรื่อยมา หัวเมืองปัตตานีเริ่มมีความสำคัญในฐานะเมืองท่ามากขึ้น โดยมีชาวต่างชาติจากฝั่งตะวันออก (จีน) และตะวันตก (อินเดีย และเปอร์เซีย) มีสินค้าเข้ามาและส่งออกเพื่อการแลกเปลี่ยนค้าขายกันเป็นจำนวนมาก เช่น ของป่า เครื่องเทศ เครื่องลายคราม ฝ้ายและไหม โดยเฉพาะผ้าทั้งจากจีนและอินเดีย เปอร์เซีย รวมทั้งผ้าทอจากท้องถิ่น คือ ผ้าจวนตานีและผ้าไหมลิมา เป็นต้น (สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคใต้ เล่ม 10, มุลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### ภาพที่ 2.25 การนุ่งโสร่งผ้ากัมมัน

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542 : 65)

ผ้าสมัยก่อนยุคประวัติศาสตร์ และผ้าในคาบสมุทรสุวรรณภูมิ ได้มีการค้นพบเครื่องมือเครื่องใช้ในสมัยก่อนยุคประวัติศาสตร์ (ยุคโลหะ เมื่อ 2,700 – 1,500 ปีมาแล้ว) พบว่า คนในสมัยนั้นใช้อุปกรณ์อย่างหนึ่งเพื่อปั่นเส้นใยให้เป็นเกลียวยาว เรียกว่า แว (spindle whorl) เพื่อขึ้นเป็นเส้นด้ายใช้สำหรับทอเป็นผืนผ้า มีการค้นพบแวที่ทำด้วยดินเผา กระจุกสัตว์ และหิน เช่น การขุดค้นพบที่ชุมชนโบราณบ้านท่าเรือ ตำบลท่าเรือ นครศรีธรรมราช พบแวที่ทำด้วยหินดินดานสีแดงเป็นรูปฐานกรวยเจาะรู นอกจากนี้ยังพบที่อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา อำเภอพนพิณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น แต่คุณภาพของเส้นใยอาจเป็นเส้นใยที่สั้นและไม่เหนียวนัก แต่ก็กรรมวิธีนี้ก็ถูกใช้กันมาเรื่อยจนถึงพุทธศตวรรษที่ ๒๓ จึงได้เลิกใช้ เมื่อมนุษย์ประดิษฐ์เครื่องปั่นด้ายที่เรียกว่า ไน ขึ้นมาแทนแวที่ใช้กันมานาน ผ้าที่ใช้กันในสมัยโบราณอาจใช้เป็นผ้าที่ทอจากการใช้เส้นด้ายเอามาสอดขัดกันเหมือนการสานลายขัด ขณะเดียวกันก็ได้ผ้าที่มีความหนากระด้าง เส้นด้ายไม่เท่ากัน เพราะเส้นด้ายมาจากการตีเกลียวอย่างหลวมๆ จึงทำให้ผ้าหลุดขาดออกจากกันง่าย ส่วนวัสดุที่ใช้ก็มีการพัฒนามาเป็นลำดับ เช่น สมัยก่อนใช้ต้นป่าน ปอ ใบสับปะรดมาปั่นแปรรูปขึ้นเป็นเส้นใย ด้วยการนำไปแช่น้ำให้เปื่อยยุ่ยแล้วทุบด้วยหินหรือไม้ให้เป็นวุ้น (gelatin) ซึ่งทำกันอย่างกว้างขวาง จนเกิดมีการนำเส้นไหมจากดักแด้มาทอขึ้นเป็นผ้าไหม สันนิษฐานว่า ชาวจีนรู้จักการนำเอาใยที่หุ้มตัวดักแด้ของตัวไหมนำมาปั่นเป็นเกลียวเส้นด้ายที่มีความเหนียวและมีคุณภาพมากขึ้น นำมาทอผ้า เป็น “ผ้าไหม” มีหลักฐานเป็นบันทึกของชาวจีนที่เดินเรือมาถึงภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 6 – 11 ว่าดินแดนนี้มีการรวมตัวกันเป็นชุมชนในระดับ “นครรัฐ” และรวมกันเป็นอาณาจักรขึ้น ผู้คนในอาณาจักรและนครรัฐเหล่านี้มีรูปแบบการแต่งกายและการใช้ผ้าไม่แตกต่างกันมากนัก น่าจะได้รับอิทธิพลจากอารยธรรมจีนและอินเดียและอาจจะมีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับผ้าระหว่างกันด้วย และอาจสืบทอดวัฒนธรรมการใช้ผ้าและทอผ้ามาสู่ภาคใต้ของไทยอีกด้วย เช่น จากอาณาจักรฟูนัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาณาจักรทวารวดี และอาณาจักรศรีวิชัย (ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์, ศิลปวัฒนธรรมภาคใต้ว่าด้วย ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ภาษา วัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้าน, สุวีริยาสาสน์, 2548)



ภาพที่ 2.26 แผนที่ทางเดินเรือโบราณ

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542 : 80)



ภาพที่ 2.27 การปั่นเส้นใยให้เป็นเกลียวยาวด้วยแ้ว

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542 : 97)



ภาพที่ 2.28 แ้ว

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542 : 97)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.29 การแต่งกายในสมัยศรีวิชัย  
ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542 : 104)

### 2.2.2 วัฒนธรรมการใช้ผ้าในชีวิต

ผ้ามีความสำคัญมากกว่าการเป็นเพียงเครื่องนุ่งห่ม ผ้ายังเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงฐานะของผู้คนในสังคม ประการสำคัญคือ ผ้าได้ถูกใช้ประโยชน์แตกต่างกันไปตามความเชื่อและประเพณีของผู้คนในแต่ละชนเผ่า

วัฒนธรรมการใช้ผ้าในชีวิตของชาวใต้จำแนกได้ตามกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งมีอยู่ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม และชาวไทยเชื้อสายจีน ทั้ง 3 กลุ่มนี้ต่างก็มีจุดมุ่งหมายการใช้ผ้าทั้งในชีวิตประจำวัน เช่น ผ้าในที่ใช้ในพิธีกรรมต่างๆ และผ้าที่ใช้ประโยชน์อย่างอื่นในชีวิตประจำวันอีกด้วย

ในที่นี้จะกล่าวถึงผ้าในชีวิตประจำวันของชาวไทยพุทธทางภาคใต้ของประเทศไทยก่อน เนื่องจากเป็นคนกลุ่มใหญ่ของภูมิภาคนี้ (ส่วนกลุ่มชนอื่นๆ ผู้เขียนจะได้นำเสนอในโอกาสต่อไป)

ชาวไทยพุทธทางภาคใต้ของไทยมีการแต่งกายที่คล้ายคลึงกับชาวไทยในภาคกลางมาตั้งแต่โบราณจนถึงสมัยกรุงศรีอยุธยา และสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ คือ ผู้ชายและหญิงมักนุ่งผ้าโจงกระเบน หากเป็นชนชั้นสูงระดับเจ้าเมือง ข้าราชการ พ่อค้า คหบดีก็ใช้ผ้าทอยกดอก ผ้าไหมพื้น ผ้าไหมยกดอก ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าปวม ผ้าสมปัก ผ้าม่วง โดยการใช้ผ้าเหล่านี้จะบ่งบอกถึงฐานะศักดิ์ของตนเองอีกด้วย แต่ผ้านุ่งยกทองจะนุ่งได้ก็เฉพาะเจ้านายและขุนนางที่มีบรรดาศักดิ์สูงเท่านั้น ส่วนผ้าที่ซื้อหากันที่เป็นผ้ามาจากต่างประเทศ ได้แก่ ผ้าลายอย่าง ผ้าลายนอกอย่าง ผ้าแพร โดยเฉพาะผ้าแพรเป็นผ้าจากจีนมีทั้งชนิดมีสีพื้นและชนิดมีลายในตัว เช่น ลายดอกพุดตาน และที่นำมาปักลายด้วยไหมเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลายดอกไม้ ซึ่งนำมาใช้เป็นผ้าสไบของชายและหญิง ใช้เป็นผ้าห่ม ส่วนผ้าพิมพ์ลายที่ใช้กันในหมู่ชาวภาคใต้นั้นเริ่มมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา คาดว่าคงใช้กันในพวกขุนนางและคหบดี สนนราคาขึ้นอยู่กับชนิดของเนื้อผ้าและสีสันทดลายน ยกเว้นผ้าเขียนลายทองเท่านั้นที่ใช้ได้เฉพาะแต่พระเจ้าแผ่นดิน พระมหากษัตริย์ เจ้าฟ้าและพระองค์เจ้าเท่านั้น

การนุ่งห่มผ้าของผู้ชายมักสวมเสื้อคอกลมผ่าหน้า สีขาว แขนยาว ติดกระดุม บางทีก็ไม่สวมเสื้อ ส่วนหญิงในชนชั้นสูงมักห่มผ้าพาดเฉียงหรือใช้ผ้าสไบ หรือสวมเสื้อห่มสไบทับเมื่อออกไปงาน ช่างนอกบ้าน หรือไปวัด หากอยู่ในบ้านมักใช้ผ้าแถบรัดอกไว้(ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์, ศิลปวัฒนธรรม ภาคใต้ว่าด้วยภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ภาษา วัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้าน, สุวีริยาสาส์น, 2548)



ภาพที่ 2.30 การแต่งกายไปงานแห่ "มาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ"

วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 2564

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2564)

### 2.2.3. วิวัฒนาการการใช้ผ้า

ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์เริ่มมีภาพที่ชัดเจนของการแต่งกายและการใช้ผ้าของชาวภาคใต้ โดยมีหลักฐานชัดเจนจากรวบรวมที่ถูกรวบรวมไว้บ้าง ภาพผนังอุโบสถบ้าง จากเพลงบอก เพลงร้องเรือ เพลงร้องกล่อมเด็ก เป็นต้น จนนำมาบันทึกเป็นเอกสารทางราชการจึงปรากฏภาพการแต่งกายของผู้คนในภาคใต้ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ในสมัยรัชกาลที่ 5 หลังจากที่พระองค์ได้ทรงวางระเบียบให้ข้าราชการสวมเสื้อชั้นใน เสื้อนอก มีผ้าผูกคอ นุ่งโจงกระเบน ด้วยผ้าม่วงแทนผ้าสมปัก โปรดให้ใส่รองเท้าวางเท้า สวมหมวก ทั้งทรงตัดแปลงเสื้อราชปะแตนจากเสื้อของพวกฝรั่งหลังจากเสด็จประพาสอินเดีย เมื่อปี พ.ศ.2415 โดยเจ้านายสตรีฝ่ายในและบรรดาสตรีในเมืองหลวงก็นิยมใส่เสื้อแขนยาว ชายเสื้อยาวเพียงบันเอว ห่มผ้าแพรสไบเฉียงบ่าทับเสื้อ สวมรองเท้าวางเท้าที่หุ้มตลอดน่อง ทรงผมเปลี่ยนจากทรงปึกเป็นทรงดอกเอกล้านนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระพุ่ม และมีการดัดแปลงเสื้อผ้าลูกไม้ เปลี่ยนจากสไบเฉียงเป็นสไบแพรทับเสื้อ และนุ่งโจงกระเบน เป็นตัวอย่างลักษณะการแต่งกายนุ่งห่มของชาวเมืองหลวง ซึ่งแบบอย่างให้แก่เจ้าเมืองและขุนนางทุกภูมิภาคได้แต่งกายตาม

ในสมัยรัชกาลที่ 6 เครื่องแต่งกายทั้งเจ้านายและสามัญชนยังคงเป็นตามประเพณีนิยมที่สืบทอดต่อมาจากรัชกาลที่ 5 และเมื่อเจ้านายและบุตรหลานของขุนนางชั้นสูงเริ่มจบการศึกษาจากประเทศยุโรป เครื่องแต่งกายจึงเริ่มมีวิวัฒนาการประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยจนกลายเป็นที่นิยมมากขึ้น ได้แก่ ผู้ชายนิยมนุ่งกางเกงและสวมเสื้ออย่างชาวตะวันตก ส่วนผู้หญิงยังคงนุ่งผ้าโจงกระเบนหรือผ้าจีบหน้านาง ห่มสไบ แต่ใส่เสื้อลูกไม้แขนยาวทรงกระบอก หรือทรงขาหมูแฮม และใช้สไบพาดทับอีกชั้น สำหรับผ้าที่ใช้มีทั้งฝ้ายกดิน ฝ้ายกไหม ฝ้ายลาย ผ้าลูกไม้และผ้าต่างๆ ที่นำเข้ามาจากตะวันตกกันมากขึ้น

สำหรับข้าราชการมักนุ่งด้วยผ้าม่วง สวมเสื้อราชปะแตน สวมรองเท้าวางก็มีการสวมกางเกงกันบ้างแล้ว ส่วนสามัญชนนิยมนุ่งกางเกงแพร หรือนุ่งผ้าม่วง ผ้าพื้นบ้าง อาจสวมรองเท้าวางหรือไม่สวม ไว้ผมยาวแต่จัดเก็บให้ดูสุภาพ ผู้หญิงเมื่อไม่ได้ออกนอกบ้านก็มักจะนุ่งโจงกระเบน มีผ้าคาดอกหรือไม้ก็สวมเสื้อ การใช้ผ้าสไบมีน้อยลง ผมทรงดอกกระพุ่ม จนต่อมาเกิดเป็นพระราชประเพณีนิยมที่มีพระราชประสงค์ให้ "...นุ่งขึ้น ฟันขาว เกล้ามวย..." โดยให้สตรีไว้ผมยาวแล้วเกล้ามวยผม และนุ่งผ้าขึ้นแทนการนุ่งโจงกระเบน ไว้ฟันสีขาว ประกอบกับความนิยมในการกินหมากลดลง ยังมีการตัดผมและไว้ผมทรงบ๊อบ ซึ่งรับเอาแบบอย่างมาจากชาติตะวันตก และยังมีผมทรงซิงเกิ้ลและทรงอิตันคร็อพ

เสื้อที่สวมเป็นแบบหลวมๆ แขนสั้นหรือแขนยาว สีขาวหรือลายดอกไม้ นิยมการสวมสายสร้อย อาจมีสร้อยไข่มุกสวมทับหลายเส้นที่คอ และมีผ้าคาดศรีษะ ซึ่งเป็นการแต่งกายของสตรีชาวเมือง ส่วนสตรีในชนบทก็ยังคงนุ่งผ้าโจงกระเบนตามแบบเดิม มีผ้าคาดอกหรือผ้าแถบปิดกันทั้งสองไว้ หากมีเสื้อก็เป็นเสื้อคอกลมหรือคอกระเช้า โดยผู้ชายมักนุ่งกางเกงและสวมเสื้ออย่างชาวตะวันตกกันมากขึ้น



ภาพที่ 2.31 การแต่งกายไปงานแห่ "มาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ"

วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร 2556

ภาพโดย : ปริชาติ บุญเกิด (2 มีนาคม 2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่เสียประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสมัยรัชกาลที่ 7 การแต่งกายยังไม่เปลี่ยนไปจากเดิมมากนัก จนกระทั่งได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองโดยคณะราษฎร (พ.ศ. 2474) จึงได้มีการประกาศให้ข้าราชการยกเลิกการนุ่งผ้าม่วง ให้มานุ่งกางเกงตามแบบชาติตะวันตก ส่วนสตรีนิยมสวมเสื้อไม่มีแขน ตัวเสื้อหลวมยาวลงมาพันบนเอว ซึ่งเป็นผ้าที่นำมาจากชาติตะวันตก และไว้ผมสั้น ดัดผมลอน

ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม (ตรงกับในสมัยรัชกาลที่ 8) ได้มีนโยบายสร้างชาติให้เป็นมหาอำนาจอย่างชาติตะวันตก ส่งผลให้มีผลมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายของคนไทยครั้งใหญ่ เช่น การเลิกกินหมาก บุรุษและสตรีต้องสวมหมวกเมื่อออกนอกบ้าน บุรุษในเมืองสวมเสื้อมีแขนคอเปิดและคอปิด ถ้าอยู่ในชนบทนอกเขตเมืองสวมเสื้อทรงกระบอกแบบไทยมีแขนยาว มีกระเป๋าสีเสื้อเป็นเสื้อแบบคอตั้งกั๊กกระดุม 5 เม็ด สวมกางเกงแบบสากล สตรีทั้งในเขตและนอกเขตเมืองต้องสวมเสื้อแบบใดก็ได้แต่ต้องให้ปิดคลุมไหล่ ให้นุ่งผ้าถุง ผ้าซิ่น และกระโปรงแทนการนุ่งโจงกระเบนตามแบบเดิม ทั้งชายและหญิงต้องสวมรองเท้า จนเมื่อจอมพล ป. หมดอำนาจลง คำสั่งการสมหมวกดังกล่าวจึงไม่ค่อยได้รับความนิยมอีกต่อไป เช่น การสวมหมวก ยกเว้นแต่เครื่องแต่งกายตามแบบต่างๆ ที่ยังคงได้รับความนิยมและมีการพัฒนารูปแบบเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

การแต่งกายของผู้คนในภาคใต้ของไทยในยุคสมัยต่างๆ มักจะล้อตามประเพณีนิยมเช่นเดียวกับส่วนกลาง โดยเฉพาะการแต่งกายของเจ้าเมือง ชุมนาง ข้าราชการ พ่อค้าคหบดี ตลอดจนภรรยาและบุตรมักแต่งกายตามแบบบุรุษและสตรีในเมืองหลวง โดยการแต่งกายของผู้คนกลุ่มนี้มักเป็นแบบอย่างต่อมาให้แก่ราษฎรในชนบทได้ซื้อหาและทำตาม เช่น บุรุษก็แต่งกายด้วยเครื่องแบบทั้งเสื้อและกางเกงแบบสากลเวลาไปทำงานทำธุระต่างๆ เมื่อเดินทางไปในเมือง ส่วนสตรีก็เลิกนุ่งผ้าโจงกระเบนเมื่อออกนอกบ้าน เปลี่ยนมาสวมเสื้อและนุ่งผ้าถุง หรือสวมกระโปรงตามแบบตะวันตกนิยม

การใช้ผ้าในสามัญชนในภาคใต้ทั้งชายและหญิงในยุคสมัยก่อนมักนุ่งผ้าโจงกระเบน ซึ่งทอจากผ้าฝ้ายทอขึ้นเองจากวัสดุในท้องถิ่น ได้แก่ ผ้าทอสีพื้น ผ้าตาตาราง ผ้าแก้วี (ผ้าตาสมุก) แต่ผ้าถุงมักสกปรกง่ายจึงนิยมใช้เป็นผ้าย้อมสีดำ ผู้ชายทั้งหนุ่มและแก่เมื่ออยู่บ้านมักนุ่งผ้า “เลื้อยชาย” คือการนุ่งผ้าขาวม้าหรือผ้าซีกอาบที่ทอขึ้นเองเป็นผ้าผืนยาว เวลานุ่งก็นำชายทั้งสองด้านมาคาดเอวแล้วขมวดรัดที่สะดือ เรียกเป็นภาษาใต้ว่า “เกี้ยวคอไก่” ปล่อยชายผ้าทั้งสองด้าน แต่ไม่นิยมสวมเสื้อ เพราะผ้ายังมีราคาแพง แต่ใช้ประโยชน์จากผ้าขาวม้าที่พาดบ่าเพื่อใช้ปิดพัดวีในยามอากาศร้อน เป็นต้น ในเวลาต่อมาคนหนุ่มจนถึงวัยกลางคนมักจะเปลี่ยนมานุ่งผ้าตาตารางสำหรับอยู่กับบ้าน (บางท้องถิ่นก็เรียกว่า ผ้าตาตะเกียงใหญ่ หรือผ้าลูกหมู หรือผ้าลูกหมูสีอ่อน) หรือนุ่งเวลาไปทำงานและเดินทาง ซึ่งมีลักษณะคล้ายผ้าโสร่ง เวลาไปทำบุญหรือเที่ยวงานวัดก็มักนุ่งผ้าโจงกระเบน ไม่สวมเสื้อ แต่ถ้าหากมีผ้าขาวม้าพาดบ่า หรือคล้องสะพายเฉียงก็ดูดีมากแล้ว

ส่วนผู้หญิงสามัญชนกลุ่มไทยพุทธในภาคใต้ก็มักนุ่งผ้าโจงกระเบน ไม่สวมเสื้อ แต่มีผ้ารัดอก ซึ่งเป็นผ้าพื้นเมืองที่ทอขึ้นเองสำหรับพันรอบอก หากเป็นหญิงที่เริ่มโตเป็นสาวจนถึงวัยออกเรือน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มักนุ่งผ้าถุง และใช้ผ้าซีกหรือผ้าแถบพาดคล้องคอ เรียกว่า “ฉ้อคอ” มีชายผ้าทั้งสองข้างพาดไขว้กัน เพื่อปิดกันทั้งสองข้างไว้แบบชุดตะเบงมาน ด้วยการผูกชายผ้าซีกทั้งสองข้างเป็นเงื่อนที่ต้นคอ แต่หากไปทำบุญที่วัดก็ใช้วิธีห่มแบบรดอก มีเข็มกลัดติดผ้ากันไม่ให้ผ้าหลุด และมี “ผ้าคลุมตอง” เป็นผ้าสไบคลุมหลังทั้งผืนเป็นผ้าบางๆ เป็นลายดอกสวยงาม ชายผ้าทั้งสองข้างห้อยข้างหน้าอกหรือข้างแขนทั้งสองข้าง

สำหรับหญิงที่ออกเรือนไปแล้วและผู้ที่มีอายุมากขึ้นมักใช้ผ้ารัดอกพันรอบหน้าอกปิดกันทั้งสองข้าง นิยมใช้เป็นผ้าแพรจากจีน เป็นผ้าชั้นดีหายาก มีราคาแพงขึ้นมา ส่วนหญิงชราานิยมนุ่งผ้าโจงกระเบนเป็นผ้าพื้น และไม่สวมเสื้อเมื่ออยู่กับบ้าน ยกเว้นเมื่อไปทำบุญที่วัดหรือเข้าที่ชุมชนมักใช้ผ้ารัดอก จนต่อมาจึงมีวิวัฒนาการของเสื้อแบบต่างๆ เช่น เสื้อคอปาด คอห้าเหลี่ยม คอแหลม คอกลม เสื้อเข้ารูป เสื้อมีจีบมีระบายที่เอว เสื้อปล่อยคลุมสะโพก แขนสั้นหรือแขนยาวตามแต่สะดวก สะท้อนให้เห็นว่ามีการใช้ผ้าเพื่อความสวยงามมากกว่าเพื่อปกปิดร่างกายเพียงอย่างเดียวมากขึ้น ประกอบกับการผลิตผ้าจากวัสดุต่างๆ ที่หาง่ายมีมากขึ้น และอาจมีโรงงานทอผ้าในเมืองไทยมากขึ้นด้วย

ส่วนผ้าถุงที่เป็นผ้าถุงก็เป็นผ้ายกที่ทอกันได้ในท้องถิ่นก็ทำให้มีการใช้ผ้าหลากหลายกันมากขึ้นตามแต่ละ เช่น ผ้าทอเกาะยอ ผ้าทอนาหมื่นศรี ผ้ายกเมืองนคร ทั้งลายราชวัตร ลายลูกแก้ว ลายดอกพิกุล ลายตาสมุก ลายหางกระรอก เป็นต้น ในเวลาต่อมาก็มี “ผ้าปาเต๊ะ” เข้ามาขายอย่างแพร่หลายจากอินโดนีเซียและมาเลเซีย หญิงไทยภาคใต้ก็นิยมสวมผ้าดังกล่าวนี้ใช้เป็นผ้าถุงกันมากขึ้น แต่หญิงในวัยชรายังนิยมใช้ผ้าทอพื้นเมืองที่เป็นผ้าทอลวดลายต่างๆ และผ้าพื้นกันอยู่ บางทีก็ใช้ผ้าพิมพ์ลายไทยที่ได้จากโรงงานทอผ้าจากกรุงเทพฯ สวมกับเสื้อปานสีขาว หรือผ้าลูกไม้สีขาวคอกลมผ่าหน้าติดกระดุม 5 เม็ด แขนสามส่วน และมีผ้าสไบเฉียงบ่าเมื่อไปทำบุญตามวัด

นอกจากนี้ยังมีรายละเอียดการใช้ผ้าอีกมากมาย เช่น สีผ้าที่ใช้ระหว่างผ้าถุงกับเสื้อต้องไม่เป็นสีที่ตัดกัน อาจใช้เสื้อผ้าสีต่างๆ ตามวันเพื่อความเป็นสิริมงคลตามความเชื่อตามแบบไทยพุทธ เช่นเดียวกับที่มีผ้ากราบพระ ผ้าพระภูกุ ผ้าไหว้ ผ้าตั้ง ผ้าห่อขันหมาก ผ้าขอขมา ไปจนถึงผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ผ้าเช็ดปาก ผ้าเช็ดหน้า ผ้าห่อสำหรับห่อสิ่งของมีค่าหรือห่อข้าวของเวลาเดินทาง เป็นต้น ซึ่งผ้าเหล่านี้มักมีลวดลายแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมและผสมเข้ากับความเชื่อทางศาสนาไปด้วย(ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์, ศิลปวัฒนธรรมภาคใต้ว่าด้วยภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ภาษา วัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้าน, สุวีริยาสาสน์, 2548)

## 2.3 ศึกษาข้อมูลฝ่ายกนครศรีธรรมราช

### 2.3.1 การทอผ้ายก

การทอผ้ายกมีหลักฐานว่า ชาวเมืองนครศรีธรรมราชได้แบบอย่างมาจากแขกเมืองไทยบุรี กล่าวคือสมัยที่เมืองไทยบุรีเป็นกบฏ เจ้าเมืองนครศรีธรรมราช คือ เจ้าพระยานคร (น้อย) ได้ยกกองทัพไปปราบปราม ขากลับได้กวาดต้อนครอบครัวเขลามาเข้ามายังเมืองนครศรีธรรมราชเป็นจำนวนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เนาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาก ได้พวกช่างมาไว้หลายพวก เช่น ช่างหล่อโลหะประสม ช่างทอง ช่างเงิน และช่างทอผ้า สำหรับพวกช่างทอผ้าให้อยู่บริเวณทางด้านตะวันตกของตัวเมือง คือในตำบลมะม่วงสองต้น อำเภอเมือง นครศรีธรรมราช และตำบลนาสาร อำเภอพระพรหมในปัจจุบัน ช่างพวกนี้ได้ถ่ายทอดความรู้แก่ช่างพื้นเมืองที่มีอยู่ก่อน จึงทำให้การทอผ้าในสมัยนั้นพัฒนาขึ้นกว่าสมัยก่อน ๆ มาก

มีผู้สันนิษฐานว่า " ผ้ายกเมืองนครนี้ยังสงสัยกันอยู่ว่าเป็นผ้ายกที่ทางเมืองนครศรีธรรมราชทอขึ้นเองหรือสั่งซื้อมาจากต่างประเทศเข้ามา" โดยอ้างพงศาวดารว่า "เจ้าพระยานคร (หนู) สั่งซื้อผ้ายกทองจากต่างประเทศเข้ามาถวายพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย" นั้นคงจะเป็นการเข้าใจผิด ทั้งนี้เพราะเจ้าพระยานคร (หนู) เป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราชในสมัยกรุงธนบุรี และถูกถอดยศในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชและยังได้ถูกนำไปกักตัวไว้ ณ กรุงเทพฯ จนถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย จึงไม่อยู่ในวิสัยที่จะสั่งซื้อผ้ายกทองจากต่างประเทศนำมาเข้ามาถวายพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย เพราะเป็นบุคคลต่างยุคสมัยกัน

จากหลักฐานจดหมายเหตุ ร.2 ที่กล่าวมา ย่อมแสดงให้เห็นว่าเมืองนครศรีธรรมราชในสมัยนั้นได้มีการผลิตหรือทอผ้ายกทองแล้ว ฝีมือการทอผ้าของเมืองนครศรีธรรมราชคงจะมีชื่อเสียงมากในสมัยนั้นจนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ดังเพลงกล่อมเด็กบทหนึ่งกล่าวไว้ว่า

ไปเมืองคอนเหอ	ไปซื้อผ้าลายทองสลับ
ซื้อมาทั้งพับ	สลับทองห่างห่าง
หยิบนุ่งหยิบห่ม	ให้สมขุนนาง
สลับทองห่าง ห่าง	ทุกหมู่ขุนนางนุ่งเหอ

จากข้อความในเพลงกล่อมเด็กบทนี้ สื่อให้ทราบทันทีว่าที่เมืองนครศรีธรรมราชได้มีการทอผ้าเป็นล่ำเป็นสันเป็นเวลานานแล้ว ทั้งยังมีผ้าที่มีคุณภาพดีที่หายากจากแหล่งอื่นคือผ้ายกทองอันเป็นผ้าที่ใช้สำหรับบุคคลชั้นสูงด้วย นอกจากนี้ในหนังสือวรรณคดีไทยเรื่องขุนช้างขุนแผนก็ยังคงกล่าวถึงผ้ายกนครไว้เช่นเดียวกัน อันเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าในอดีตนครศรีธรรมราชคงมีฝีมือทางการทอผ้ามากและเป็นผ้ายกที่จัดได้ว่าเป็นแบบฉบับของตัวเองเป็นฝีมือของช่างชั้นสูงแห่งหนึ่งอย่างแน่นอน

ฝีมือการทอผ้าของชาวนครจัดได้ว่ามีชื่อเสียงมานาน เป็นที่รู้จักกันดีทั้งในกรุงเทพฯและทั่วภาคใต้จนคนทั่วไปเรียกกันว่า "ผ้ายกเมืองนคร" สมัยก่อนชาวนครนิยมนุ่งผ้าโจงกระเบนกันทั้งหญิงและชายพวกข้าราชการกรมเมือง ข้าราชการศาล และราษฎรนุ่งกันอยู่เสมอ โดยเฉพาะเจ้านายผู้หญิงในเมืองนครศรีธรรมราช นุ่งผ้ายกจีบเวลาออกรับแขกเมืองหรือไปร่วมพิธีทำบุญที่วัดอยู่เป็นประจำ นอกจากนี้แล้วในพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยาของข้าราชการเมืองนครศรีธรรมราช ผู้ที่เข้าพิธีถือน้ำจะต้องนุ่งผ้ายกขาวเชิงทองหรือผ้าสัมมรสด้วย

ส่วนผ้ายกทองนั้นมักใช้เฉพาะเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช และข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ในรั้วในวังหรือเจ้าพระยานครส่งเข้ามาถวายเจ้านายในกรุงเทพฯ ส่วนผ้ายกธรรมดาที่ใช้กันโดยทั่วไปในพิธีแต่งงาน ไปวัดหรือไปงานมงคลต่าง ๆ เช่น บวชนาค และโกนจุก เป็นต้น ผู้หญิงมักนุ่งผ้ายก ดอกหน้า

นาง หรือผ้าเก็บน้ด ผู้ชายก็นุ่งผ้าหางกระรอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาวเมืองนครศรีธรรมราชเรียกเครื่องมือทอผ้ารุ่นเก่าว่า "เครื่องทอหูก" หรือ "เก" เหมือนกับท้องถิ่นอื่นโดยทั่วไปมี 2 ชนิด คือถ้าสามารถยกเคลื่อนที่ได้เรียกว่า "เกยก" ถ้าเป็นเครื่องทอผ้าที่ใช้เสาปักดินยึดอยู่กับที่เคลื่อนย้ายไม่ได้เรียกว่า "เกฝัง" ทั้งสองชนิดมักใช้ไม้เนื้อแข็ง ชาวบ้านที่มีอาชีพทอผ้า มักจะสร้างเกประจำไว้ตามใต้ถุนบ้านแทบทั้งสิ้น ฝ่ายกนครทอได้หลายชนิด แต่ละชนิดจะยกดอกงดงามอันเป็นแบบฉบับของตนเองอย่างนี้เรียกว่า "ผ้าตา" ซึ่งด้านชายผ้าทอเป็นแถบทองลายเงิน นอกจากฝ่ายกแล้วผ้าทอที่รู้จักกันดีของเมืองนครศรีธรรมราช คือผ้าเก้าก็ ผ้าราชวัตร ผ้าหางกระรอก ผ้าเก็บชาย ผ้าเก็บดอก ฯลฯ

การทอผ้าหรือการทอหูกที่เมืองนครศรีธรรมราช แต่เดิมนั้นมีอยู่ในทุกท้องถิ่น แหล่งทอผ้าหรือทอหูกที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีก็คือ บ้านนาสาร บ้านมะม่วงขาว บ้านมะม่วงสองต้นและในตัวเมือง ในปัจจุบันหาได้ยากเสียแล้ว แม้ว่าจะพบบ้างก็โดยการสนับสนุนส่งเสริมของกรมราชทัณฑ์ และกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย แต่ก็ยังขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย ความปราณีตสวยงามก็สู้ของเก่าไม่ได้และก็มีราคาแพง ตลาดจำหน่ายจึงแคบลง ยิ่งกว่านั้นคนรุ่นใหม่ก็ไม่สนใจคนจะหันไปประกอบอาชีพอื่นที่มีรายได้ดีกว่าเสียหมด บ้านทอผ้าในตัวเมืองนครศรีธรรมราชที่ยังทออยู่ก็มีที่บ้าน นางวิเชียร ศรีวัชรินทร์ บ้านท่าม้าในซอย ณ นคร ๓ ซึ่งเป็นบริเวณบ้านเก่าของคุณพิณ ณ นคร ภรรยาพระศิริธรรมปริวัตร (ถัด ณ นคร) ธิดาของพระนาวิจิตสรไกร (กล่อม) แต่เดิมที่บริเวณนี้เป็นที่ตั้งโรงละครชาติรีประจำเมืองนครศรีธรรมราชเมื่อครั้งโบราณบริเวณบ้านกลุ่มนี้มีชื่อเสียงในการทอผ้ามาก แต่ก็ได้มีการเลิกทอไปขณะนี้ถึงจะมีการทออยู่บ้างแต่คุณภาพไม่ดีเท่าของเดิมเพราะทุนรอนน้อย ด้วยเหตุนี้ผ้าทอชนิดต่าง ๆ และฝ่ายกนคร คงจะมีแต่เพียงชื่อเหลืออยู่ในประวัติศาสตร์อย่างแน่นอน

ผ้าทอเมืองนคร ผ้าเป็นประเพณีศิลปอย่างหนึ่ง คุณค่าความงามของผ้าอยู่ที่การใช้สี ลวดลาย วัสดุที่ใช้ทอ ตลอดจนความปราณีตของฝีมือ ผ้าพื้นเมืองของคนไทยมีทั้งผ้าฝ้าย ผ้ายก ผ้าปัก ฯลฯ ผ้ามีบทบาทสำคัญมากทางวัฒนธรรมการแต่งกายของคนไทยมาแต่โบราณ ผ้าบางประเภทยังยังบ่งบอกถึงฐานะและชนชั้นในสังคมไทยอีกด้วย

ผ้าพื้นเมืองโบราณของนครศรีธรรมราชเท่าที่พอจะนำมาศึกษาหาความรู้ได้นั้นจะมีอยู่ 2 แหล่งด้วยกันแหล่งแรกเป็นผ้าโบราณที่จัดแสดงอยู่ในพิพิธภัณฑสถานโพธิ์ลังกา ภายในวัดมหาธาตุ วรมหาวิหารและอีกแหล่งหนึ่งจัดแสดงไว้ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาตินครศรีธรรมราช เสื้อผ้าที่จัดแสดงอยู่ที่นี่เป็นเสื้อผ้าของโบราณที่เจ้าพระยาดิอินทร์เดชาอนุชิต ตรีภูล ณ นคร เคยใช้ และเป็นสมบัติของตระกูลที่มอบให้พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ นครศรีธรรมราชจัดแสดงไว้เพื่อให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาหาความรู้การทอผ้าแต่เดิมคงจะมาจากวังของเจ้าพระยาณคร แล้วแพร่หลายต่อมาในภายหลัง การทอผ้ายก ผ้ายกดอกสอดไหมในครั้งนั้นถือเป็นศาสตร์ชั้นสูงที่เป็นความลับมีอยู่เฉพาะคนบางคนเท่านั้น ผู้อื่นจะรู้ได้ก็โดยการลักจำเอาไปเท่านั้น ด้วยเหตุนี้กรรมมังที่ให้อาชีพการทอผ้าพื้นเมืองนครศรีธรรมราช จึงไม่แพร่หลายเท่าที่ควรและเลิกทอไปในที่สุดแล้วร้ายเล่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝ้ายกผ้าทอของนครในอดีตผลิตขึ้นมาเป็นของใช้ เช่น ผ้านุ่ง ผ้าห่ม ผ้าไหม ฯลฯ มีอยู่เฉพาะที่เป็นของใช้ของข้าราชการผู้ใหญ่และกรมการเมืองเท่านั้น ผู้อื่นไม่มีโอกาสใช้เพราะไม่มีขายในท้องตลาด ถือว่าเป็นของสูง ช่างผู้ผลิตผ้าก็เป็นคนของเจ้านายเลี้ยงไว้

ถ้าจะเปรียบเทียบฝีมือกันระหว่างผ้าทอโบราณกับผ้าทอในปัจจุบัน นับว่าปัจจุบันยังห่างชั้นกันมาก ไม่ว่าจะเป็นสีของผ้า ลวดลายที่ผูกเก็บขึ้นมาการทอ ความกว้างยาว ตลอดจนแนวคิดที่ละเอียดอ่อน ผสมกลมกลืนกันอย่างประณีตบนผืนผ้าผืนแล้วผืนเล่า ทำให้ผ้ามีน้ำหนักทั้งทางศาสตร์และศิลป์ถือเป็นวัฒนธรรมการแต่งกายของคนนครในอดีตที่ก้าวหน้าในเชิงประณีตศิลป์อย่างแท้จริง (ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์. 2548 : 14-17)

### 2.3.2 เครื่องทอฝ้าย

2.3.2.1 ฟืม ลักษณะคล้ายกับหวี ยาวเท่าความกว้างของหน้าผ้าทำหน้าที่ตบหรือกระแทกให้เส้นด้ายซึ่งสานขัดกันเป็นลายเนื้อผ้าแน่นติดกัน พบว่าเครื่องทอผ้าพื้นเมืองรุ่นเก่าบางเครื่องมีตัวฟืมอย่างประณีตมีลวดลายเป็นรูปต่าง ๆ

2.3.2.2 ดิ้นฟืม มีลักษณะเป็นไม้สองอันผูกเชือกห้อยอยู่ตรงหน้า เป็นที่สำหรับใช้เท้าเหยียบ เพื่อขยับยกเขาเหยียบให้ขึ้น ๆ ลง ๆ เวลาขัดลายดอกของเนื้อผ้า

2.3.2.3 ลูกฟืม แผ่นไม้อยู่ตอนหัวสุดของเครื่องทอและอยู่ตรงที่หน้าตักของคนทอ ใช้สำหรับพันเส้นด้ายที่จะทอและพันผืนผ้าที่ทอเสร็จแล้ว

2.3.2.4 เขา มี 2 อย่าง คือ เขายกดอกกับเขาเหยียบ

2.3.2.5 ลูกตั้ง ที่แขวนกระดานม้วนด้ายหักเก มี 2 ลูกซ้ายขวา

2.3.2.6 ลูกสวยหรือกระสวย ที่ใส่หลอดด้าย รูปคล้ายเรือสำหรับพุ่งขว้างไปมา เพื่อให้เกิดเนื้อผ้าขึ้นนอกจากที่กล่าวมายังมีส่วนประกอบอื่น ๆ อีก เช่น ลูกกะหยก นัต ผัง ทรน และคานเก เป็นต้น

2.3.2.7 ผัง เป็นไม้ที่ใช้ตั้งให้ริมผ้าที่ทอเสร็จใหม่ทั้งสองข้างตั้งเท่ากัน (หัวท้ายไม้ผูกเข็มสอดอยู่ใต้ผืนผ้า) เพื่อไม่ให้เส้นด้ายยุ่ง อันจะทำให้พันฟืมหักด้วย

2.3.2.8 นัต มีสองชนิดคือ "นัตใจ" กับ "นัตสอด" ทำด้วยไม้แผ่นบาง ๆ อย่งละหนึ่งแผ่นหัวท้ายมนใช้สำหรับพุ่งสอดระหว่างเส้นด้าย

2.3.2.9 ทรน เป็นที่ใส่ไหมดอกใช้เฉพาะเวลาทอฝ้ายดอกเท่านั้น ทำหน้าที่เหมือนกระสวย

2.3.2.10 คานเก เป็นเส้นโค้งไม้ที่ตั้งขึ้นเพื่อใช้แขวนฟืม เขา และอื่น ๆ เวลาทอผ้า

### 2.3.3 ประเภทฝ้าย

ผ้าที่ผู้คนในสังคมเกษตรกรรมมีใช้โดยทั่วไป มักเป็นผ้าพื้น ผ้าตา และผ้าม่วงส่วนฝ้ายกันนั้น ผู้ใช้มักมีฐานะดีและเป็นที่ยกย่องในสังคม จากหลักฐานที่ปรากฏในวรรณกรรมท้องถิ่นชี้ให้เห็นว่ามี การทอผ้าหลายประเภท กล่าวคือมีทั้งผ้านุ่ง ผ้าเช็ดหน้า ผ้าขาวม้า หรือผ้าโพกศีรษะ และผ้าที่ใช้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉพาะบางลักษณะ เช่น ผ้าห้อย สำหรับแต่งตัวโนราเป็นต้น ซึ่งนอกจากจะทอใช้เองในครัวเรือนแล้วยังทอเพื่อขายหารายได้ให้ครอบครัว ดังที่ปรากฏในเพลงร้องเรือที่ว่าเก เป็นเส้นโค้งไม้ที่ตั้งขึ้นเพื่อใช้แขวนพื้ม เขา และอื่น ๆ เวลาทอผ้า

โก่เถื่อนเหอ	ชั้นเทือนทั้งฟ้า
ได้ผ้าโนรา	น้องยาอีทอผ้าห้อย
ถึงไปเล่นไหนรำไหน	ไม่ได้ขัดใจพี่บัวน้อย
น้องยาอีทอผ้าห้อย	ค่อยเล่นค่อยรำไป

ต้นดีป्लीเหอ	ต้นดอกดีป्ली
ทองไหมใจดี	ทอผ้าเก่าก็ให้ผ้า
ทอทั้งเซ็ดหน้า	ทอทั้งผ้าโพกหัว
ทอลายเก่าก็ให้ผ้า	แต่งตัวลงเรือใหญ่
หอกุ๊กเหอ	น้องทอพื้มเส (ลี)
น้ำไหลใต้เก	ทอลายลูกหวาย
ทอชาย	สำหรับพี่ชายนุ่ง
ทอลายลูกหวาย	

ผ้าทอพื้นเมืองของนครศรีธรรมราช ที่จัดว่ามีชื่อเสียงไม่แพ้ผ้าทอภาคอื่น ๆ ก็คือ "ผ้ายกนคร" จัดเป็นผ้าพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์ มีคุณภาพดีเป็นที่ต้องการอย่างกว้างขวาง มีปรากฏในเพลงร้องเรือที่ว่า

เมืองคอนเหอ	มีผ้าลายทองเป็นพับพับ
จัดเป็นสำหรับ	ประดับทองห่างห่าง
จะนุ่งก้าไม่สม	จะห่มก้าไม่ควรเจ้าเอวบาง
ประดับทองห่างห่าง	สำหรับขุนนางนุ่ง

งานช่างทอผ้ายกนครมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับกันทั้งหัวเมืองปักษ์ใต้และราชธานีว่าเป็นเยี่ยม ในสภาพเรื่องขุนช้างขุนแผนฉบับรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ตอนหนึ่งกล่าวว่า ขุนช้างเศรษฐีเมืองสุพรรณบุรีนุ่งผ้ายกไปเป็นเพื่อนเจ้าบัว เมื่อครั้งพลายแก้วแต่งงานกับนางพิม ดังบทเสภาที่ว่า "คิดแล้วอาบน้ำนุ่งผ้ายกทองของพระยานครให้" คำว่า "พระยานคร" ในที่นี้คือเจ้าเมืองนครศรีธรรมราชนั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.4 ผ้าที่ใช้โลหะประกอบในการทอผ้ายก



ภาพที่ 2.32 ผ้ากรองทอง

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542)

#### 2.3.4.1 ผ้ากรองทอง

เป็นผ้าที่เกิดจากการนำเส้นลวดทอง หรือไหมทองมาถักทอกันเป็นผืนผ้า เมื่อต้องการให้มีความงดงามมากขึ้นก็มีการนำปีกแมลงทับมาตัดเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วนำมาปักลงไปบนผืนผ้านิยมใช้ทำเสื้อครุยของพระมหากษัตริย์ สไบ หรือผ้าทรงสะพัก สำหรับเจ้านายสตรีชั้นสูง ผ้ากรองทองนี้พบในวรรณคดีหลายเรื่อง เช่น พระอภัยมณี อิเหนา ขุนช้างขุนแผน และรามเกียรติ์ ในเรื่องขุนช้างขุนแผนตอนขุนช้างแต่งตัวจะไปขออนางพิมกล่าวถึงผ้ากรองทองไว้ว่า

"...ครั้งแล้วลูกออกมานอกห้อง นุ่งยกห่มกรองทองเฉิดฉาย  
เรียกว่าเล็กเล็กเด็กผู้ชาย มากมายตามหลังสะพรั่งมา...."

#### 2.3.4.2 ผ้าเข็มขาบ

เป็นผ้าที่ใช้ไหมทอควบกับทองแล่งมีลักษณะเป็นริ้วตามยาว มียกดอกด้วย บางทีอาจยกดอกสีเดียว บางครั้งอาจยกดอกหลายสี ลักษณะการทอจะใช้แผ่นเงินกาไหล่ทองมาแผ่บาง ๆ หุ้มเส้นไหมแล้วทอโดยใช้ปริมาณไหมทองสลับกับไหมธรรมดา ผ้าเข็มขาบมีกล่าวถึงในวรรณคดีไทย กล่าวเรื่อง ขุนช้างขุนแผน รามเกียรติ์ ว่างษ์ทอง อิเหนา ในเรื่อง ขุนช้างขุนแผน ตอนพระพันวษาแต่งองค์จะประพาสป่า กล่าวว่า

ทรงเครื่องต้นสำหรับประพาสไทย ตามพิชัยฤกษ์กำลังวัน  
สนับเพลาเชิงอนช้อนกราย พระภูษาเข็มขาบริ้วทองคั่น

#### 2.3.4.3 ผ้าตาด

เป็นผ้าที่ทอด้วยไหมควบกับเงินแล่งทองจำนวนเท่าๆ กัน คำว่าทองแล่งนี้หมายถึงแผ่นเงิน กาไหล่ทองที่ตัดแล่งออก เป็นอย่างเดียวกับเส้นตอกแล้วนำมาทอสลับกับไหมสีต่าง ๆ ผ้าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์โดยไม่ผ่านการอนุญาตจากผู้จัดทำเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาดมีหลายชนิด คือ ถ้าใช้ไหมสีทองก็จะเรียกว่า "ตาดทอง" สำหรับลวดลายที่ทอก็มีลักษณะต่างๆ กัน ถ้าทอยกเป็นดอกสี่เหลี่ยม ก็เรียกว่า "ตาดตาดักแตน" ถ้าทอยกเป็นคชกริช เรียกว่า "ตาดลายคชกริช" ถ้าปักหรือเขียนดอกที่ลงไป เรียกว่า "ตาดระกำ" ผ้าตาดส่วนมากนิยมใช้เป็นผ้านางในทรงสะพักเป็นฉลองพระองค์สำหรับงานพิธีสำคัญของเจ้านายชั้นสูง ตาดปักแมลงทับ ใช้สำหรับเจ้านายฝ่ายในผ้าตาดมีกล่าวถึงในวรรณคดีหลายเรื่อง เช่นอิเหนา รามเกียรติ์ และดาหลัง ตัวอย่าง เช่น ในเรื่องพระอภัยมณี ตอนที่ทหารที่ไปทัพที่ลังกาเตรียม ตัวกลับบ้าน ต่างไปซื้อผ้ากลับบ้านด้วยดังนี้

บ้างซื้อเครื่องเป็นฝรั่งตั้งหมายมาด      ทั้งไหมตาดออตลัดเข็มขัดชั้น

#### 2.3.4.4 ผ้ามัสสาว

เป็นผ้าไหมมีทองแล่ง ทอเป็นเส้นยืนและเส้นพุ่ง แล้วเอาลวดเงินพับให้โปร่งแหลมคล้ายขนมเทียน ตรึงด้วยทองแท่ง แลดูเป็นแสงพราวคล้ายประดับเพชร สำหรับผ้ามัสสาวนี้มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ผ้าตาดเงินหนามขนุน

#### 2.3.4.5 ผ้าปัตหล่า

เป็นผ้าทอด้วยไหมทับทองแล่ง มีเนื้อบาง ผ้าปัตหล่านิยมใช้ทำฉลองพระองค์ปรากฏมีฉลองพระองค์ครุยปัตหล่าของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ซึ่งเป็นฉลองพระองค์ครุยเก่าแก่ที่สุดในสมัยรัตนโกสินทร์ ผ้าปัตหล่านี้มีปรากฏในวรรณคดีหลายเรื่อง เช่นปรากฏในเรื่องดาหลังตอน กุศาวีราหยาแต่งตัวเข้าเฝ้าท้าวละล้าว่า

"...ทรงภูษาสำนตระการตา      ฉลององค์ปัตลาจีบเจียน  
แล้วคาดเจียรระบาทโอ้อ่า      รจนาด้วยลายระบายเขียน..."

#### 2.3.4.6 ผ้าไหมด

เป็นผ้าที่ใช้กระดาษทองแล่งตัดให้เป็นเส้น ๆ แล้วนำมาทอสลักกับไหม มีหลายสีเรียกชื่อตามสีของไหม เช่น ไหมดแดง ไหมดเหลือง ไหมดเขียว ผ้าไหมดนิยมใช้ทำพระมาลา ผ้าชนิดนี้ปรากฏในวรรณคดีหลายเรื่อง เช่น พระอภัยมณี รามเกียรติ์ ขุนช้างขุนแผน และอิเหนา ในขุนช้างขุนแผน ตอน พระพันวษาพระราชทานผ้าให้ขุนแผนและพลายงาม เมื่อจะยกทัพไปตีเมืองเชียงใหม่ กล่าวถึงผ้าไหมดไว้ว่า

"...แล้วจึงตรัสสั่งคลังวิเสท      ให้จัดเสื่อไหมดเทศอย่างกำนแย่ง  
พรจันดวงพุดตานสำนสีแดง      ทั้งสมปักตามตำแหน่งขุนนางใน ..."

#### 2.3.4.7 ผ้ากุศราช

ผ้าชนิดนี้มีความหมายตามพจนานุกรม หมายถึงผ้าบุราณชนิดหนึ่ง มีดอกคล้ายผ้าลายแต่มีดอกดวงเด่น เนื้อหยาบ ทนทาน เป็นผ้าฝ้ายทำด้วยด้ายอย่างหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการนำฝ้ายมาตีเกลียวเป็นเส้นด้านเสียก่อน แล้วจึงนำมาทอยกดอกเป็นผืนผ้า ผ้ากุศราช นิยมใช้เป็นผ้าห่ม ผ้านุ่ง ผ้าคาดพุง และในบางครั้งใช้ห่อคัมภีร์ ในวรรณคดีเรื่องสังข์ทอง พระราชนิพนธ์ใน ร.2 ตอนเจ้าเงาะหรือพระสังข์ ใช้ผ้ากุศหะหรวดครั้งอยู่กระท่อมปลายนากับนางรจนา ผู้ประพันธ์ได้ทรงนิพนธ์ถึงลักษณะที่เจ้าเงาะแสร้งทำว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

"...แล้วแก้งหีบตั้งบนเชิงกราน ควกข้าวสารมาใส่กอไฟหง  
คลี่ผ้ากุศะหรวดออกคาคพุง กางมุ้งเสียให้ตีแต่วัน.."

#### 2.3.4.8 ผ้ายก

ผ้าไหมที่ทอยกลดลลายให้สูงกว่าพื้นผ้า คำว่ายกมาจากลักษณะการทอเส้นด้ายที่เข็ด  
ขึ้นเรียกว่า เส้นยก ผ้ายกนิยมใช้เป็นผ้านุ่ง สำหรับเจ้านายฝ่ายในจะทรงพร้อมกับเสื้อเยียรบับแขนยาว  
และมีทรงสะพักสำหรับเวลาออกงานพระราชพิธี

#### 2.3.4.9 ผ้าเขียนทอง

เกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เกิดจากการนำผ้าลายปกติมาเขียน  
เส้นทองตามขอบลาย ผ้าชนิดนี้ใช้นุ่งสำหรับพระมหากษัตริย์ ลงมาถึงเจ้านายชั้นพระองค์เจ้าโดย  
กำเนิดเท่านั้น มีข้อห้ามผู้ที่ยศต่ำกว่านี้ใช้ ถ้าใช้ถือเป็นผิด ผ้าเขียนทอง ปรากฏในวรรณคดีเรื่องอิเหนา  
ตอนเจ้าเมืองหมันหย้าแต่งตัว ได้กล่าวถึงผ้าเขียนทองไว้ว่า

"...ทรงสุคนธ์รวยรินกลิ่นเกสร สอดใส่ส้นับเพลาลายกระสัน  
ทรงภูษาพื้นขาวเขียนสุวรรณ กรวยเชิงสามชั้นบรรจงใจ..."

#### 2.3.4.10 ผ้ายันตานี

เป็นผ้ามีสลิมมีลายเป็นดอก เนื้อดี จัดเป็นผ้าลายเนื้อบางชนิดหนึ่ง นิยมใช้เป็น  
ผ้านุ่งมีกล่าวถึงในวรรณคดีเรื่องอิเหนา ตอนกล่าวถึงการแต่งกายของพวกนางข้าหลวงเมืองดาหาว่า

"...บ้างนุ่งผ้าตานีเป็นที่ทวง ห่มแพรดวงม่วงอ่อนหงอนโก้..."

#### 2.3.4.11 ผ้าขนสัตว์

ผ้าขนสัตว์ที่นิยมใช้ในราชสำนักก็คือผ้ากำพลหรือผ้ารัตนกำพล เป็นผ้าที่ทำขึ้นจาก  
ขนสัตว์ นิยมกันว่าชนิดที่เป็นสีแดง เป็นชนิดที่ดีที่สุด ผ้ารัตนกำพลนี้นิยมใช้เป็นผ้าคาดเอว เหมือน  
ผ้ารัดประคต ในประเทศอินเดีย นิยมใช้เป็นผ้าคาดเอวสำหรับเครื่องแต่งกายในงานพิธีเช่นเดียวกับชุด  
พระราชทานของไทยในปัจจุบัน

#### 2.3.4.12 ผ้ารัตนกำพล

ถือเป็นเครื่องสำหรับราชาภิเษกของพระเจ้าแผ่นดินอย่างหนึ่งในจำนวนของ 5  
อย่าง คือ พระมหามงกุฏ พระขรรค์ พระภูษารัตนกำพล พระเศวตฉัตร และเกือกทองประดับแก้ว

#### 2.3.4.13 ผ้าปุม

ผ้าปุม เป็นผ้าไหมที่ทอเป็นลวดลายตาแปลก ๆ เนื้อไม่เรียบมีลายพลอมแพลม ส่วน  
ใหญ่ผ้าปุมจะเป็นสีแดง ลวดลายของผ้ามักจะทำเป็นลายเชิง ผ้าชนิดนี้นิยมใช้เป็นผ้าหลวง  
พระราชทาน ผ้าปุมบางชนิดก็มีเชิง เรียกว่า ปุมเชิง แต่มักใช้ในราชสำนักเท่านั้น ผ้าปุมมีปรากฏใน  
วรรณคดีเรื่องอิเหนา ตอนจะแต่งงานบุษบา และจรรกา ว่า

"...นักเลงเหล่าเจ้าชู้หนุ่มหนุ่ม คาคเข้มขัดนุ่งปุมเกี้ยวคอโก้  
นาตมหม่มสีน้ำดอกไม้ หวีผมดำเส้นใหญ่แบายคาย..."

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.3.4.14 ผ้าแพร

เป็นผ้าที่ทอจากเส้นไหมเส้นเล็กละเอียด ผ้าแพรมีปรากฏกล่าวถึงไว้ในจดหมายเหตุของจีนกล่าวถึง "แพรตั้ง" ซึ่งใช้สำหรับกษัตริย์สมัยสุโขทัย ซึ่งแสดงว่าในสมัยสุโขทัยเริ่มมีการใช้ผ้าแพรและถือเป็นของสูงสำหรับพระมหากษัตริย์ ผ้าแพรมีหลายชนิด แบ่งตามเนื้อผ้าและประโยชน์ใช้สอย

#### 2.3.4.15 ผ้าม่วง

เป็นผ้าแพรชนิดหนึ่ง ซึ่งทอจากเส้นไหม ผ้าชนิดนี้ปรากฏในวรรณคดีไทยหลายเรื่อง เช่น ขุนช้างขุนแผน ตอนพระไวยแต่งตัวจะเข้าเฝ้าพระพันวษา เพื่อทูลขอร้องโทษให้ขุนช้าง ได้กล่าวถึงผ้าม่วงไว้ว่า

"...แล้วพระไวยอาบน้ำชำระกาย กรายเข้าเคหาพลัดผ้าเก่า  
นุ่งม่วงสีไพรไหมตะเกา. หมั่นงักไปล่าปีกเถาแท้..."

#### 2.3.4.16 ผ้าสมปัก

เป็นผ้าทอด้วยไหมเพลาะกลาง มีขนาดกว้างยาวกว่าผ้าที่เคยนุ่งกันมาในสมัยก่อน ผ้าเป็นสีเป็นลายต่าง ๆ ขุนนางใช้นุ่งเข้าเฝ้า ในพระราชนิพนธ์ รามเกียรติ์ มีกล่าวถึงผ้าสมปักตอนคนธรรพ์ ยกทัพไปตีกรุงโกษเกศ ขุนนางพากันตกใจเพราะได้ทราบข่าวข้าศึก

"...แจ้งว่าอสูรหม่อมาร ตีด่านแตกมากก็ตกใจ  
ต่างคว่ำสมปักเข้ามานุ่ง จะทันเกี่ยวพุงก็หาไม่..."

### 2.3.5 ลักษณะผ้ายก

ลักษณะผ้ายกเมืองนครมีรูปแบบการทอ 3 รูปแบบ แตกต่างกันในการทอและการนำไปใช้งาน

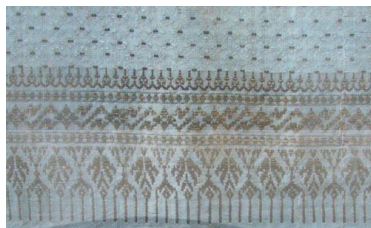


ภาพที่ 2.33 กรวยเชิงซ้อนหลายชั้น

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542)

2.3.5.1 กรวยเชิงซ้อนหลายชั้น เป็นผ้าสำหรับเจ้าเมือง ขุนนางชั้นสูงและพระบรมวงศานุวงศ์ นิยมทอผ้าด้วยเส้นทอง ลักษณะกรวยเชิงจะมีความละเอียดอ่อนซ้อย ลวดลายหลายเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะประกอปกัน ริมผ้าจะมีลายขอบผ้าเป็นแนวยาวตลอดทั้งผืน กรวยเชิงส่วนใหญ่มีตั้งแต่ 2 ชั้น และ 3 ชั้น ลักษณะพิเศษของกรวยเชิงรูปแบบนี้ คือ พื้นผ้าจะมีการทอสลับลีด้วยเทคนิคการมัดหมี่ เป็นลีสี่ต่างๆ เช่น แดง น้ำเงิน ม่วง ส้ม น้ำตาล ลายท้องผ้าพบนิยมทอผ้าพื้นและยกดอก เช่น ยกดอก ลายเกร็ดพิมเสน ลายดอกพิกุล เป็นต้น



ภาพที่.2.34 กรวยเชิงชั้นเดียว

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542)

2.3.5.2. กรวยเชิงชั้นเดียว นิยมทอผ้าด้วยเส้นทองหรือเส้นเงิน จะพบในผ้ายกเมือง นครซึ่งเป็นผ้าสำหรับคหบดีและเจ้านายลูกหลานเจ้าเมือง ลักษณะกรวยเชิงจะสั้น ทอด้วยลายประจำยามกำมปู ลายประจำยามเกลียวใบเทศ ไม่มีลายขอบในส่วนของลายท้องผ้านิยมทอด้วยเส้นไหมเป็นลวดลายต่างๆ เช่น ลายดอกพิกุล ลายก้านแย่ง ลายดอกเขมร ลายลูกแก้วฝูง เป็นต้น



ภาพที่ 2.35 กรวยเชิงขนานกับริมผ้า

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542)

2.3.5.3 กรวยเชิงขนานกับริมผ้า ผ้ายกเมืองนครลักษณะนี้เป็นผ้าสำหรับสามัญชนทั่วไปใช้นุ่ง ลวดลายกรวยเชิงถูกดัดแปลงมาไว้ที่ริมผ้าด้านใดด้านหนึ่ง โดยผสมดัดแปลงนำลายอื่นมาเป็นลายกรวยเชิงเพื่อให้สะดวกในการทอและการเก็บลายสามารถทอได้เร็วขึ้น ผ้าลักษณะนี้มีทั้งทอด้วยไหม ทอด้วยฝ้ายหรือทอผสมฝ้ายแกมไหม ที่พบจะเป็นผ้านุ่ง สำหรับสตรี หรือใช้เป็นผ้านุ่งสำหรับเจ้านาคในพิธีอุปสมบท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.3.6 อุปกรณ์การทอผ้ายก

- 2.3.6.1 กี่ทอผ้ายก
- 2.3.6.2 ฟันฟืม
- 2.3.6.3 กระจสวย
- 2.3.6.4 ด้ายผูกตะกอก
- 2.3.6.5 ไม้ตะกอก
- 2.3.6.6 ไม้ตีลายเชิง
- 2.3.6.7 ไม้เรียวขัดลาย

### 2.3.7 ขั้นตอนการทอผ้ายก

- 2.3.7.1 คั่นด้าย (หมุนด้าย)
- 2.3.7.2 สอดฟันฟืม
- 2.3.7.3 หวีด้ายเข้าขอน
- 2.3.7.4 เอาด้ายเข้ากี่ย
- 2.3.7.5 ตรวจสอบเส้นด้ายให้ถูกต้องและครบถ้วน
- 2.3.7.6 ผูกตะกอกลายขัด
- 2.3.7.7 ผูกตะกอกกรวยเชิง
- 2.3.7.8 เก็บลายกรวยเชิง จำนวน 80 -150 ไม
- 2.3.7.9 ผูกตะกอกลายท้องผ้า
- 2.3.7.10 ผูกเท้าเหยียบและคั่นยกเพื่อการทอ
- 2.3.7.11 กรอกระจสวยเพื่อการทอ

ขั้นตอนการทอผ้าเริ่มจากการกรอกระจสวยสำหรับทอกรวยเชิง เลือกสีที่เหมาะสมและความต้องการของลูกค้า การทอกรวยเชิงต้องใช้ช่างทอ 3 คน ทอตามไม้ลายที่ตัดไว้จนครบทุกไม และเริ่มทอหน้างานตามลายครบตามจำนวนความยาวที่ต้องการแล้ว เริ่มทอลายท้องผ้าตามความต้องการหรือตามที่ลูกค้าสั่ง เสร็จจากการทอลายแล้วก็ทอกรวยเชิงอีกครั้งให้ครบเหมือนกับครั้งแรก หลังจากครบกรวยเชิงตามที่ต้องการแล้วก็ทอผ้าพื้นตามจำนวนที่เหมาะสมในการใช้งาน การทอผ้ายกเมื่อนครจะยากกว่าผ้ายกดอก เพราะเป็นผ้าโบราณมีความละเอียด ระยะเวลาในการผลิต

- ผ้ายกเมืองนคร 1 ผืน ใช้เวลา 7 วัน
- ผ้ายกดอก 1 ผืน ใช้เวลา 1 วัน
- ผ้าขาวม้า 2 ผืนต่อวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



1. คั้นด้าย (หมุนด้าย)



2. สอดฟันฟัน



3. ทวีด้ายเข้าซอน



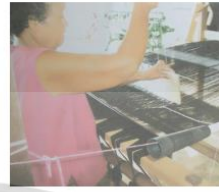
4. เอาด้ายเข้ากั๊



5. ตรวจสอบเส้นด้ายให้ถูกต้องครบถ้วน



6. ผูกตะกรอลายซัด



7. ผูกตะกรอกรวยเชิง



8. เก็บลายกรวยเชิง จำนวน 80-150 ไม้



9. ผูกตะกรอลายทองผ้า



10. ผูกเก้าเหยียบและค้ำยกเพื่อการทอ



11. กรอกระสวยเพื่อการทอ



12. เริ่มการทอ

### ภาพที่ 2.36 ขั้นตอนการทอผ้าฝ้าย

ที่มา : สารานุกรมวัฒนธรรมไทย (2542)

#### 2.3.8 ผ้าทอกับชีวิตของชาวนคร

ผ้าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของการดำรงชีวิตเพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ในสมัยโบราณทุกครัวเรือนมีการทอผ้าไว้ใช้สอยกันเองและมีการถ่ายทอดกรรมวิธีให้ แก่บุตรหลาน แม่และยายมักเป็นผู้รับหน้าที่อบรมและถ่ายทอดวิธีการ และประสบการณ์ในการทอผ้าแก่ลูกหลาน จนกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง

ผ้าทอในนครศรีธรรมราช นอกจากจะใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มแล้ว ยังใช้ประกอบพิธีต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับชีวิตและงานนักขัตฤกษ์ เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานเข้าพรรษา และงานแห่ผ้าขึ้นธาตุ เป็นต้น แม้ปัจจุบันผ้าก็ยังคงมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของชาวนครอยู่เช่นเดิม โดยมีวัตถุประสงค์ในการทอ ดังนี้

##### 2.3.8.1 เพื่อสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน

ผ้าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ นับเป็นปัจจัยที่สำคัญของการดำรงชีวิตตั้งแต่โบราณกาล ทั้งนี้เพื่อใช้ปกปิดร่างกายและกันความหนาวเย็น

##### 2.3.8.2 เพื่อแบ่งปันหน้าที่ระหว่างชายหญิง

ชาวนครส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมมาตั้งแต่โบราณ ยามว่างจากงานในสวนไร่นา ผู้หญิงจะทอผ้าดั่งคำกล่าวที่ว่า "เมื่อเสร็จหน้านาผู้หญิงทอผ้า ผู้ชายตีเหล็ก" ซึ่งทำให้เห็นถึงการแบ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน้าที่ระหว่างชายและหญิง ทั้งยังเป็นการแสดงออกถึงเพศและอุปนิสัยของผู้หญิง เพราะการทอผ้าเป็นงานที่ต้องใช้ความขยันอดทน ความพยายาม และความละเอียดอ่อนประณีต

### 2.3.8.3 เพื่อเป็นเครื่องแสดงฐานะของผู้ใช้

การแต่งกายของคนไทยโบราณแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงฐานะในสังคมได้อย่างหนึ่ง โดยทั่วไปชาวบ้านมักใช้ผ้าฝ้ายเพราะมีขั้นตอนและกรรมวิธีผลิตไม่สลับซับซ้อน ส่วนเจ้านายและชนชั้นสูงมักใช้ผ้าไหม เพราะต้องใช้ฝีมือในการทอและการดูแลรักษา

ในนครศรีธรรมราชก็เช่นกัน ฝ่ายกทงมักใช้ เฉพาะเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช และข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ หรือเจ้าพระยานครสั่งทำขึ้นมาถวายเจ้านายในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผู้หญิงมักจะนุ่งผ้ายกดอกหน้านาง หรือผ้าเก็บนัต ผู้ชายก็นุ่งผ้าหางกระรอก (ใครมีฐานะอย่างไรก็สังเกตได้จากการใช้ผ้านี้เอง)

### 2.3.8.4 เพื่อเป็นรายได้แก่ครอบครัว

สมเด็จพระเจ้าพระบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าภาณุรังษี สว่างวงศ์ กรมพระยาภาณุพันธุวงศ์วรเดช เมื่อครั้งตรวจราชการหัวเมืองปักษ์ใต้ พ.ศ.2427 ได้กล่าวถึงสินค้าออกของเมืองนครที่เกี่ยวกับผ้ายกดังนี้ "ราคาส่งของที่ขายในตลาด ผ้านุ่งผ้าห่ม ผ้ายกไหม ผ้ายกทง ไม่มีขายตลาดเป็นของทอเฉพาะผู้สั่งจะซื้อ และเป็นของทำในบ้านผู้ว่าราชการเมือง ผ้าม่วงผืนละ 5-6 เหยียด ผ้ารื้อผ้านา ผืนละ 6 ก้อน หรือ 2 ย่าไปหรือ 6 สลึง ผ้าขาวม้าไหมผืนละ ๗ เหยียด" แสดงว่าผ้าเหล่านี้ช่วยสร้างรายได้ให้ครอบครัวชาวนครไม่น้อย

### 2.3.8.5 เพื่อช่วยสร้างเสริมอบรมขัดเกลาทางสังคมแก่ผู้หญิง

สตรีในสังคมไทย วิชาการเป็นกุลสตรี และรู้งานบ้านงานเรือนนับเป็นสิ่งสำคัญ การทอผ้าเป็นอีกงานหนึ่งที่มีความสำคัญของสตรีไทย เพราะต้องใช้ความละเอียดอ่อน

## 2.3.9 ผ้าทอกับประเพณี

### 2.3.9.1 การเกิด

การเกิดมีการนำผ้าเข้ามาเกี่ยวข้องช้านานแล้วเพราะสมัยก่อนโบราณเมื่อมารดาเริ่มตั้งครรภ์ก็ต้อง เตรียมทอผ้าไว้สำหรับเป็นผ้าอ้อม ผ้าห่ม ผ้าห่มฟูก และเสื้อผ้าสำหรับทารก เมื่อคลอดออกมาและทำความสะอาดตัวเด็กแล้ว ก็เอาผ้าที่ทอไว้มาห่อตัว หรือบางคนก็เตรียมทอผ้าไว้กำนัลลูกหลานหรือญาติพี่น้องที่จะคลอดก็มี

### 2.3.9.2 การแต่งงาน

ผ้าทอที่เกี่ยวข้องกับพิธีการแต่งงานของชาวนคร คือ ผ้าไหว้ เป็นผ้าที่คู่บ่าวสาวใช้แสดงความเคารพญาติผู้ใหญ่ทั้งสองฝ่าย หรือเป็นผ้าขาวพับที่เจ้าบ่าวจัดไปในขบวนขันหมากซึ่งไม่จำกัดความยาว (แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 หลา) ในพิธีแต่งงานจะมีพิธีกราบหมอน ฝ่ายเจ้าสาวจะต้องเป็นผู้จัดเตรียมผ้าขาวสองผืน (ใช้ทำเพดานเหนือที่ประกอบพิธีกราบหมอนผืนหนึ่ง และปูทับบนหมอนก่อนที่จะวางเครื่องบูชาผืนหนึ่ง)

### 2.3.9.3 การปลงศพ

เมื่อจัดพิธีปลงศพ นิยมใช้ผ้าขาวห่อศพ เปรียบเสมือนธรรมะที่ชาวสะอาด ไม่มีมลทิน ทุกคนต้องใช้การนุ่งผ้าให้ศพ แล้วก็มีผ้าไหมคลุมโลงศพนอกจากนี้ยังมีการใช้ผ้าขาวโยนข้ามศพ 3 ครั้ง เพื่อให้ครอบครัวตุนตริย แล้วนำผ้าไปสวด เมื่อสวดเสร็จก็นำผ้านี้ไปถวายพระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.3.9.4 ประเพณีเข้าพรรษา

การทำบุญเข้าพรรษาถือเอาวันแรมค่ำ เดือนแปดเป็นวันแรกให้ภิกษุสงฆ์สามเณรอยู่ประจำวัดไว้วัดหนึ่งเป็นเวลา 3 เดือน ชาวบ้านจะจัดภัตตาหารและเครื่องใช้ต่าง ๆ ไปถวายพระ ในจำนวนของที่ถวายก็มีผ้า (ผ้าไตรจีวร) รวมอยู่ด้วย

#### 2.3.9.5 ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ

ในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือนสาม ในวันดังกล่าวชาวนครและชาวจังหวัดใกล้เคียงจะร่วมกันมาแห่ผ้าซึ่งเรียกว่า ผ้าพระบฏ มีความยาวไม่จำกัดจัดเป็นขบวนแห่ผ้าดังกล่าวมาห่อองค์พระบรมธาตุเป็นพุทธบูชา ประเพณีดังกล่าวจึงมีผ้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

#### 2.3.9.6 ประเพณีสงกรานต์

วันสงกรานต์เคยเป็นวันขึ้นปีใหม่ของไทยแต่เดิมมา มีการนำผ้าเข้ามาเกี่ยวข้องกับวันดังกล่าว ในการโปรตน้ำผู้ใหญ่ มีการนำผ้าไปไหว้ด้วย รดน้ำเสร็จแล้วก็มอบผ้าแต่ผู้ใหญ่บางแห่งมีการทอธงถวาย

### 2.3.10 การสืบสานภูมิปัญญา

#### 2.3.10.1 เรือนจำกลางนครศรีธรรมราช

เรือนจำกลางจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยคุณถวิล ณ ตะกั่วทุ่ง (ผู้บัญชาการเรือนจำสมัยนั้น) ได้พยายามที่จะส่งเสริมให้มีการทอผ้ายกเมืองนครขึ้น โดยการจ้างครูซึ่งเป็นลูกสาวของนางวิเชียร ศรีวัชรินทร์ ให้ไปสอนวิธีทอผ้ายกให้แก่ักโทษหญิงที่ต้องโทษอยู่ในเรือนจำ

ยังเป็นที่น่าชื่นชมยินดีว่ายังมีส่วนราชการและกลุ่มอาชีพบางกลุ่มในจังหวัดได้พยายามจะสืบสานและส่งเสริมงานหัตถกรรมผ้าทอพื้นเมืองขึ้นในลักษณะและรูปแบบต่าง ๆ กัน หลายหน่วยงานต่อมาครูวรจิตลาออกไปประกอบอาชีพส่วนตัว การสอนงานทอผ้าพื้นเมืองของเรือนจำกลาง จึงยกเลิกไปใน พ.ศ. 2525

#### 2.3.10.2 บ้านนางวิเชียร ไชยสิทธิ์

นางวิเชียร อยู่บ้านเลขที่ 753 ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช เล่าว่าแต่เดิมหมู่บ้านละแวกนี้ทอผ้ากันทุกบ้าน ครูคนสำคัญในช่วง พ.ศ.2490 ซึ่งเป็นปีที่นางวิเชียร เริ่มประกอบอาชีพทอผ้า คือนายพิณ และนางเขียน ณ นคร เป็นช่างเก่าแก่ของตระกูล ณ นครครูทั้งสองคนนี้หวงวิชามาก แต่อาศัยความสนใจจริงใจความพยายามและความอดทนอย่างสูง จึงสามารถเรียนวิชาช่างทอผ้ามาจากครูทั้งสองคนนี้ได้ ด้วยการเลียนแบบแอบดูและจดจำมา จนกระทั่งเกิดความชำนาญสามารถตั้งโรงทอผ้าขึ้นที่บ้าน ผ้าที่ทอเป็นพวกผ้ายกดอก ผ้าเก๋ากี่ ผ้าหางกระรอก และผ้าราชวัตร ซึ่งเคยมีรายได้ดีมาก เพิ่งจะเลิกทอไปเมื่อ พ.ศ.2522 เพราะขาดวัสดุที่มีคุณภาพและช่างที่ชำนาญ

#### 2.3.10.3 กลุ่มทอผ้า

จากข้อมูลกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ซึ่งสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชรวบรวมไว้เมื่อ พ.ศ.2534 ปรากฏว่ามีกลุ่มทอผ้าอยู่ 12 กลุ่ม คือ

- กลุ่มทอผ้าตำบลนาสาร อ.เมือง ในพื้นที่ 2, 4 และ 5 ตำบลนาสารมีการทอผ้ายกเงินยกทอง ผ้าเก๋ากี่ ผ้าเก็บชาย ผ้าราชวัตร และผ้าหางกระรอก

- กลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลายแขน ตำบลท่าจิว อ.เมือง ในพื้นที่หมู่ที่ 8 มีการทอผ้าพื้น ผ้ายกและผ้าขาม้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กลุ่มทอผ้าตำบลฉลอง อำเภอสิชล
- กลุ่มทอผ้าหัวตะพาน อำเภอท่าศาลา
- กลุ่มทอผ้าประตู่หอม อำเภอท่าศาลา
- กลุ่มทอผ้าสวนหลวง อำเภอเชียรใหญ่
- กลุ่มทอผ้าเขาพระบาท อำเภอเชียรใหญ่
- กลุ่มทอผ้าบ้านแหลม อำเภอหัวไทร
- กลุ่มทอผ้าเขาพังไกร อำเภอหัวไทร
- กลุ่มทอผ้าบ้านขนอนหาด อำเภอชะอวด
- กลุ่มทอผ้าบ้านควนพัง อำเภอร่อนพิบูลย์
- กลุ่มทอผ้าบ้านสามตำบล อำเภอจุฬาภรณ์

(ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ(องค์การมหาชน). 2534 : 16-18)

### บ้านมะม่วงปลายแขน

ชุมชนที่ทอผ้ายกเมืองนครที่มีลายเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น ลายพิกุล มีการรวมกลุ่มผู้ทอและสืบทอดศิลปะการทอในหมู่บ้านนี้เองภายในครอบครัวทำการทอผ้าตลอดทั้งปีโดยใช้ช่วงว่างจากการทำนาทำสวน



ภาพที่ 2.37 การทอผ้ายกบ้านมะม่วงปลายแขน(1)

ที่มา : [http://tourfoto.blogspot.com/2011/10/blog-post\\_06.html](http://tourfoto.blogspot.com/2011/10/blog-post_06.html)

เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561

ผ้ายกเมืองนคร บ้านมะม่วงปลายแขน เป็นชุมชนที่ทอผ้าเมืองนคร มีลายเอกลักษณ์ของจังหวัด สนใจแวะชมได้ที่ ผ้ายกเมืองนคร บ้านมะม่วงปลายแขน ถนนนพวงศ์ (นครศรีธรรมราช - ตรัง) กิโลเมตรที่ 13 เปิดให้เข้าชมเวลา 08.00 – 17.00 น.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.38 การทอผ้ายกบ้านมะม่วงปลายแขน(2)

ที่มา : [http://tourfoto.blogspot.com/2011/10/blog-post\\_06.html](http://tourfoto.blogspot.com/2011/10/blog-post_06.html)

เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561

ผ้ายกเมืองนครเป็นผ้าที่ได้รับการยกย่องมาแต่โบราณว่าสวยงามแบบอย่างผ้าชั้นดีเป็นที่ต้องการในหมู่ชน ชั้นสูงช่างทอผ่านครศรีธรรมราชจึงมีชื่อเสียงด้านฝีมือในการทอผ้ายกเป็นเลิศตั้งแต่ในอดีต รู้จักกันแพร่หลายคน ทั่วไปกล่าวติดปากกันว่า ถ้าจะซื้อผ้าดี ๆ จะต้องหาซื้อ ผ้ายกเมืองนคร โดยเฉพาะผ้ายกทอง เมืองนครศรีธรรมราชมีผ้าทอพื้นเมืองเป็นสินค้ามีชื่อ รู้จักกันดีทั้งในกรุงเทพฯ และหัวเมืองภาคใต้แต่โบราณมา ในนามของผ้ายกเมืองนคร



ภาพที่ 2.39 ผลิตภัณฑ์ผ้ายกบ้านมะม่วงปลายแขน

ที่มา : [http://tourfoto.blogspot.com/2011/10/blog-post\\_06.html](http://tourfoto.blogspot.com/2011/10/blog-post_06.html)

เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561

ผ้ายกเมืองนครมีลวดลายดั้งเดิมได้แก่ ลายราชวัติ ลายสับประรด ลายดอกมะลิ ลายดอกเข็มกลม ลายดอกพิกุล ลายแมงมุมก้านแย่ง ลายดอกเขมร ลายดอกจัน ลายดอกรัก ลายเขมรหรือลายพระตะบอง ลายลูกแก้ว ลายคดกริช เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.40 ร้าน 12 นักชัตร

ที่มา : [http://tourfoto.blogspot.com/2011/10/blog-post\\_06.html](http://tourfoto.blogspot.com/2011/10/blog-post_06.html)

เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561

ใช้เป็นผ้าตัดเสื้อได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ซึ่งผู้ที่จะทอลายผ้าตามลูกค้าสั่งทำโดยตรง และทอส่งขายที่ร้าน 12 นักชัตรซึ่งเป็นร้านขายปลีก โดยจะขายผ้าพื้นเมืองบ้านมะม่วงปลายแขนเป็นหลักเกือบทุกลาย ราคาหลาละ 200 บาท ส่วนลายพิมพ์ใหญ่และลายใบไม้สอดด้นทองหรือด้นเงิน ราคาหลาละ 800 บาท ชนิดไม่สอดด้นราคาหลาละ 550 บาท ดังนั้นผู้รับทอผ้าพื้นเมืองบ้านมะม่วงปลายแขนจะมีรายได้ประมาณวันละ 200 บาทต่อคน ส่วนเจ้าของกลุ่มทอผ้าจะมีรายได้ประมาณเดือนละ 5,000-10,000 บาท

#### ศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมัง

โครงการศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมัง เป็น 1 ใน 8 ของศูนย์ศิลปาชีพ ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เกิดขึ้นภายหลังจากที่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงเสด็จเยี่ยมราษฎรในพื้นที่บ้านเนินธัมมัง เมื่อวันที่ 7 ต.ค. 2536 และทรงรับทราบถึงปัญหาความทุกข์ยากของราษฎรในพื้นที่ ซึ่งมีฐานะยากจน ประกอบอาชีพหลักคือการทำนา ผลผลิตที่ได้รับอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ทำให้หัวหน้าครอบครัวต้องออกไปหางานทำต่างถิ่น เหลือแต่แม่บ้าน เด็ก คนชรา

พระองค์จึงได้ทรงพระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ ในการก่อสร้างศาลาศิลปาชีพขึ้น เพื่อช่วยเหลือราษฎรให้สามารถประกอบอาชีพได้ โดยทรงส่งเสริมงานด้านศิลปาชีพให้แก่ราษฎรในพื้นที่และหมู่บ้านใกล้เคียง ทรงรับสมัครราษฎรที่สมัครใจเข้าเป็นสมาชิกศิลปาชีพเพื่อส่งเสริมให้มีอาชีพเสริมจะได้มีรายได้มาเลี้ยงดูครอบครัวเพิ่มขึ้น จากสมาชิก 11 คนในช่วงเริ่มต้น ปัจจุบันมีสมาชิกมากกว่า 500 คน ปัจจุบันศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมังแบ่งการดำเนินงานของสมาชิกออกเป็น 3 กลุ่มงาน คือ กลุ่มทอผ้า กลุ่มแปรรูปกระจูด และกลุ่มปักผ้าด้วยมือ ซึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มจัดเป็นสินค้าโอท็อประดับ 4 ดาว

ฝ้ายกเมืองนคร เป็นงานศิลปหัตถกรรมอันทรงคุณค่า สร้างชื่อเสียงให้เมืองนครศรีธรรมราชโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรมมาตั้งแต่อดีต ความเชี่ยวชาญในฝีมือของช่างทอผ้าทั้งการออกแบบลวดลายและการทอเย็บ แสดงเอกลักษณ์ที่ชัดเจนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแบบฉบับของช่างฝีมือชั้นสูงแห่งหนึ่งของไทย ความรู้ในการทอฝ้ายกเมืองนครเป็นภูมิปัญญามรดกเฉพาะครอบครัวไม่ถ่ายทอดให้บุคคลทั่วไป ผู้ที่สามารถทอฝ้ายกเมืองนครในปัจจุบันจึงลดน้อยลง ประกอบกับปัจจุบันผ้าที่ผลิตจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ทางมูลนิธิฯ ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อคุณผู้ใดเห็นประโยชน์ในการนำเอกสารนี้ไปใช้ กรุณาแจ้งให้ทางมูลนิธิฯ ทราบเพื่อจะได้ปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงงานอุตสาหกรรมมีขายทั่วไปในท้องตลาด หาซื้อได้ง่ายและราคาถูก จึงก่อให้เกิดความชอบในการผลิตและการใช้ผ้าพื้นบ้าน ภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นบ้านจะสูญหายไป



ภาพที่ 2.41 ผ้าลายทองสลับ(1)

ที่มา : <https://sites.google.com/site/ngannganoooo/11>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

“สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระองค์ท่านทรงมีพระราชดำริให้มีการส่งเสริมและพัฒนาศิลปหัตถกรรมผ้าทอพื้นบ้าน เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชาวบ้านและยังเป็นการอนุรักษ์ผ้าทอพื้นบ้านแต่โบราณ อันเป็นสมบัติล้ำค่าของชาติไทยให้คงอยู่ต่อไป ผ้าทอพื้นบ้านจึงได้รับการฟื้นฟูเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน โดยยังคงอนุรักษ์การทอผ้าพื้นบ้านและให้เกิดประโยชน์ทางวัฒนธรรมเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อไป ด้วยพระมหากรุณาธิคุณของสมเด็จพระนางเจ้าฯ ทำให้เกิดความนิยมในการใช้ผ้าพื้นบ้านเป็นเครื่องแต่งกายประจำถิ่น” ดร.สุดาวรรณ มีบัว คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช กล่าว

ผ้ายกเมืองนคร เป็นผ้าที่ได้รับการยกย่องมาแต่โบราณว่าสวยงามแบบอย่างผ้าชั้นดีเป็นที่ต้องการในหมู่ชนชั้นสูง จึงมีชื่อเสียงด้านฝีมือในการทอผ้ายกเป็นเลิศมาตั้งแต่ในอดีต เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย จนคนทั่วไปติดปากว่า ถ้าจะซื้อผ้าดีๆ จะต้องหาซื้อผ้ายกเมืองนครเอามาไว้ในครอบครอง ดังตัวอย่างการร้องเพลงกล่อมเด็ก ว่า

ไปเมืองคอนเทอ      ไปซื้อผ้าลายทองสลับ  
 ซื้อมาทั้งพับ      สลับทองห่างห่าง  
 หยิบนุ่งหยิบห่ม      ให้สมขุนนาง  
 สลับทองห่างห่าง      ทุกหมู่ขุนนางนุ่งเทอ  
 ผ้าทอผืนที่ 2 ถวายสมเด็จพระเทพฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.42 ผ้ายกลายทองสลั(2)

ที่มา : <https://sites.google.com/site/nganngano0000/11>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

นอกจากนี้ เนื่องในโอกาสครบรอบ 60 พรรษา ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทางกองศิลปาชีพสวนจิตรลดา จึงได้มอบหมายให้ศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมัง ทอผ้ายกเมืองนครที่ทอผสมเส้นไหมทองคำ โดยจะทอผ้ายลายดอกพิกุลก้านแย่งสีม่วง ส่วนเชิงผ้าเป็นลายพุ่มข้าวบิณฑ์เล็ก ซึ่งเป็นลายที่ประยุกต์มาจากลายผ้าโบราณ 2 ผืน ความยาว 5 เมตร เพื่อถวายแด่สมเด็จพระเทพรัตนฯ เพื่อให้พระองค์ตัดเป็นชุดฉลองพระองค์ใส่ไปในงานเปิดงานโซนพระราชทานในเดือน พ.ย.นี้ ซึ่งผ้ายดังกล่าวต้องใช้เวลาทอเป็นเวลานานถึง 3 เดือน และใช้ช่างทอผืนเดียวกันถึง 5 คน

“ผ้ายกเมืองนครทอด้วยไหมทองคำนี้เคยถวายสมเด็จพระนางเจ้าฯ เป็นพระองค์แรกเมื่อ 10 กว่าปีมาแล้ว และไม่เคยถวายพระองค์ใดอีกเลย จนกระทั่งผืนนี้เป็นผืนที่ 2 ที่ทอถวายสมเด็จพระเทพรัตนฯ ซึ่งถือเป็นผ้าชั้นสูงที่ทอถวายพระราชวงศ์หรือใช้ในพระราชสำนักเท่านั้น



ภาพที่ 2.43 ผลิตภัณฑ์ผ้ายกลายทอง

ที่มา : <https://sites.google.com/site/nganngano0000/11>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

การทอผ้ายกเมืองนครด้วยเส้นไหมจากทองคำ

ด้วยมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพต้องการพัฒนาฝีมือและต้องการสร้างอาชีพเสริมให้เป็นทางเลือกอีกอาชีพหนึ่ง คือ การทอผ้ายกเมืองนครด้วยเส้นไหม เพื่อต้องการให้เป็นเอกลักษณ์ของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมืองนคร เพราะฝ้ายทองเป็นผ้าที่มีความประณีตสวยงาม และมีชื่อเสียงมากในอดีตที่ผ่านมาของเมืองนครโดยศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมัง เป็นผ้าทอแบบฝ้ายราชสำนัก ที่มีความประณีตสวยงาม แตกต่างไปจากผ้าชนิดอื่นๆ ตรงที่มีเชิง มีชั้น มีขนاب มีสังเวียน และมีลายทอผ้า ประกอบกับนำวัตถุดิบที่มีคุณค่า มีราคาค่อนข้างสูงมาถักทอ เช่น เส้นไหมทอง ซึ่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ ใช้เวลาในการทอ และใช้ผู้ทอจำนวนหลายคนในแต่ละผืน ทำให้มีคุณค่ามีราคาค่อนข้างสูง รูปแบบและลวดลายของผ้าทอได้มาจาก ผ้าเก่า ผ้าสมัยโบราณในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จ.นครศรีธรรมราช โดยคณะอาจารย์จากกองศิลปาชีพสวนจิตรลดา นำมาประยุกต์ใช้ให้มีความประณีตสวยงามยิ่งขึ้น และผ้าทอไม่มีจำหน่าย จะส่งกลับไปยังกองศิลปาชีพสวนจิตรลดาให้สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และพระบรมวงศานุวงศ์ คัดเลือกตัดเพื่อฉลองพระองค์ พร้อมกับให้ผู้แสดงละคร โขน ฦ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย ตัดชุดทำการแสดง หมู่ 1



ภาพที่ 2.44 กลุ่มผลิตภัณฑ์ฝ้ายกลายทอง

ที่มา : <https://sites.google.com/site/ngannganoooo/11>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

การแต่งกายของคนไทยสมัยโบราณใช้กำหนดตำแหน่งและชนชั้นในสังคมมีแบบแผนการแต่งกายและการใช้ผ้าแตกต่างกันไปตามฐานันดรศักดิ์ ยศ และตำแหน่ง ฝ้ายกลเมืองนครเข้ามามีบทบาทในฐานะผ้าชั้นดี พระมหากษัตริย์พระราชทานผ้าแก่ข้าราชการบริหาร ประเภทของผ้าและคุณภาพของผ้าที่พระราชทานจะแตกต่างกันตามบรรดาศักดิ์ ส่วนมากจะเป็นผ้าไหม ซึ่งการใช้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงฐานะในทางสังคม ใครมีฐานะอย่างไรสังเกตได้จากการใช้ผ้า โดยเจ้านายชั้นสูงจะใช้ผ้าไหม เพราะเป็นผ้าพิเศษที่ต้องใช้ฝีมือในการทอและการดูแลรักษามาก ชาวบ้านโดยทั่วไปใช้ผ้าฝ้าย เพราะมีขั้นตอนและกรรมวิธีในการผลิตไม่ซับซ้อนและไม่ต้องพิถีพิถันในการดูแลมากนัก

#### การจัดการ

โครงการศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมัง เป็นโครงการพระราชดำริในสมเด็จพระบรมราชินีนาถ โดยก่อตั้งเมื่อ พ.ศ.2537 ณ ต.แม่เจ้าอยู่หัว อ.เชียงใหม่ จ.นครศรีธรรมราช เริ่มแรกมีสมาชิก 11 คน ทอผ้าตามพระราชเสาวนีย์ฯ ส่งกองศิลปาชีพสวนจิตรลดา ปัจจุบันมีสมาชิก 129 คน มีสำนักงานพัฒนาชุมชนเข้าไปเป็นหน่วยงานเสริมสนับสนุน ก็ทอผ้า จำนวน 20 ชุด และโรงเรือน 1 หลัง และช่วยเหลือในด้านการตลาด ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของชุดประสานงานศูนย์ศิลปาชีพ กองทัพบกที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### สภาพพื้นที่

หมู่ 1 บ้านคงคาล้อม มีอาณาเขต 1 ไร่

หมู่ 2 บ้านบางงู มีอาณาเขต 1 ไร่

หมู่ 5 บ้านเนินธัมมิ่ง ประมาณ 5 ไร่

### ชุมชน

1. กลุ่มทอผ้า หมู่ 1 บ้านคงคาล้อม

2. กลุ่มทอผ้า หมู่ 2 บ้านบางงู

3. กลุ่มทอผ้า หมู่ 5 บ้านเนินธัมมิ่ง

การรวมกลุ่ม : การสมัครเป็นสมาชิกต้องผ่านกองราชเลขา สมเด็จพระบรมราชินีนาถ ก่อนโดยรับราษฎรในพื้นที่ โดยเป็นราษฎรที่มีความตั้งใจจริง

อาชีพหลัก : ทำนา

อาชีพเสริม : ทำหัตถกรรม

### กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค

กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค ก่อตั้งกลุ่มเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 ในปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 34 คน โดยมี นางวิไล จิตรเวช เป็นประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มจะใช้เวลาว่างจากการทำสวนมาทอผ้าเพื่อใช้เองและจำหน่ายเป็นอาชีพเสริม โดยสมาชิกหลายคนเริ่มต้นและเรียนรู้การทอผ้าจากการเป็นสมาชิกของศูนย์ศิลปาชีพบ้านตรอกแค โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 9 นับเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทยและภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีอยู่ในชุมชนให้คงสืบทอดผ้ายกเมืองนครจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน และได้มีการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ออกสู่ตลาดเรื่อยมา จนเป็นที่ยอมรับและได้รับรางวัลมากมาย



ภาพที่ 2.45 กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค

ที่มา : <http://tradingvillagesouth.com/bantrokkhae/>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2563

ไปเมืองคอนเหอ ไปซื้อผ้าลายทองสลับ

ซื้อมาทั้งพับ สลับทอห่าง ห่าง

หยาบนุ่มหยาบห่ม ให้สมขุนนาง

สลับทอห่าง ห่าง ทุกหมู่ขุนนางนุ่งเหอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝ้ายก เป็นกระบวนการทอผืนผ้า โดยการทอเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษ เกิดเป็นผืนผ้าลายยกนูนขึ้นบนเนื้อผ้า วิธีการทอจะคัดเส้นยืนขึ้น-ลงเป็นจังหวะ ที่แตกต่างกันตามผืนผ้าที่ต้องการ แล้วใช้เส้นพุ่งพิเศษสอดเข้าไป

ฝ้ายกเมืองนคร เป็นผ้าพื้นเมืองเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นผ้าที่ได้รับการยกย่องมาแต่โบราณว่าสวยงาม แบบอย่างผ้าชั้นดีในหมู่คนชั้นสูงมีชื่อเสียงด้านฝีมือในการทอฝ้ายกเป็นเลิศมาตั้งแต่ในอดีต เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย อัตลักษณ์ที่สำคัญของผ้าทอยกดอกเมืองนคร คือ ผ้าจะยกนูนขึ้นเป็นผืนผ้าชัดเจนและมีความละเอียดประณีต จนนักทอที่เกี่ยวข้องหาซื้อฝ้ายกเมืองนครไว้ในครอบครอง



ภาพที่ 2.46 การทอผ้าบ้านตรอกแค

ที่มา : <http://tradingvillagesouth.com/bantrokhae/>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2563

ผ้าทอยกดอก ใช้กรรมวิธีการทอให้เกิดผืนผ้าลายโดยการยกตะกอ แยกเส้นด้ายยืนขึ้นเป็นผืนผ้าลายเฉพาะ โดยการยกตะกอ ไม่ได้มีการเพิ่มเส้นด้ายยืนหรือเส้นพุ่งพิเศษเข้าไป การทอจะใช้ตะกอร่วมที่ออกแบบให้สามารถทอได้ทั้งลายชัดและลายยกดอกสลับกันไปบนเนื้อผ้า

ลายที่นิยมทอฝ้ายกเมืองนครมากที่สุด คือ ลายจากธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นลายดอกไม้ โดยเฉพาะลาย ดอกพิกุล มีรูปแบบต่างๆ หลายลักษณะ ซึ่งในสมัยก่อนต้นพิกุลนิยมปลูกกันมากในบริเวณลานวัด เพราะเป็นไม้พุ่มใหญ่ ให้ร่มเงาดี ดอกมีกลิ่นหอม ช่างทอผ้าคงได้อาศัยนั่งพักใต้ร่มไม้เมื่อไปทำบุญที่วัด ดอกพิกุลจึงถูกนำมาใส่เป็นผืนผ้าลายของฝ้ายก ปัจจุบันต้นพิกุลยังคงมีให้เห็นอยู่ ในบริเวณชั้นในของวัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร ลายหิ้งห้อยขมสวน เป็นผืนผ้าที่แสดงถึงการใช้ชีวิตอยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงามของการทอผ้าในยามค่ำคืน ช่างทอผ้าได้ออกแบบลายผ้าทอโดยพุ่งเส้นไหมทองหนึ่งเส้นสลับการทอเส้นไหมสีตลอดทั้งผืน ซึ่งจะสวยงามเมื่อมีการเคลื่อนไหว อิริยาบถคล้ายหิ้งห้อย ลายเกร็ดพิมเสน เป็นลายโบราณที่สวยงามมาก นิยมทอเป็นลายอยู่บริเวณท้องผ้า ลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยม ขนาดเล็ก ในสมัยโบราณคนนิยมใช้พิมเสน เพราะมีกลิ่นหอมใช้ผสมเป็นยาที่มีประสิทธิภาพ ผ้าลายนี้พบได้ทั้งฝ้ายกทองและฝ้ายกไหม ผ้าขาวม้า ผ้าขาวม้าบ้านตรอกแค ทอด้วยฝ้ายเมอเซอร์ไรซ์ แต่ละผืนจะมีสีสันทันแต่ต่างกันไป มีความกว้างประมาณ 0.85 เมตร ความยาวประมาณ 1.80 เมตร คุณสมบัติที่สำคัญของผ้าขาวม้า เป็นผ้าทอลายทางตรงและขวางตัดกัน มีขนาดสี่เหลี่ยมผืนผ้าพอเหมาะ ใช้งานได้หลากหลาย ยิ่งใช้นานยิ่งนุ่ม ซับน้ำได้ดีแห้งเร็ว ทนทาน นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลักดันให้เกิดการแปรรูปผ้าขาวม้าเป็นสินค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น เช่น กระเป๋าใส่เอกสาร ตุ๊กตา ที่เก็บพวงกุญแจ หมอนรองคอ เป็นต้น ซึ่งตรงต่อความต้องการของตลาด ที่สำคัญเป็นการช่วยสร้างอาชีพและเสริมสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2.47 ผลิตภัณฑ์ผ้ายกบ้านตรอกแค

ที่มา : <http://tradingvillagesouth.com/bantrokkhae/>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2563

### อาชีพ

ชาวบ้านตรอกแค ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ได้แก่ ทำสวนยางพารา สวนผลไม้ ปลูกผัก และทำนาข้าว ส่วนการทอผ้าเป็นอาชีพเสริมหลังจากว่างเว้นจากการทำเกษตรกรรม โดยจะมารวมกลุ่มกันเพื่อทอผ้า

### ประเพณีวัฒนธรรม

- งานชักพระหรือประเพณีลากพระ เป็นประเพณีที่พุทธศาสนิกชนปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่ครั้งโบราณ โดยกระทำหลังจากวันมหาปวารณาหรือวันออกพรรษา 1 วัน ตรงกับวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 โดยพุทธศาสนิกชนพร้อมใจกันอาราธนาพระพุทธรูปขึ้นประดิษฐานบนบุษบกที่วางอยู่เหนือเรือ รถ หรือล้อเลื่อน แล้วแห่แหนชักลากไปตามลำน้ำหรือตามถนนหนทางใน อำเภอชะอวด โดยจะจัดงานชักพระขึ้นในช่วงต้นเดือนตุลาคมของทุกปี

- งานประจำปีดอกจูดบาน เป็นงานใหญ่ และเป็นงานประจำปีของอำเภอชะอวด มีการจัดแสดงสินค้าของดีเมืองชะอวด รวมถึงผ้ายกเมืองนครจากกลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค โดยจะจัดขึ้นในช่วงต้นเดือนกรกฎาคม ของทุกปี

การผลิต เครื่องมือในการทอผ้ายกเมืองนคร ก็ทอผ้าพื้นเมืองหรือก็กระทบ

วัตถุดิบหลักในการทอผ้า คือ เส้นฝ้ายเมอร์เซอร์ไรซ์สีต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.48 กี่ทอผ้ายกบ้านตรอกแค

ที่มา : <http://tradingvillagesouth.com/bantrokhae/>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2563



ภาพที่ 2.49 วัสดุุดิบหลักในการทอผ้ายกบ้านตรอกแค


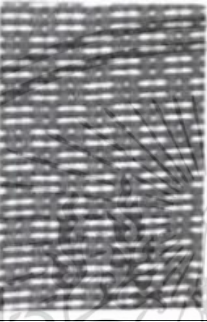

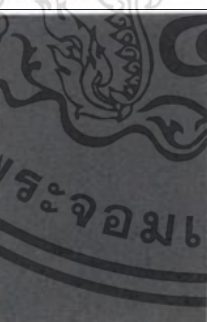

ที่มา : <http://tradingvillagesouth.com/bantrokhae/>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2563

## 2.4 ศึกษาลวดลายผ้ายก


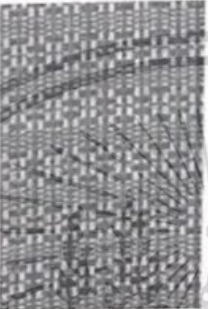
ลวดลายผ้ายกเมืองนครที่ทอกันมาแต่โบราณ มักเป็นลวดลายที่พบเห็นได้อยู่รอบตัวของช่างทอผ้า ลวดลายเหล่านี้ถูกถ่ายทอดต่อกันมา ด้วยวิธีการจดจำหรือทอลอกเลียนแบบอย่างไว นับเป็นภูมิปัญญาและฝีมือของช่างทอผ้าอย่างแท้จริง

ตารางที่ 2.2 วิเคราะห์ลายผ้ายกเมืองนครศรีธรรมราช

ชื่อลาย	รูปแบบลาย	ลักษณะการใช้งาน
ลายพิมพ์ใหญ่หรือ ลายพิมพ์พอง (เรขาคณิต)		ผ้าโล่ง กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ กรอบรูป เนคไท
ลายราชวัตร		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ลายพิฑุก้านล้อม		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ กรอบรูป เนคไท
ลายดอกพิฑุกุล		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ เนคไท
สายลูกแก้ว (โบราณ)		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ กรอบรูป เนคไท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ชื่อลาย	รูปแบบลาย	ลักษณะการใช้งาน
ลายดอกกรัก		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ เนคไท
ลายประยุกต์		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ เนคไท

ที่มา : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

จากตาราง 2.2 สามารถแบ่งลวดลายผ้ายกเมืองนครออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

2.4.1 กลุ่มลายพันธุ์ไม้ เป็นลวดลายจากดอกไม้และต้นไม้ ได้แก่ ลายดอกพิกุล ลายดอกพิกุลแก้ว ลายดอกพิกุลเถื่อน ลายดอกพิกุลล้อม ลายดอกพิกุลก้านแย็ก ลายดอกพิกุลสลับลายลูกแก้ว ลายดอกมะลิร่วง ลายดอกมะลิตูมก้านแย่ง ลายดอกเขมร ลายดอกไม้ ลายใบไม้ ลายตายน่านต์ ลายหัวพลู เม็ดพริกไทย ลายเครือเถา

2.4.2 กลุ่มลายสัตว์ ได้แก่ ลายม้า ลายหางกระรอก ลายหิ้งห้อยขมสวน ลายแมงมุมก้านแย่ง

2.4.3 กลุ่มลายเรขาคณิต ได้แก่ ลายเกล็ดพิมเสนทรงสี่เหลี่ยม ลายเกล็ดพิมเสนรูปเพชรเจียรระไน ลายก้านแย่ง ลายราชวัต ลายแก้วกี ลายดาสมุก ลายตาราง ลายลูกโซ่ ลายลูกแก้ว ลายลูกแก้วฝูง

2.4.4 กลุ่มลายเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ลายไทยประยุกต์ ลายไทยประยุกต์ผสม ลายพิมทอง และลายอื่นๆอีกที่ไม่ทราบชื่อลาย

2.4.5 ลายเกล็ดพิมเสน เป็นลายผ้ายกเมืองนครโบราณที่มีความสวยงามมาก ทอเป็นลายอยู่บริเวณท้องผ้า ลักษณะลวดลายเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนาดเล็ก และผลิกรูปเพชรเจียรระไน ผ้ายกเมืองนครลายเกล็ดพิมเสนที่พบมีทั้ง ผ้ายกทองและผ้ายกไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

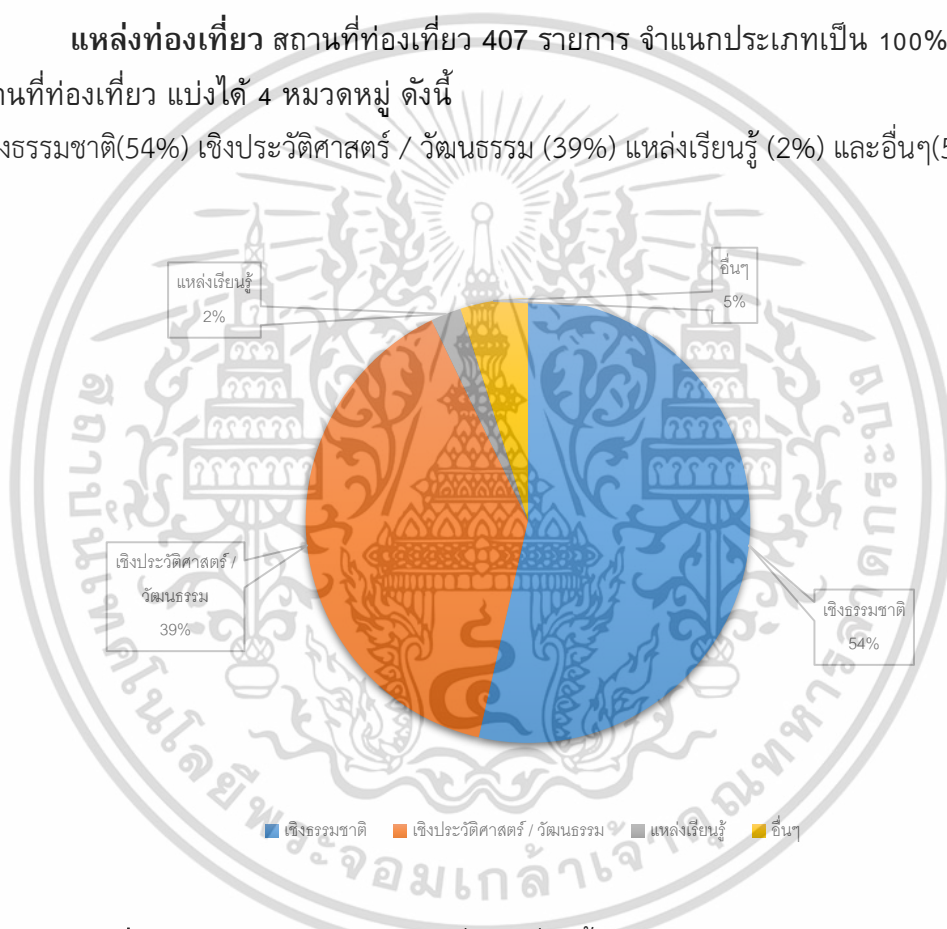
2.4.6 ลายราชวัตร เป็นชื่อลายผ้าที่ได้รับพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จ นิวัติเมืองสงขลาเมื่อปี 2475 เป็นผ้า "ลายยกดอกก้านแย่ง" หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า "ลายหลังนกเขา" เนื่องจากว่ามีลายคล้ายลายขนบนหลังนกเขา

ที่มา : <https://www.sarakadee.com/2018/02/23/phayoknakhonsri-woven/>

เข้าถึงเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2561

## 2.5 ศึกษาแหล่งท่องเที่ยววนครศรีธรรมราช

แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว 407 รายการ จำแนกประเภทเป็น 100% ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว แบ่งได้ 4 หมวดหมู่ ดังนี้  
เชิงธรรมชาติ(54%) เชิงประวัติศาสตร์ / วัฒนธรรม (39%) แหล่งเรียนรู้ (2%) และอื่นๆ(5%) ดัง



กราฟที่ 2.1 แสดงประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 80 ตำบลในจังหวัดนครศรีธรรมราช

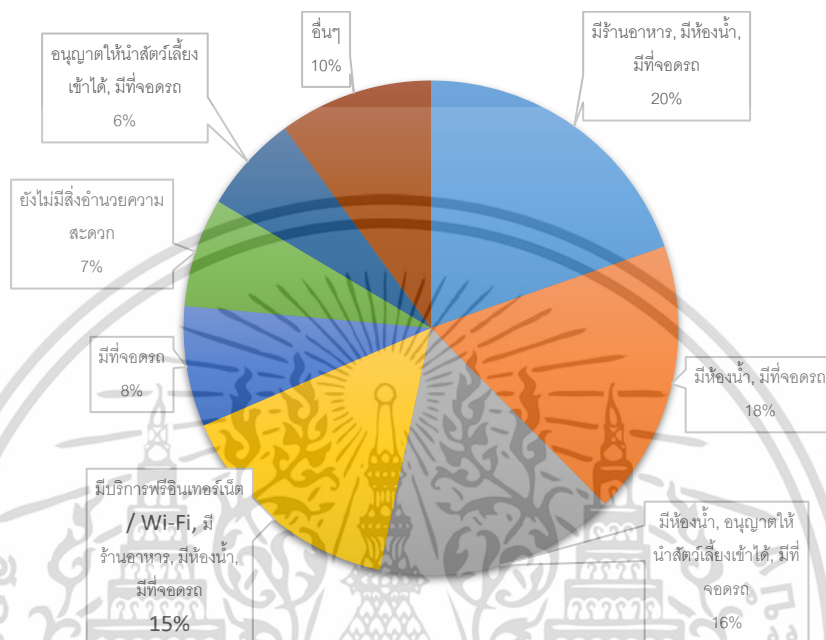
โดย : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

### สิ่งอำนวยความสะดวก แบ่งได้ 8 หมวดหมู่ ดังนี้

1. ร้านอาหาร, มีห้องน้ำ, มีที่จอดรถ(20%)
2. มีห้องน้ำ, มีที่จอดรถ(18%)
3. มีห้องน้ำ, อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าได้, มีที่จอดรถ(16%)
4. มีบริการฟรีอินเทอร์เน็ต / Wi-Fi, มีร้านอาหาร, มีห้องน้ำ, มีที่จอดรถ(15%)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. มีที่จอดรถ(8%)
6. ยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก(7%)
7. อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าได้, มีที่จอดรถ(6%)
8. อื่นๆ(10%) ดังกราฟที่ 28



กราฟที่ 2.2 แสดงสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 80 ตำบล  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

โดย : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามฤดูกาล(ใช่/ไม่ใช่) แบ่งได้ 2 หมวดหมู่ดังนี้

1. เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ตามฤดูกาล (10%)
2. ไม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ตามฤดูกาล (90%) ดังกราฟที่ 29



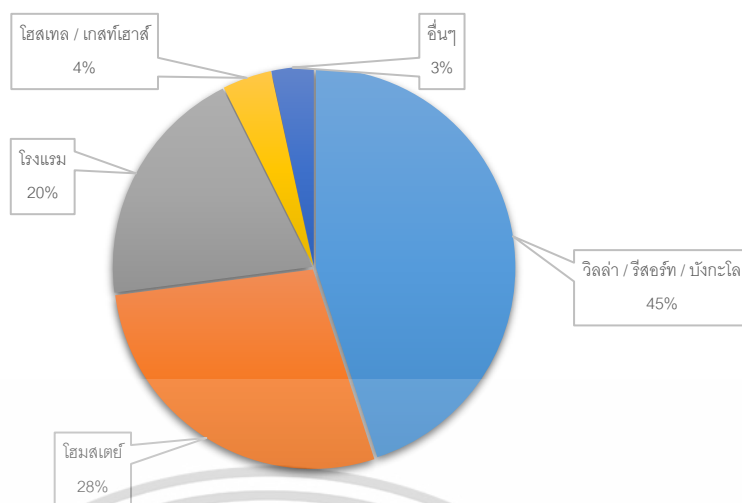
**กราฟที่.2.3** แสดงสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถเที่ยวในบางเวลาทั้ง 80 ตำบลในจังหวัดนครศรีธรรมราช

โดย : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

#### ที่พัก/โรงแรม

1. จำนวนที่พัก351 แห่ง จำแนกเป็น100%ประเภทที่พัก(วิลล่า/รีสอร์ต/บังกะโล/ โฮมสเตย์/โรงแรม)
2. วิลล่า / รีสอร์ท / บังกะโล (45%)
3. โฮมสเตย์ (28%)
4. โรงแรม (20%)
5. โฮสเทล / เกสต์เฮาส์ (4%)
6. อื่นๆ (3%) ดังกราฟที่ 30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



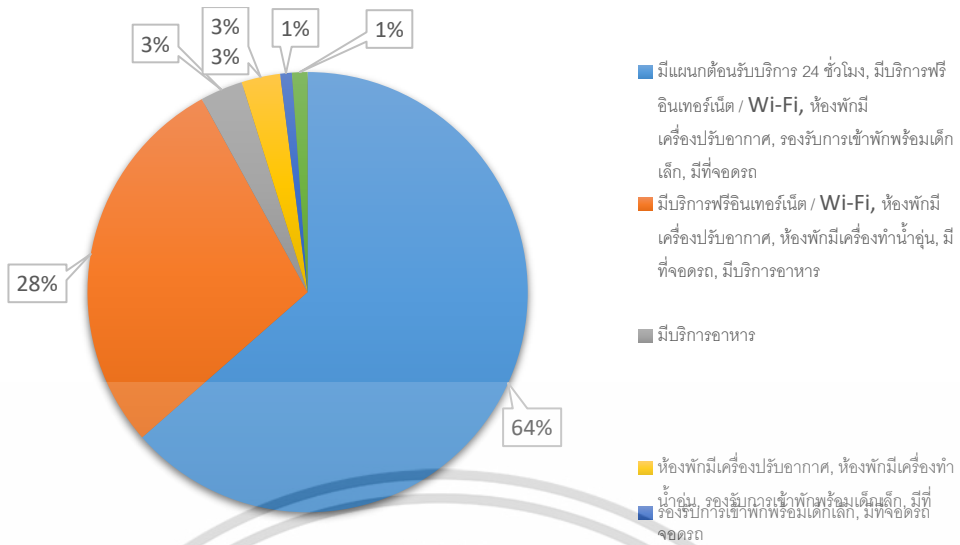
กราฟที่. 2.4 แสดงประเภทของที่พัก/โรงแรม ทั้ง 80 ตำบล

ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

โดย : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

1. มีบริการฟรีอินเทอร์เน็ต / Wi-Fi, ห้องพักมีเครื่องปรับอากาศ, ห้องพักมีเครื่องทำน้ำอุ่น, มีที่จอดรถ, มีบริการอาหาร (28%)
2. มีบริการอาหาร (3%)
3. ห้องพักมีเครื่องปรับอากาศ, ห้องพักมีเครื่องทำน้ำอุ่น, รองรับการเข้าพักพร้อมเด็กเล็ก, มีที่จอดรถ (3%)
4. รองรับการเข้าพักพร้อมเด็กเล็ก, มีที่จอดรถ (1%)
5. อื่นๆ (1%) ดังกราฟที่ 31
- 6.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



กราฟที่ 2.5 แสดงสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้ง 80 ตำบล ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

โดย : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

ได้รับมาตรฐาน SHA (ได้รับ/ไม่ได้รับ) แบ่งได้ 2 หมวดหมู่ ดังนี้

ได้รับมาตรฐาน SHA (73%) ไม่ได้รับมาตรฐาน SHA (27%) ดังกราฟที่ 32



กราฟที่ 2.6 แสดงบริการการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานทั้ง

80 ตำบลในจังหวัดนครศรีธรรมราช

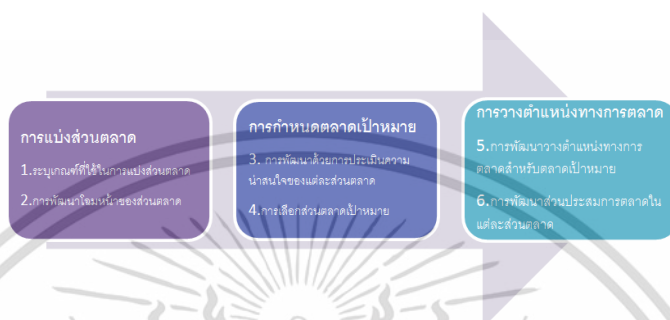
โดย : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6 ศึกษาข้อมูลการตลาดตามเป้าหมาย STP Model

### 2.6.1 STP Model

เครื่องมือทางการตลาดที่วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จะนำมาใช้ในประกอบการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้



ภาพที่ 2.50 แสดง 3 ขั้นตอนหลักในการตลาดตามเป้าหมาย

ที่มา : <https://jiradabbc.wordpress.com/227-2/>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

### 2.6.2 การแบ่งส่วนตลาด

2.6.2.1 Segmentation หมายถึง การแบ่งส่วนตลาด โดยใช้หลักเกณฑ์การแบ่งเพื่อให้เห็นตลาดที่ชัดเจนก่อนที่จะกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถใช้ปัจจัยในการแบ่งส่วนตลาดดังนี้

- แบ่งตามหลักประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) ซึ่งมีตัวแปรในการกำหนดส่วนตลาด คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา ขนาดของครอบครัว
- แบ่งตามหลักภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) เป็นการวิเคราะห์พื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายว่าพื้นที่ในการทำการตลาดหรือขายผลิตภัณฑ์ควรเป็นที่ใด โดยมีตัวแปรในการแบ่ง คือ ประเทศ ภูมิภาค จังหวัด พื้นที่ในจังหวัด เช่น ใจกลางเมือง หมู่บ้าน ชนบท
- แบ่งตามหลักจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) แบ่งส่วนตลาดจากกลุ่มประชากรโดยใช้หลักจิตวิทยา มีตัวแปรที่ใช้ในการแบ่ง คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต ค่านิยม บุคลิกของผู้ใช้ ชนชั้นทางสังคม
- แบ่งตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ (Behavior Segmentation) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ของตลาดเป้าหมาย โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวัดผล คือ โอกาสของการใช้ ความถี่ในการใช้ อัตราการใช้ ประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้า ความภักดีต่อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2.2 ระดับของการแบ่งส่วนการตลาด (Levels of market segmentation) มี 6 ระดับ ดังนี้

- การตลาดมวลชน (Mass marketing) เป็นการตลาดที่มุ่งความสำคัญที่มีการผลิตสินค้าในรูปแบบเดียวกันเป็นจำนวนมาก (Mass production) โดยนำออกวางตลาดให้ทั่วถึง (Mass distribution) และส่งเสริมการตลาดอย่างมาก (Mass promotion) โดยมองตลาดว่ามีความต้องการคล้ายคลึงกัน เป็นแนวคิดที่มุ่งความสำคัญที่การผลิต (Production-oriented) โดยมุ่งที่จะผลิตภัณฑ์สินค้าในรูปแบบเดียวกันจำนวนมาก เพื่อลดต้นทุนในการผลิต

- การตลาดโดยมุ่งที่ส่วนของตลาด (Segment marketing) เป็นการใช้เครื่องมือการตลาดโดยมุ่งที่ส่วนของตลาด (Market segment) แนวคิดนี้อาจมองว่าตลาดมีความต้องการที่แตกต่างกัน บริษัทต้องจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดให้แตกต่างกันสำหรับแต่ละตลาดเป้าหมาย ในกรณีนี้จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบกับธุรกิจ เพราะผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดจะสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น

- การตลาดโดยมุ่งที่ตลาดกลุ่มเล็ก (Niche marketing) เป็นการใช้เครื่องมือการตลาดโดยมุ่งที่ตลาดกลุ่มเล็ก (Niche market) ซึ่งมีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงเป็นกลุ่มที่แคบกว่าส่วนของตลาด (Market segment) เนื่องจากส่วนของตลาดมีขนาดใหญ่จึงมีคู่แข่งชันมาก แต่ตลาดกลุ่มเล็กนี้ (Niche market) จะมีคู่แข่งชันเพียงหนึ่งรายหรือไม่กี่รายเท่านั้น ตลาดกลุ่มเล็กจึงเป็นที่น่าสนใจสำหรับบริษัทเล็ก แต่อย่างไรก็ตามบริษัทใหญ่ก็สามารถใช้กลยุทธ์นี้ได้เช่นกัน ตลาดกลุ่มเล็กส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง พร้อมทั้งจะจ่ายเงินซื้อสินค้าราคาแพง มีความต้องการที่เฉพาะเจาะจง เช่น มีคุณภาพดีเด่นเป็นพิเศษ

- การตลาดท้องถิ่น (Local marketing) เป็นการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่น เช่น ห้างสรรพสินค้าแต่ละสาขาจะจัดหาสินค้า และใช้กลยุทธ์การตลาดแตกต่างกัน ธนาคารแต่ละสาขาจะเน้นกลยุทธ์การให้บริการลูกค้าที่แตกต่างกัน การตลาดท้องถิ่นนี้จะยึดถือลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต (Value and lifestyles) ของแต่ละชุมชนหรือท้องถิ่นเป็นหลัก

- การตลาดมุ่งเฉพาะบุคคล (Individual marketing) เป็นการใช้เครื่องมือการตลาดโดยมุ่งที่ลูกค้ารายใดรายหนึ่ง ตัวอย่างของธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์นี้คือ บริษัทคอมพิวเตอร์มุ่งขายให้กับธนาคารหรือสถาบันการศึกษาหรือบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ร้านตัดเสื้อซึ่งตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่งให้ร้านค้าปลีกร้านใดร้านหนึ่ง บริษัททัวร์จัดท่องเที่ยวให้กับครอบครัวหรือนักศึกษากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง กลยุทธ์นี้อาจจะเรียกว่า การตลาดมุ่งเฉพาะกลุ่มลูกค้า (Customized marketing) หรือ การตลาดมุ่งเฉพาะบุคคล (One-to-one marketing) หรือ การตลาดหนึ่งส่วนตลาด (Segments of one)

- การตลาดที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบตัวเอง (Self-marketing) เป็นการตลาดที่ลูกค้าช่วยตัวเองในการซื้อสินค้า ซึ่งผู้บริโภคแต่ละรายต้องใช้เวลารับผิดชอบมากขึ้นในการพิจารณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เช่น การซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต การสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ การสั่งซื้อทาง Fax หรือ E-mail การสั่งซื้อสินค้าทางจดหมาย ฯลฯ

### 2.6.2.3 รูปแบบของการแบ่งส่วนตลาด (Patterns of market segmentation)

การแบ่งส่วนตลาดตามหลักประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน (เช่น รายได้ อายุ ที่อยู่ อาศัย) จะแบ่งตลาดแบบใดนั้นจะต้องพิจารณาถึงความชอบ ความต้องการความพอใจ และพฤติกรรมของตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย 3 แบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความชอบเหมือนกัน (Homogeneous preferences) คือการที่ผู้บริโภคทุกคนในตลาดนั้นมีความชอบ ความต้องการ ความพอใจ และพฤติกรรมทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคในตลาดนี้มีความต้องการ จึงมีคุณสมบัติต่างๆ ที่คล้ายคลึงกัน

- ความชอบกระจัดกระจาย (Diffused preferences) ผู้บริโภคแต่ละคนมีพฤติกรรมทางการตลาด ความชอบ ความต้องการ เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมาก ในกรณีนี้โดยทั่วไป ผู้ผลิตจะเลือกนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน เพราะจะเป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ สำหรับคู่แข่งที่เข้ามาในตลาดอาจจะกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทหรืออาจกำหนดในตำแหน่งที่มีคู่แข่งน้อยกว่า

- ความชอบเป็นกลุ่มหลายกลุ่ม (Clustered preferences) มีลักษณะคล้ายกับกรณีแรก แต่ความชอบความต้องการที่เหมือนกันนั้นถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ อย่างชัดเจน ธุรกิจจะเข้าสู่ตลาดโดยมีทางเลือก 3 ทาง คือ

(1) เลือกตำแหน่งศูนย์กลางโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐานทั่วไป โดยคาดว่าจะได้รับการยอมรับจากทุกกลุ่ม ซึ่งเหมาะกับการใช้นโยบายการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน (Undifferentiated marketing)

(2) เลือกตำแหน่งในส่วนตลาดที่ใหญ่ที่สุดส่วนเดียว โดยใช้นโยบายการตลาดแบบรวมกำลังหรือมุ่งเฉพาะส่วน (Concentrated marketing)

(3) เลือกทั้ง 3 กลุ่ม โดยเสนอส่วนประสมทางการตลาด 3 ชุดให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้นโยบายการตลาดที่แตกต่างกัน (Differentiated marketing)

### 2.6.2.4 หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค (Bases for segmenting consumer markets)

ตัวแปรที่สำคัญๆ ที่ถือเป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด เช่น ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อ ลักษณะตัวแปรทางภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค โดยตัวแปรเหล่านี้สามารถจัดกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) ลักษณะของผู้บริโภค (Consumer characteristic) (2) การตอบสนองของผู้บริโภค (Consumer response) และแบ่งออกเป็น 4 เกณฑ์ คือ (1) ภูมิศาสตร์ (Geographic) (2) ประชากรศาสตร์ (Demographic) (3) จิตวิทยา (Psychographic) (4) พฤติกรรมศาสตร์ (Behavioristic) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ (Geographic segmentation) ในกรณีนี้ตลาดจะถูกแบ่งออกตามสถานที่ที่แตกต่างกัน เช่น ประเทศ รัฐ จังหวัด อำเภอ ท้องถิ่น หรือหมู่บ้าน บริษัทต้องระลึกถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันตามที่ตั้งของตลาด โดยคำนึงลักษณะและพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในแต่ละเขตภูมิศาสตร์นั้น

- การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) การแบ่งส่วนตลาดตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิตครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ ตัวแปรทางประชากรศาสตร์เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้กันแพร่หลายมานาน เนื่องจากช่วยให้เห็นถึงกลุ่มตลาดที่สำคัญ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคหรืออัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ซึ่งตัวแปรทางประชากรศาสตร์วัดได้ง่ายมากกว่าตัวแปรอื่นๆ

- การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยา (Psychographic segmentation) จะใช้หลักเกณฑ์ตามความแตกต่างกันของการดำรงชีวิตหรืออาจใช้ความแตกต่างกันของบุคลิกลักษณะเป็นตัวแบ่งส่วนตลาด

- การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioristic segmentation) การแบ่งตามพฤติกรรมโดยใช้หลักเกณฑ์ความรู้ ทักษะคติ การใช้ผลิตภัณฑ์ หรือการตอบสนองต่อคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ นักการตลาดเชื่อว่าตัวแปรทางพฤติกรรมศาสตร์เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการแบ่งส่วนตลาด

#### 2.6.2.5 หลักเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรม (Bases for segmenting industrial market)

การแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรมอาจจะถือเกณฑ์เดียวกันกับตลาดผู้บริโภค เช่น ภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ การแสวงหาผลประโยชน์และอัตราการใช้

#### 2.6.2.6 ประสิทธิภาพของการแบ่งส่วนตลาด (Effective segmentation)

เมื่อกำหนดว่าตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์มีการแบ่งส่วนตลาดตามเกณฑ์ใดแล้ว หลักเกณฑ์ในการพิจารณาถึงความเหมาะสมของการแบ่งส่วนตลาดมีดังนี้

- ประกฤษัดและวัดออกมาได้ (Measurable) เมื่อทำการแบ่งส่วนตลาดแล้วได้ส่วนตลาดย่อยที่สามารถวัดขนาดและอำนาจในการซื้อของแต่ละส่วนตลาดได้

- ตลาดมีขนาดใหญ่พอเพียง (Substantial) เมื่อทำการแบ่งส่วนตลาดแล้วได้ส่วนตลาดย่อยที่มีขนาดความต้องการที่สามารถสร้างยอดขายและกำไรได้มากพอ

- สามารถที่จะเข้าถึงได้ (Accessible) เมื่อทำการแบ่งส่วนตลาดแล้วได้ส่วนตลาดย่อยที่บริษัทสามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของตลาดได้

- สามารถดำเนินการได้ (Actionable) เมื่อทำการแบ่งส่วนตลาดแล้วได้ส่วนตลาดย่อยที่บริษัทสามารถใช้โปรแกรมการตลาด จูงใจตลาดเป้าหมายอย่างได้ผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีลักษณะแตกต่าง (Differentiable) เมื่อทำการแบ่งส่วนตลาดแล้วได้ส่วนตลาดย่อยที่ลูกค้ามองเห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้

### 2.6.3 การกำหนดตลาดเป้าหมาย

2.6.3.1 Targeting หมายถึง การกำหนดตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าตลาดเป้าหมายโดยมีขั้นตอนในการเลือก ตลาดเป้าหมายดังนี้

- ประเมินสถานการณ์ตลาด โดยพิจารณาถึงขนาดของตลาด ความยากง่ายในการเข้าตลาด จำนวนคู่แข่งในตลาด ความรุนแรงทางการแข่งขันในตลาด ผู้นำตลาดคือใคร

- เลือกตลาดเป้าหมาย โดยการเลือกตลาดจะต้องมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ โดยวิธีเลือกตลาดจะมีดังนี้

(1) มุ่งตลาดเฉพาะส่วนโดยใช้ผลิตภัณฑ์เดียว โดยมีสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียวเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายเดียวเท่านั้น การดำเนินธุรกิจในตลาดเฉพาะส่วนจะใช้ต้นทุนต่ำแต่มีความเสี่ยงสูงด้วยเช่นกัน

(2) มุ่งตลาดหลายส่วนโดยใช้หลายผลิตภัณฑ์ ธุรกิจจะมีสินค้าหรือบริการหลายอย่างที่สามารถตอบสนองให้กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม โดยแต่ละตลาดจะมีความต้องการที่ต่างกัน ดังนั้นกลยุทธ์ที่ใช้จะต้องมีหลายกลยุทธ์เพื่อความสอดคล้องกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

(3) มุ่งตลาดหลายส่วนโดยใช้ผลิตภัณฑ์เดียว อาศัยจุดเด่นหรือความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวแต่กระจายผลิตภัณฑ์ไปยังหลายๆ ตลาด อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ในการดำเนินการก็ย่อมเปลี่ยนไปตามกลุ่มลูกค้าด้วย

(4) มุ่งตลาดส่วนเดียวโดยใช้ผลิตภัณฑ์หลายชนิด เจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายเพียงตลาดเดียวโดยศึกษาความต้องการของตลาดนั้นและนำสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการในนั้น

(5) มุ่งตลาดรวม เป็นการขายสินค้าหรือบริการหลายประเภทให้กับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ซึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้จะเป็นประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่ไม่เฉพาะเจาะจงกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งต้องใช้เงินทุนจำนวนมากในการจัดการและทำการตลาด

ลักษณะที่จะทำการเปรียบเทียบ	กลยุทธ์การตลาดที่ไม่แตกต่างกัน (Undifferentiated marketing strategy)	กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกัน (Differentiated marketing strategy)	กลยุทธ์การตลาดเฉพาะส่วน (Concentrated marketing strategy)
ความหมาย	การเลือกตลาดรวม (Total market) ตลาดเดียวเป็นเป้าหมาย	การเลือกหลายส่วนตลาด (Multiple segment) ที่แตกต่าง 2 กลุ่มขึ้นไป	การเลือกตลาดเป้าหมายส่วนเดียว (Single segment) จากตลาดรวม (Total market)
ลักษณะตลาด (Market) ที่เลือก	ตลาดมีความคล้ายคลึงกัน (Homogeneous) เป็นตลาดใหญ่หรือตลาดมวลชน (Mass market)	ตลาดมีความต้องการที่แตกต่างกัน (Heterogeneous) บริษัทเลือก 2 ตลาดขึ้นไป	ตลาดมีความต้องการที่แตกต่างกัน (Heterogeneous) บริษัทเลือกเป้าหมายเพียงส่วนตลาดเดียว (Single segment)
กลยุทธ์ตลาด (Market strategy)	กลยุทธ์ตลาดรวม (Market aggregation strategy)	กลยุทธ์หลายส่วนตลาด (Multiple segment strategy)	กลยุทธ์มุ่งเฉพาะตลาดส่วนเดียว (Single segment) concentrated strategy หรือ Single Market strategy)
ลักษณะผลิตภัณฑ์และส่วนผสมทางการตลาด หรือ 4Ps	4Ps 1 ชุด	4Ps 2 ชุดขึ้นไป	4Ps 1 ชุด

ภาพที่ 2.51 กลยุทธ์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย 3 ทาง (The alternative target market selection strategies)

ที่มา : <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch6.htm>

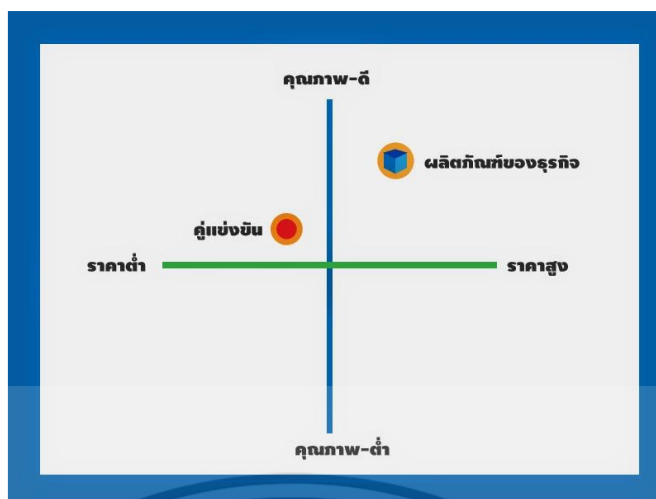
เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

## 2.6.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

2.6.4.1 Positioning หมายถึง การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยจะต้องมีการพิจารณาเรื่องจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ความทนทาน รูปลักษณ์ รูปแบบ ราคาของผลิตภัณฑ์ การใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ การซ่อมแซมสามารถทำได้ง่าย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดว่าเรามีอะไรที่ดีกว่าหรือด้อยกว่า เมื่อวิเคราะห์เสร็จสิ้นเราจะสามารถทราบได้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราอยู่ในตำแหน่งใดในตลาด หรืออาจสร้างแผนภาพเพื่อให้เห็นตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

แผนภาพตัวอย่างดังกล่าวเป็นแผนภาพที่แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของธุรกิจมีราคาและคุณภาพสูงกว่าคู่แข่ง โดยกำหนดให้แกน X เป็นระดับราคา ส่วนแกน Y เป็นแกนที่แสดงถึงคุณภาพ อย่างไรก็ตามเราสามารถนำเกณฑ์ข้ออื่นๆ มาเป็นมาตรวัดของทั้งสองแกนได้ เช่น ความทนทาน การใช้งานได้หลากหลาย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.52 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ที่มา : [http://km.intrachai.ac.th/km/files/20130007\\_16111113130839.pdf](http://km.intrachai.ac.th/km/files/20130007_16111113130839.pdf)

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

## 2.7 หลักการออกแบบ

การออกแบบเป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่ควบคู่กับการดำรงชีวิตเพราะในการดำรงชีวิตของมนุษย์นั้น จะต้องมีการกำหนด มีการวางแผนเป็นขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้บังเกิดความเหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

### 2.7.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย (Design factors) มากมายที่นักออกแบบที่ต้องคำนึงถึง แต่ในที่นี้จะขอกกล่าวเพียงปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่

2.7.1.1 หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่นั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง ตัวอย่างเช่น

การออกแบบโต๊ะอาหารกับโต๊ะทำงาน โต๊ะทำงานมีหน้าที่ใช้สอยยุ่งยากกว่า มีลิ้นชักสำหรับเก็บเอกสาร เครื่องเขียน ส่วนโต๊ะอาหารไม่จำเป็นต้องมีลิ้นชักเก็บของ ระยะเวลาของการทำงานสั้นกว่า แต่ต้องสะดวกในการทำความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบเก้าอี้ หน้าที่ใช้สอยเบื้องต้นของเก้าอี้คือใช้นั่งด้วยกิจกรรมต่างกัน เช่น เก้าอี้รับประทานอาหารลักษณะและขนาดต้องเหมาะสมกับโต๊ะอาหาร เก้าอี้เขียนแบบลักษณะและขนาดต้องเหมาะสมกับโต๊ะเขียนแบบ ถ้าจะเอาเก้าอี้รับแขกมาใช้ นั่งเขียนก็เกิดการเมื่อยลำ ปวด หลัง ปวดคอ และนั่งทำงานได้ไม่นาน

การออกแบบมิดที่ในคราวนั้นมีอยู่มากมายหลายชนิดตามการใช้งานเฉพาะเช่น มิด ปอกผลไม้ มิดแล่นือสัตว์ มิดสับกระดูก มิดหั่นผัก เป็นต้น ถ้าหากมีการใช้มิดอยู่ชนิดเดียวตั้งแต่แล่นือ สับกระดูก หั่นผัก ก็อาจจะใช้ได้แต่จะไม่ได้ความสะดวกเท่าที่ควรหรืออาจจะได้รับอุบัติเหตุขณะใช้ได้ เพราะไม่ได้รับการออกแบบมาให้ใช้งานเป็นการเฉพาะอย่าง

2.7.1.2 ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปร่าง ขนาด สี สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่เราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกต้องความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ของที่ระลึก และของตกแต่งบ้านต่างๆ ความสวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเอง และความสวยงามจะสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

2.7.1.3 ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา (Psychology) และสรีระวิทยา (Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ การวัดคุณภาพทางด้านกายวิภาคเชิงกล(ergonomics) พิจารณาได้จากการใช้งานได้อย่างกลมกลื่นต่อการสัมผัส ตัวอย่างเช่น การออกแบบเก้าอี้ต้องมีความนุ่มนวล มีขนาดสัดส่วนที่ นั่งแล้วสบาย โดยอิงกับมาตรฐานผู้ใช้ของชาวตะวันตกมาออกแบบเก้าอี้สำหรับชาวเอเชีย เพราะอาจเกิดความไม่พอดีหรือไม่สะดวกในการใช้งาน ออกแบบปุ่มบังคับ ด้ามจับของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ผู้ใช้ต้องใช้ร่างกายไปสัมผัสเป็นเวลานาน จะต้องกำหนดขนาด (dimensions) ส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกับการร่างกายหรืออวัยวะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อทำให้เกิดความถนัดและความสะดวกสบายในการใช้ รวมทั้งลดอาการเมื่อยล้าเมื่อใช้ไปนานๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.1.4 ความปลอดภัย (Safety) ผลกระทบที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย ตัวอย่างเช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ควรมีส่วนป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้จากความเมื่อยล้าหรือพลังเปลว เช่น จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จากความร้อน จากไฟฟ้าดูด ฯลฯ จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จากความร้อน จากไฟฟ้าดูด ฯลฯ หลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ง่ายต่อการเกิดอัคคีภัยหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และควรมีสัญลักษณ์หรือคำอธิบายติดเตือนบนผลิตภัณฑ์ไว้ การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ต้องเลือกใช้วัสดุที่ไม่มีสารพิษเจือปน เพื่อป้องกันเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรือออม ชิ้นส่วนต้องไม่มีส่วนแหลมคมให้เกิดการบาดเจ็บ มีข้อความหรือสัญลักษณ์บอกเตือน เป็นต้น

2.7.1.5 ความแข็งแรง (Construction) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ผสมผสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

2.7.1.6 ราคา (Cost) ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

2.7.1.7 วัสดุ (Materials) การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่างไม่สิ้น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อ และคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลด

กันลดปริมาณขยะของโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.1.8 กรรมวิธีการผลิต (Production) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมวกๆ

2.7.1.9 การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้นง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธี การออกแบบที่ดีนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝากรอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น การใช้ชิ้นส่วนร่วมกันให้มากที่สุด โดยเฉพาะอุปกรณ์ยึดต่อการเลือกใช้ชิ้นส่วนขนาดมาตรฐานที่หาได้ง่าย การถอดเปลี่ยนได้เป็นชุดๆ การออกแบบให้บางชิ้นสามารถใช้เก็บอะไหล่ หรือใช้เป็นอุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุงรักษาได้ในตัว เป็นต้น

2.7.1.10 การขนส่ง (Transportation) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง ยาว สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง ตัวอย่างเช่น การออกแบบเครื่องเรือนชนิดถอดประกอบได้ ต้องสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในตู้สินค้าที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อประหยัดค่าขนส่งรวมทั้งผู้ซื้อสามารถทำการขนส่งและประกอบชิ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วยตัวเอง

งานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องผสมผสานปัจจัยต่างๆ ทั้งรูปแบบ(form) ประโยชน์ใช้สอย(function) ภายวิภาคเชิงกล(ergonomics)และอื่นๆ ให้เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต แพชั่น หรือแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกลมกลืนลงตัวมีความสวยงามโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางการตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตจำนวนมาก ส่วนการให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น การออกแบบเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้าตามแพชั่น อาจพิจารณาที่ประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกสบายในการใช้ และความสวยงาม เป็นหลัก แต่สำหรับการออกแบบยานพาหนะ เช่น จักรยาน รถยนต์ หรือเครื่องบินอาจต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวครบทุกข้อหรือมากกว่านั้น (อุตมศักดิ์ สาริบุตร.

2549 : 21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.7.2 กรอบการออกแบบ

การออกแบบ คือ กิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Design is a goal-directed problem-solving) เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลเป็นสิ่งใหม่ๆ มีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างขึ้นใหม่ให้แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม ความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย

งานออกแบบคือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้าง และสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น

## 2.7.3 รูปทรงที่มีอิทธิพลต่อรูปลักษณะงานออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏอยู่ทั่วไป เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ทั้งสิ้น มีทั้งที่ออกแบบสร้างขึ้นใหม่ แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม โดยมนุษย์ได้รับอิทธิพลจากรูปทรง 2 แหล่ง คือ

2.7.3.1 รูปทรงจากธรรมชาติ (Natural Form) เนื่องจากธรรมชาติมีความสำคัญและอยู่รายล้อมมนุษย์ ทั้งรูปทรงที่เป็นสิ่งมีชีวิต เช่น พืช สัตว์ต่างๆ และรูปทรงที่ไม่มีชีวิต เช่น กรวด หิน ดิน ทราย หรือปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น คลื่น ลม แสงแดด ฝนตก ฟ้าร้อง ฯลฯ โดยมนุษย์ได้รับแรงบันดาลใจจากสิ่งเหล่านี้ในแง่มุมมองที่แตกต่างกัน เช่น ความเป็นระเบียบและความสวยงาม (Beauty) ของดอกไม้ป่า ความลงตัวอย่างมีแบบแผน (Order) ในรูปหกเหลี่ยมของรังผึ้ง ความสุนทรีย์ของลวดลาย (Pattern) ในดอกทานตะวัน เป็นต้น แล้วถ่ายทอดความคิดออกมาในรูปของผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองคุณประโยชน์ทางการใช้สอยแก่มนุษย์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ

2.7.3.2 รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manmade Form) รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น มีอิทธิพลต่องานออกแบบผลิตภัณฑ์ ในอันที่จะก่อให้เกิดความแตกต่างกันของแต่ละกลุ่มชน เช่น อาคารบ้านเรือน สิ่งของเครื่องใช้ ฯลฯ มักเป็นรูปทรงเรขาคณิต ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นสากลและเป็นที่รู้จักกันทั่วไป รูปทรงดังกล่าวแบ่งตามวิธีการผลิตได้ 2 ประเภท คือ ประเภทที่สร้างขึ้นด้วยมือหรือเครื่องมือพื้นฐาน (Hand Tools) มีลักษณะการใช้งานเฉพาะตามจุดประสงค์ของผู้ออกแบบ ผลิตได้จำนวนน้อย รูปทรงมีลักษณะเฉพาะตัวไม่ซ้ำกัน มีการตกแต่งประดับประดาที่แสดงให้เห็นถึงความชำนาญทางทักษะของช่างฝีมือกับประเภทที่สร้างขึ้นด้วยเครื่องจักร (Machine tools) มีรูปทรงที่เหมือนกัน โดยผลิตออกมาเป็นจำนวนมากจากแม่พิมพ์เดียวกัน ใช้วัสดุอย่างเดียวกัน มีทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปสามารถใช้ประโยชน์โดยตรงและเป็นชิ้นส่วน

ที่มา : <https://sites.google.com/a/kjwit.ac.th/ponlapass/pathor/hlak-kar-xxkbaeb>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2561

### ตารางที่ 2.3 ตารางสรุปข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

สรุปข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์	
ศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัล	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) รูปแบบสื่อดิจิทัล</li> <li>2) สื่อดิจิทัลกับการประชาสัมพันธ์</li> <li>3) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล</li> <li>4) ประโยชน์ของสื่อดิจิทัล</li> <li>5) มนุษย์กับการรับรู้และการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล</li> </ol>
ศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช</li> <li>2) วัฒนธรรมการใช้ผ้าในวิถีชีวิต</li> <li>3) วิวัฒนาการการใช้ผ้า</li> <li>4) วัฒนธรรมประเพณี</li> <li>5) ศาสนา ความเชื่อ และพิธีกรรม</li> <li>6) การแต่งกาย</li> </ol>
ศึกษาขั้นตอนกระบวนการทอผ้าจากภูมิปัญญาของชาวนครศรีธรรมราช	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การทอผ้าฝ้ายก</li> <li>2) เครื่องทอผ้ายก</li> <li>3) ประเภทผ้ายก</li> <li>4) ผ้าที่ใช้โลหะประกอบในการทอผ้ายก</li> <li>5) ลักษณะผ้ายก</li> <li>6) อุปกรณ์การทอผ้ายก</li> <li>7) ขั้นตอนการทอผ้ายก</li> <li>8) ผ้าทอกับชีวิตของชาวนคร</li> <li>9) ผ้าทอกับประเพณี</li> <li>10) การสืบสานภูมิปัญญา</li> </ol>
ศึกษาลวดลายผ้ายก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) ผลิตภัณฑ์เดิม</li> </ol>
ศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการทอผ้ายก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) บ้านมะม่วงปลายแขน</li> <li>2) ศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมัง</li> <li>3) กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค</li> </ol>
ศึกษาข้อมูลการตลาดตามเป้าหมาย STP MODEL	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) การแบ่งส่วนตลาด</li> <li>2) การกำหนดตลาดเป้าหมาย</li> <li>3) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์</li> </ol>
ศึกษาหลักการออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) หน้าที่ใช้สอย (Function)</li> <li>2) ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)</li> <li>3) ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)</li> <li>4) ความปลอดภัย (Safety)</li> <li>5) ความแข็งแรง (Construction)</li> <li>6) ราคา (Cost)</li> <li>7) วัสดุ (Materials)</li> <li>8) กรรมวิธีการผลิต (Production)</li> <li>9) การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)</li> <li>10) การขนส่ง (Transportation)</li> </ol>

ที่มา : นางสาวปรีชาติ บุญเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.8 ศึกษาข้อมูลการรู้ดิจิทัล

การรู้ดิจิทัล หรือ Digital literacy หมายถึง ทักษะในการนำเครื่องมือ อุปกรณ์ และ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และ สื่อออนไลน์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้ เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในองค์กรให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นทักษะด้านดิจิทัลพื้นฐานที่จะเป็นตัวช่วยสำคัญ สำหรับข้าราชการในการปฏิบัติงาน การสื่อสาร และการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นในลักษณะ “ทำน้อย ได้มาก” หรือ “*Work less but get more impact*” และช่วยส่วนราชการสร้างคุณค่า (Value Co-creation) และความคุ้มค่าในการดำเนินงาน (Economy of Scale) เพื่อการก้าวไปสู่การเป็นประเทศไทย 4.0 อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือช่วยให้ ข้าราชการ สามารถเรียนรู้ และพัฒนาตนเองเพื่อให้ได้รับโอกาสการทำงานที่ดีและเติบโตก้าวหน้าใน อาชีพราชการ (Learn and Growth) ด้วยทักษะดังกล่าวครอบคลุมความสามารถ 4 มิติ การใช้ (Use) เข้าใจ (Understand) การสร้าง (create) เข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัล ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**การใช้ (Use)** หมายถึง ความคล่องแคล่วทางเทคนิคที่จำเป็นในการใช้คอมพิวเตอร์และ อินเทอร์เน็ต ทักษะและความสามารถที่เกี่ยวข้องกับคำว่า “ใช้” ครอบคลุมตั้งแต่เทคนิคขั้นพื้นฐาน คือ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรมประมวลผลคำ (Word processor) เว็บเบราว์เซอร์ (Web browser) อีเมล และเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ สู่วิธีขั้นสูงขึ้นสำหรับการเข้าถึงและการใช้ ความรู้ เช่น โปรแกรมที่ช่วยในการสืบค้นข้อมูล หรือ เสิร์ชเอนจิน (Search engine) และฐานข้อมูล ออนไลน์ รวมถึงเทคโนโลยีอุบัติใหม่ เช่น Cloud computing

**เข้าใจ (Understand)** คือ ชุดของทักษะที่จะช่วยผู้เรียนเข้าใจบริบทและประเมินสื่อดิจิทัล เพื่อให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับอะไรที่ทำได้และพบบนโลกออนไลน์ จัดว่าเป็นทักษะที่สำคัญและที่ จำเป็นที่จะต้องเริ่มสอนเด็กให้เร็วที่สุดเท่าที่พวกเขาเข้าสู่โลกออนไลน์ เข้าใจยังรวมถึงการตระหนักรู้ เทคโนโลยีเครือข่ายมีผลกระทบต่อพฤติกรรมและมุมมองของผู้เรียนอย่างไร มีผลกระทบต่อความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับโลกรอบตัวผู้เรียนอย่างไร เข้าใจยังช่วยเตรียมผู้เรียนสำหรับเศรษฐกิจ ฐานความรู้ที่ผู้เรียนพัฒนาทักษะการจัดการสารสนเทศเพื่อค้นหา ประเมิน และใช้สารสนเทศอย่างมี ประสิทธิภาพเพื่อติดต่อสื่อสาร ประสานงานร่วมมือ และแก้ไขปัญหา

**การสร้าง (Create)** คือ ความสามารถในการผลิตเนื้อหาและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพผ่านเครื่องมือดิจิทัลที่หลากหลาย การสร้างด้วยดิจิทัลเป็นมากกว่าแค่การรู้ วิธีการใช้โปรแกรมประมวลผลคำหรือการเขียนอีเมล แต่มันยังรวมความสามารถในการดัดแปลงสิ่งที่ ผู้เรียนสร้างสำหรับบริบทและผู้ชมที่แตกต่างและหลากหลาย ความสามารถในการสร้างและสื่อสาร ด้วยการ ใช้ Rich media เช่น ภาพ วิดีโอ และเสียง ตลอดจนความสามารถในการมีส่วนร่วม กับ Web 2.0 อย่างมีประสิทธิภาพและรับผิดชอบ เช่น Blog การแชร์ภาพและวิดีโอ และ Social media รูปแบบอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การพัฒนาการรู้ดิจิทัลคือกระบวนการการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทักษะเฉพาะที่มีความจำเป็นสำหรับการรู้ดิจิทัลจะแตกต่างจากคนหนึ่งถึงอีกคนหนึ่งโดยขึ้นอยู่กับความต้องการและสถานการณ์ของผู้เรียน ซึ่งอาจครอบคลุมตั้งแต่การรับรู้ขั้นพื้นฐานและการฝึกอบรมสู่การประยุกต์ใช้งานที่มีความยุ่งยากและซับซ้อนยิ่งขึ้น นอกจากนี้การรู้ดิจิทัลเกินความมากกว่าแค่การรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี แต่มันยังครอบคลุมถึงประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับจริยธรรม สังคม และการสะท้อน (Reflection) ซึ่งฝังอยู่ในการทำงาน การเรียนรู้ การพักผ่อน และชีวิตประจำวัน “Multi-literacies” คือคำที่มักใช้เพื่ออธิบายถึงความถนัดและความสามารถที่แตกต่างและหลากหลายซึ่งจำเป็นต่อการใช้ เข้าใจ และสร้างสื่อดิจิทัลที่กล่าวถึงข้างต้น จากตรงนี้ช่วยให้เราได้คิดว่า “การรู้ดิจิทัลไม่ใช่ชุดทักษะที่ตายตัวแต่คือกรอบแนวคิด (Framework) ซึ่งดึงและขยายมาจากการรู้และความสามารถมากมายหลายหลายด้าน ” ภายใต้ “การรู้ดิจิทัล” คือความหลากหลายของทักษะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันภายใต้ การรู้สื่อ (Media literacy) การรู้เทคโนโลยี (Technology literacy) การรู้สารสนเทศ (Information literacy) การรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เห็น (Visual literacy) การรู้การสื่อสาร (Communication literacy) และการรู้สังคม (Social literacy)

## 2.9 ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองรอง

**เมืองรอง** หมายถึง เมืองที่ยังมีนักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่าน ปีหนึ่งต่ำกว่า 4 ล้านคน ประกอบด้วย 55 จังหวัด และตอบโต้ผ่าน 3 แนวคิด ดังต่อไปนี้ 1. Local Experience การท่องเที่ยวที่มอบประสบการณ์ในแบบวิถีชุมชน 2. Future challenge มีความท้าทายในอนาคตในการต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาศักยภาพได้ 3. connecting เชื่อมโยงเมืองใหญ่ ผนึกกำลังเมืองเล็ก ๆ และเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน จังหวัดท่องเที่ยวรอง หมายความว่า เขตจังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดจันทบุรีจังหวัด ชัยนาท จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดชุมพร จังหวัดเชียงราย จังหวัดตรัง จังหวัดตราด จังหวัดตาก จังหวัดนครนายก จังหวัดนครพนม จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดนราธิวาส จังหวัดน่าน จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดปัตตานี จังหวัดพะเยา จังหวัดพัทลุง จังหวัดพิจิตร จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดแพร่ จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดยโสธร จังหวัดยะลา จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดระนอง จังหวัดราชบุรีจังหวัดลพบุรี จังหวัดเลย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดสกลนคร จังหวัดสตูล จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสระแก้ว จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดสุโขทัย จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสุรินทร์จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดอ่างทอง จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดอุดรธานี จังหวัด อุตรดิตถ์ จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัดอุบลราชธานี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.53 เมืองรอง 55 จังหวัดทั่วไทย

ที่มา : <https://media.thaigov.go.th>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

## 2.10 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว ได้ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่ม คุณภาพ สร้างความหลากหลายหลายด้าน การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้น การพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลอดจนการให้ความสำคัญกับกระจายการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่ “เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลด ความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย” โดยแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 แผนย่อย ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม สร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรม ความต้องการนักท่องเที่ยว และสร้างทางเลือกของประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว 2) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ครอบคลุม การจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรางวัล การจัด การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการพักผ่อนระหว่างหรือหลังการประกอบธุรกิจ หรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อีกทั้ง ส่งเสริมให้การจัดงาน ธุรกิจและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายของ ประเทศ เป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่การสร้างสรรคนวัตกรรม รวมถึงการสร้างเวทีเจรจาการค้าและการลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย พัฒนาและยกระดับมาตรฐาน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ทั้งสินค้าบริการ บุคลากร ผู้ประกอบการ และแหล่ง ท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว เน้นสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ร่วมกับการใช้ องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทยต่อยอดกับความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ นวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ 4) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการ ท่องเที่ยวไทย เป็นแหล่งสร้างรายได้ใหม่ให้กับประเทศ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและการมี ส่วนร่วมของชุมชน ครอบคลุมการท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง และการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำสำคัญ โดยการ ปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอ ำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวทางน้ำให้ได้ มาตรฐาน สร้างสรรค กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึง บริบทของพื้นที่และชุมชนในพื้นที่ 5) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ยกระดับให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการ เชื่อมโยงเส้นทาง การท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ แผนการลงทุนพัฒนาโครงข่าย คมนาคมทั้งทางถนน ราง น้ำ และอากาศ และกรอบความร่วมมือกับ ประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อการเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศ อนุภูมิภาค และอาเซียน บนฐานอัตลักษณ์เดียวกัน เพื่อส่งเสริมให้เป็น จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวร่วมกัน 6) การพัฒนา ระบบนิเวศการท่องเที่ยว พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการยกระดับขีดความสามารถ การแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวไทย

## 2.11 ศึกษาข้อกำหนดการสังเกตพฤติกรรมมนุษย์

ประกาศคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.) บังคับว่า ในการขอตำแหน่งทางวิชาการ เช่น ศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับคนต้องได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยจึงจัดตั้งคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ชุดที่ 2 กลุ่มสายสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ขึ้น ก่อนหน้านี้ การทำวิจัยสายสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ไม่ได้มีการบังคับ แต่จะเน้นทางสายแพทยศาสตร์เพราะมีกฎบังคับของแพทยสภา หรือทันตแพทย์ สัตวแพทย์ ซึ่งมีกฎทางวิชาชีพบังคับอยู่ว่า การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนต้องผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากประกาศ ก.พ.อ. ได้ระบุให้มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งกำหนดคำนิยามว่า “การวิจัยในคนคืออะไร” ขณะนี้ ส่วนกลางของมหาวิทยาลัยอยู่ระหว่างการร่างประกาศหรือระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมการวิจัยในคน มีการคิดจำกัดความง่ายๆ เพื่อดูว่างานวิจัยของท่านถือว่าเป็นการวิจัยในคนหรือไม่ โดยใช้คำถาม 2 ข้อด้วยกัน

ข้อที่หนึ่ง ในการเก็บข้อมูลการวิจัย ท่านต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนหรือไม่ คำว่าปฏิสัมพันธ์กับคนหมายถึง การพบหน้า การสัมภาษณ์ การพูดคุย การใช้แบบสอบถาม การสังเกตพฤติกรรม ถ้ามีการปฏิสัมพันธ์กับคนทั้งสิ้น หรือแม้แต่การส่งอีเมลล์ หรือ Chat ก็ถือว่าเป็นปฏิสัมพันธ์และเป็นการวิจัยในคน

ข้อที่สอง หัวข้อที่ท่านวิเคราะห์มีประเด็นข้อมูลส่วนบุคคลหรือไม่ ข้อมูลส่วนบุคคลในที่นี้ก็คือ ชื่อ นามสกุล อายุ เพศ พฤติกรรม ความคิดเห็น รายได้ต่างๆ ของบุคคล หรือแม้แต่บุคคลสาธารณะ ซึ่งหากเป็นข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล ต้องถือว่าเป็นงานวิจัยในคน

ส่วนงานวิจัยที่ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคล เช่น งานวิจัยที่ดูผลกำไรของบริษัท ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับนิติบุคคล งานวิจัยที่เก็บข้อมูล รายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ โดยทำการศึกษาผลกำไร ขาดทุนของบริษัท ซึ่งวิธีการได้มาหรือเก็บข้อมูลส่วนใหญ่มาจากการดาวน์โหลดข้อมูลจากฐานข้อมูลทั่วไปและสิ่งทีวิเคราะห์ไม่เกี่ยวกับบุคคล เช่น ข้อมูลกำไร ขาดทุน ข้อมูลทางบัญชีของบริษัทเป็นงานวิจัยที่ไม่มีการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับคน หรือเป็นงานวิจัยในเชิงประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลในประวัติศาสตร์ถือว่าไม่มีการวิจัยในคน ทั้งหมดนี้เป็นการวินิจฉัยเบื้องต้น แต่ผู้ที่จะทำการพิจารณาผลงานในการขอตำแหน่งตามประกาศ ก.พ.อ. ขึ้นอยู่กับเสียงวินิจฉัยสูงสุดคือ วุฒยาจารย์

หากคิดว่าจะงานวิจัยไม่ได้เป็นงานวิจัยในคน แล้วไม่ได้ขอตั้งแต่แรก จะขอย้อนหลังไม่ได้ เพราะหลักจริยธรรมวิจัยในคนนั้น เราจะมีพิจารณาทบทวนเพื่อป้องกัน และปกป้องสิทธิของคนที่อาจถูกผลกระทบ ดังนั้น ถ้าท่านกระทบบุคคลนั้นไปแล้ว ทางคณะกรรมการฯ ก็ไม่สามารถทักท้วงหรือขอให้ทบทวนวิธีการใดๆ และไม่สามารถพิจารณาหรือให้คำรับรองได้

สาเหตุของการเกิดจริยธรรมการวิจัยในคนนั้นมีที่มาจากทางการแพทย์ ซึ่งเป็นผลมาจากการทดลองและการวิจัยในคน เกิดขึ้นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ในค่ายกักกันของนาซี ประเทศเยอรมนี โดยได้มีการนำเชลยสงครามมาทำการทดลองที่โหดร้ายและทารุณจนทำให้มีคนเสียชีวิตจากการทดลองจำนวนมาก หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดการไต่สวนและพิจารณาคดีโดยศาลที่ Nuremberg มีคณะกรรมการในการพิจารณาคดีของแพทย์และนักวิทยาศาสตร์ที่ทำการทดลองซึ่งตัดสินว่ามีความผิดจริงและโดนโทษประหารชีวิต หลังจากนั้น ได้มีกฎ Nuremberg Code ปี 1947 ระบุว่า ในการทดลองทางวิทยาศาสตร์ คนที่จะนำมาเป็นผู้ร่วมการทดลอง (participant) ต้องยินยอม และไม่สามารถบังคับคนให้มากระทำการต่างๆ หรือทำการทดลองได้ ซึ่งก็ถือว่าเป็นกฎข้อแรกของ

จริยธรรมการวิจัย และในปี 1964 เกิด Declaration of Helsinki เป็นแนวปฏิบัติในงานวิจัย  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อคุณเห็นเว็บไซต์นี้โปรดแจ้งให้ทางเรา  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแพทย์ว่า ผู้ที่เป็นแพทย์จะทำการทดลอง ต้องปฏิบัติตามข้อบังคับ ขออนุญาต และขออนุมัติการพิจารณาซึ่งเป็นไปตามกฎ Nuremberg Code

ในช่วงระหว่างปี 1932-1972 มีการวิจัยซีฟิลิสที่ทาสกีซึ่งทดลองกับผู้ป่วยที่เป็นโรคซีฟิลิส โดยทำการศึกษาพัฒนาการของโรค แต่ไม่ได้ให้การรักษา จนทำให้เกิดผู้เสียชีวิตขึ้น จนในปี 1970 แม้จะได้พบวิธีการรักษาแล้วแต่ก็ไม่ดำเนินการ จนเกิดเรื่องอื้อฉาว หนังสือพิมพ์ได้นำมาเปิดโปง คนทั้งประเทศต่างก็วิพากษ์วิจารณ์ เนื่องจากโครงการนี้ได้รับการวิจัยจากรัฐบาลและเป็นที่มาของพระราชบัญญัติ National Research Act ในปี 1974 ที่สหรัฐอเมริกา ได้ตั้งคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อกำหนดมาตรฐานการวิจัยในคนและทำการศึกษา ในปี 1979 มีบทสรุปออกมาเรียกว่า Belmont Report คณะกรรมการรับรองจริยธรรมวิจัยทั่วโลกล้วนอ้างอิงหลักการใน Belmont Report ทั้งสิ้น ซึ่งมีหลักๆ 3 ข้อ ได้แก่ เคารพในบุคคล (respect for persons) ให้ประโยชน์ (beneficence) และเป็นธรรม (justice)

มีการยกตัวอย่างการวิจัยทางจิตวิทยาและสังคมศาสตร์ที่ถูกวิจารณ์ด้านจริยธรรม งานวิจัยด้านจิตวิทยาคือ งานวิจัยการทำตามคำสั่งของ Milgram ในปี 1963 ซึ่งมีหลักคิดมาจากนาซี โดยนักจิตวิทยาต้องการศึกษาว่า ที่ทหารนาซียอมก่ออาชญากรรมร้ายแรงเป็นเพราะทำตามคำสั่งหรือไม่ หรือถ้ามนุษย์ถูกสั่งโดยไม่มีทางเลือก มนุษย์จะยินยอมทำเรื่องที่ร้ายแรงหรือไม่ โดยอาสาสมัคร 2 คน จับฉลากเลือกว่าเป็นครูหรือนักเรียน และผู้ทดลองบอกกับอาสาสมัครว่า เป็นการทดลองวิจัยเกี่ยวกับการเรียนรู้ของมนุษย์ว่ามนุษย์จะเรียนรู้ดีขึ้นหรือไม่หากรู้ว่าไม่มีวิธีการลงโทษหากตอบผิดด้วยวิธีการกระตุ้นบางอย่าง เช่น ลงโทษด้วยการช็อตด้วยไฟฟ้า เป็นต้น

งานวิจัยด้านสังคมศาสตร์เป็นเรื่องเกี่ยวกับทางเพศ ซึ่งได้พิมพ์หนังสือออกมาชื่อ Tearoom Trade ปี 1970 ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์ของชายรักร่วมเพศในห้องน้ำสาธารณะ เช่น ห้องน้ำตามร้านอาหารในบาร์ โดยใช้วิธีการตีสนิท พูดคุยกับชายรักร่วมเพศ และแอบจดเลขทะเบียนรถเพื่อตามไปดูพื้นเพ และสัมภาษณ์บุคคลที่ได้สังเกตพฤติกรรมที่บ้าน โดยบอกว่ามาสำรวจด้านสาธารณสุข เกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์ในประเด็นจริยธรรมอย่างมาก เพราะถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและหลอกลวง เนื่องจากอ้างว่า สอบถามเกี่ยวกับสุขภาพ เพราะถ้าบอกตรงๆ อาจจะไม่ได้รับข้อมูลที่ต้องการ

หลักจริยธรรม Belmont มีหลักอยู่ 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่หนึ่ง เคารพในบุคคล (respect for persons) คือการเคารพในสิทธิส่วนบุคคล มีอยู่ 2 ด้านที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึง คือ (1) สิทธิในการไม่ถูกบังคับให้เข้าร่วมงานวิจัย และ (2) สิทธิในความเป็นส่วนตัวคือ นักวิจัยต้องไม่ละเมิดสิทธิส่วนตัว มีการเข้าร่วมด้วยวิธีการสมัครใจ จึงเป็นที่มาของการขอความยินยอมในการให้ข้อมูลหรือเรียกว่า informed consent ฉะนั้น การขอจริยธรรมการวิจัยจะต้องแนบเอกสารข้อมูล (information sheet) ต้องให้ข้อมูลอย่างชัดเจนว่าวิจัยอะไร เพื่ออะไร มีประโยชน์อย่างไร โดยผู้เข้าร่วมฯ ต้องทำอะไรบ้าง มีหัวข้อประมาณไหน นานเท่าไร ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงศัพท์วิชาการและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาษาอังกฤษ จะมีการบันทึกภาพหรือเสียงหรือไม่ หลังจากวิจัยเสร็จแล้วจะเก็บไว้หรือทำลาย โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยต้องมีอิสระในการตัดสินใจ ไม่ควรใช้อิทธิพลหรืออำนาจข่มขู่ หรือใช้วิธีการจูงใจจนทำให้ผู้เข้าร่วมขาดอิสระในการตัดสินใจ เมื่อไรก็ตามที่ผู้เข้าร่วมการวิจัยเกิดความไม่สบายใจ หรือไม่อยากตอบ ก็มีสิทธิไม่ตอบคำถามหรือถอนตัวเมื่อใดก็ได้โดยไม่ต้องบอกเหตุผล จะไม่มีผลเสียใดๆ ทั้งสิ้น วิธีการให้ความยินยอมนั้นทำได้หลายวิธี แบบมาตรฐานคือ ลงนามในเอกสาร ยินยอมด้วยวาจา เช่น เป็นชาวบ้านที่ไม่ถนัดการเขียน ก็มีวิธีการยินยอมด้วยวาจาได้ และอีกวิธีหนึ่งคือ การให้ความยินยอมโดยวิธีการปฏิบัติ เช่น การให้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ ไม่มีการบังคับถ้าผู้ร่วมวิจัยไม่ยินยอมให้ข้อมูลก็อาจจะไม่ตอบแบบสอบถามได้

การทำขอยกเว้นการลงนามในเอกสารให้ความยินยอมได้ในกรณีงานวิจัยเป็นวิธีสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มคน ไม่มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล หรือเป็นแบบสอบถามที่ไม่ระบุชื่อผู้ตอบและไม่มี การเก็บข้อมูลที่ระบุตัวตน การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ การตอบแบบสอบถามออนไลน์ ก็สามารถทำ บันทึกขอยกเว้นการลงนามในเอกสารความยินยอมได้ แต่ด้วยจริยธรรมการวิจัย เราต้องอธิบายให้ ชัดเจนว่า งานวิจัยนั้นเกี่ยวกับอะไร ให้ข้อมูลต่อผู้เข้าร่วมการวิจัยเพื่อให้ความยินยอมเพียงแต่ว่า ผู้เข้าร่วมไม่ต้องลงชื่อเป็นลายลักษณ์อักษร และเคารพความเป็นส่วนตัวและรักษาความลับไม่เปิดเผย ชื่อผู้เข้าร่วมการวิจัย ไม่แสดงข้อมูลที่จะทำให้ระบุตัวตนของผู้เข้าร่วมการวิจัย เช่น ภาพถ่าย มีการขออนุญาตก่อนบันทึกภาพหรือเสียง ปกติไม่แนะนำให้มีการถ่ายรูป เพราะไม่ได้มีการนำภาพถ่ายมา วิเคราะห์ ซึ่งผู้เข้าร่วมการวิจัยอาจขอให้ลบภาพหรือเสียงบางส่วนได้ โดยต้องมีการรักษาความลับของ ข้อมูลที่เก็บ เช่น มีรหัสผ่านในการเข้าถึงไฟล์ เป็นต้น

ข้อที่สอง Beneficence คือ งานวิจัยต้องให้ประโยชน์ ไม่ให้โทษ หรือก่ออันตรายต่อผู้เข้าร่วมการวิจัย ประโยชน์ที่จะได้จากงานวิจัยต้องมากกว่าความเสี่ยง มีการประเมินความเสี่ยงและ พยายามลดความเสี่ยง เช่น งานวิจัยการออกกำลังกายในผู้สูงอายุ ต้องดูกิจกรรมที่ไม่เสี่ยง ต้องระวัง ไม่ให้เกิดอุบัติเหตุขึ้น หรือมีการเตรียมรถพยาบาลไว้ด้วย และพยายามเพิ่มประโยชน์ให้กับผู้เข้าร่วม การวิจัย เช่น อาจมีของที่ระลึกให้ หรือมีการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมการวิจัย

วิธีการประเมินความเสี่ยงมี 4 ข้อ ได้แก่

1. ทางกายต้องไม่ได้รับอันตรายต่อร่างกายหรือต่อสุขภาพ
2. ทางจิตใจว่าคำถามกระทบกระเทือนต่อจิตใจหรืออารมณ์
3. ทางสังคมว่าทำให้เสียชื่อเสียง ถูกรังเกียจ เสียเวลา คือทำอะไรที่จะไม่รบกวนเวลามาก

เกินไป ยกตัวอย่างงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศ การใช้จ่ายเสพติดหรือผู้ติดเชื้อเอดส์ หากข้อมูล ถูกเปิดเผยไปอาจทำให้เสียชื่อเสียงหรือถูกรังเกียจ หรือการสัมภาษณ์แรงงานผิดกฎหมาย หากข้อมูล ถูกเปิดเผยอาจทำให้ถูกจับได้

4. ทางเศรษฐกิจ ช่วยค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการวิจัย เช่น มีค่ารถ ค่าเดินทาง และค่าเสีย

โอกาสในการทำงานหรือเสียโอกาสการจ้างงาน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่สาม Justice คือ งานวิจัยต้องเป็นธรรม มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธรรม ไม่แสวงหาประโยชน์จากกลุ่มเปราะบางที่ไม่สามารถปกป้องผลประโยชน์จากตัวเองได้ ควรเลือกบุคคลกลุ่มทั่วไป ก่อนกลุ่มเปราะบาง หมายถึง กลุ่มคนที่มีความบกพร่องหรืออ่อนด้อยด้านร่างกาย จิตใจ ความรู้สติปัญญา กลุ่มคนที่ไม่สามารถตัดสินใจเองได้ หรือผู้ที่บกพร่องทางสติปัญญา กลุ่มคนที่มีอำนาจต่อรองต่ำ กลุ่มที่มีความเสี่ยงที่จะได้รับอันตราย กลุ่มเปราะบางมี 17 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ป่วยโรคทางจิตเวช (2) เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (3) ผู้สูงอายุที่มีความจำบกพร่อง (4) ผู้ป่วยสมองเสื่อม (5) บริกรในสถานบันเทิงยามราตรีและสถานอาบอบนวด (6) ผู้บกพร่องทางสติปัญญา/ผู้มีสมาธิสั้น (7) ผู้ป่วยโรคติดเชื้อมาก (8) ชนกลุ่มน้อยต่างเชื้อชาติและ/หรือศาสนา (9) ผู้ต้องขัง/ผู้ต้องหา/จำเลยในคดีอาญา (10) นักพนัน/บริกรในสถานเล่นการพนัน (11) ผู้พิการ (12) ชาย/หญิงบริการทางเพศ (13) ผู้มีเพศทางเลือก (14) สตรีมีครรภ์ (15) ผู้อพยพ/ผู้พลัดถิ่น/แรงงานข้ามชาติ (16) ทหารเกณฑ์ (17) ผู้ติดยาเสพติด ดังนั้น หากจะเลือกใช้กลุ่มเปราะบาง ซึ่งในแบบฟอร์มขอรับรองจริยธรรมการวิจัยจะมีการให้ระบุว่า งานวิจัยมีกลุ่มเปราะบางหรือไม่ ก็ต้องมีการพิจารณาเป็นบางกรณี ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานวิจัย เช่น งานวิจัยการเลือกซื้อของหญิงตั้งครรภ์ ก็ถือว่าเป็นงานวิจัยที่ไม่เกิดความเสียหาย กรณีจำเป็นต้องทำวิจัยในกลุ่มเปราะบาง ก็ต้องเขียนอธิบายเหตุผลความจำเป็นอย่างชัดเจนว่า เพราะอะไร มีการประเมินความเสี่ยง และระบุมাত্রการลดความเสี่ยง เช่น ไม่เก็บชื่อ ไม่ระบุตัวตน ไม่เผยแพร่ข้อมูล กรณีที่เป็นเด็ก ต้องขอความยินยอมจากผู้ปกครอง เช่น อายุต่ำกว่า 7 ปี ต้องมีการขอความยินยอมจากผู้ปกครองแต่ไม่ต้องขอความพร้อมใจจากเด็ก หากเด็กอายุ 7-12 ปี ต้องขอความพร้อมใจจากเด็กและขอความยินยอมจากผู้ปกครองด้วย ถ้าเด็กมีอายุ 13-17 ปี เริ่มมีความรับรู้เข้าใจมากขึ้น ตัดสินใจเองได้แต่ถือเป็นผู้เยาว์ในทางกฎหมายก็ต้องขอความยินยอมจากเด็กและผู้ปกครอง แต่ในบางกรณี อาจยกเว้นการขอความยินยอมจากผู้ปกครอง เช่น งานวิจัยที่สำรวจพฤติกรรมเด็กที่ถูกทำร้ายหรือความรุนแรงจากที่บ้านหรือครอบครัว เพราะอาจไม่ได้ผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือหรือให้ความร่วมมือได้

จากหลักปฏิบัติ Belmont ทั้ง 3 ข้อ ในการออกแบบงานวิจัยตั้งแต่ต้นควรคำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัยทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การออกแบบงานวิจัย การเก็บข้อมูล และการเขียนรายงาน เช่น การออกแบบสอบถาม การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง วิธีการติดต่อ และเมื่อเขียนรายงานทำอะไรที่จะป้องกันไม่ให้ข้อมูลหลุดออกไป ขอให้หม่อมมองบางประเด็นเกี่ยวกับงานวิจัยดังนี้ งานวิจัยเชิงปริมาณ ควรใช้ขนาดตัวอย่างให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะถ้ามองในเชิงจริยธรรม การวิจัยถ้ามากเกินไปจะเป็นการรบกวนและเสียเวลา ให้เลือกมากพอที่จะมีความน่าเชื่อถือ ฉะนั้น ไม่ได้แปลว่ากลุ่มตัวอย่างยิ่งมากยิ่งดี ส่วนงานวิจัยเชิงคุณภาพ จะไม่เน้นจำนวนผู้ให้ข้อมูล ต้องระบุคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลให้ละเอียด ชัดเจน แต่ในบางกรณีที่ไม่สามารถระบุในข้อเสนอโครงการวิจัยที่ส่งให้กรรมการพิจารณาได้ อาจระบุไว้ว่า เก็บข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว ซึ่งส่วนใหญ่ที่ส่งให้คณะกรรมการพิจารณา มาจากโครงร่างหรือข้อเสนองานวิจัยที่ไปขอทุน วิธีการดำเนินการวิจัยบางครั้งอาจมีข้อมูลไม่ละเอียดพอที่จะให้กรรมการวินิจฉัย ดังนั้น ควรใส่รายละเอียดกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจนว่าขอข้อมูลเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากใคร วิธีการติดต่อโดยตรงหรือไม่ แล้วมีการขอความยินยอมหรือไม่ ต้องมีรายละเอียดมากกว่า โครงร่างทั่วไป ข้อที่ควรระวังในการสัมภาษณ์คือ ประเด็นคำถามที่อ่อนไหว เรื่องที่ทำให้เศร้าใจ ก่อให้เกิดความเสียหายทางจิตใจ ประเด็นคำถามที่ทารุณทางจิตใจ เช่น การถูกล่วงละเมิดทางเพศ ถูกทำร้าย ความเชื่อที่เปี่ยงเบนความเชื่อของคนในสังคม ดังนั้น วิธีการเก็บข้อมูลควรหลีกเลี่ยงการสนทนากลุ่ม (focus group) เพราะอาจจะทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยหรือไม่สะดวกที่จะพูดได้ ผู้วิจัยควรรักษาจิตใจ หรือให้คำแนะนำ ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เหมาะสม

ขั้นตอนการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนเพื่อขอใบรับรอง ระยะเวลาดำเนินการพิจารณาขึ้นอยู่กับเอกสารที่ยื่นต้องมีรายละเอียดครบถ้วนเพื่อให้คณะกรรมการพิจารณา มีแบ่งการพิจารณาเป็น 3 กรณี

1. กรณียกเว้น (exempt) เป็นงานวิจัยที่ความเสี่ยงน้อยมาก ไม่มีสุ่มเสี่ยง ไม่ต้องมีการระบุตัวบุคคล เป็นคำถามทั่วไป เช่น การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนการสอนปกติ งานวิจัยที่ใช้วิธีเฝ้าสังเกตและจดบันทึกหรือมาจากฐานข้อมูลสาธารณะ จะใช้เวลาพิจารณาไม่นาน ใช้กรรมการ 1-2 คน แจ้งผลภายใน 7 วันทำการ

2. กรณีลดขั้นตอน (expedited) คือ มีความเสี่ยงไม่มากกว่าที่พบในชีวิตประจำวัน งานวิจัยที่ต้องระบุตัวตนแต่ข้อมูลไม่มีสุ่มเสี่ยง ใช้กรรมการ 2-3 คน แจ้งผลภายใน 10 วันทำการ หรือ 2 สัปดาห์

3. กรณีเต็มขั้นตอน (full board) พิจารณาโดยใช้กรรมการทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน มีความเสี่ยงมาก มักเป็นงานวิจัยในคนที่เป็นกลุ่มเปราะบาง หรือมีกระบวนการวิจัยที่อาจก่ออันตราย ใช้เวลาไม่เกิน 6 สัปดาห์ แจ้งผลการพิจารณาภายใน 2 สัปดาห์หลังการประชุมคณะกรรมการ

หลักเกณฑ์การพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน

1. วัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานสอดคล้องกัน  
2. มีความเป็นธรรมในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีการบังคับและให้อิสระในการตัดสินใจ หรือชักจูงอย่างไม่เหมาะสมให้สมัครเข้าร่วมการวิจัย

3. การคัดเลือกผู้เข้าร่วมโดยดูที่ความเหมาะสม โดยเฉพาะยังเป็นกลุ่มเปราะบางด้วย มีเหตุผลสนับสนุนเพียงพอในการนำกลุ่มเปราะบางเข้าร่วมโครงการวิจัยและมีวิธีการป้องกันอันตราย

4. ไม่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ ต้องให้ประโยชน์และให้ข้อมูลรายละเอียดแก่กลุ่มตัวอย่าง

5. มีการรักษาความลับเกี่ยวกับข้อมูลของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยไม่ให้รั่วไหล เป็นต้น ที่สำคัญ เอกสารให้ความยินยอมต้องเรียบร้อย มีรายละเอียดครบถ้วนที่ทำให้เข้าใจโครงการ ไม่มีศัพท์วิชาการ ภาษาอังกฤษ เช่น กรณีที่มีของที่ระลึกมอบให้หรือมีค่าตอบแทนเมื่อมาร่วมโครงการ หรือถ้าไม่มีก็ควรระบุให้ชัดว่าในการร่วมงานวิจัยไม่มีค่าใช้จ่ายและไม่มีการตอบแทนจึงขอความอนุเคราะห์เวลาในการให้ความร่วมมือ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อพึงปฏิบัติของนักวิจัยคือ

- ระหว่างการยื่นขอจริยธรรมวิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยได้ต้องรอให้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยก่อน หรือถ้าโครงการไหนเริ่มดำเนินการไปแล้วไม่สามารถยื่นขอใบรับรองจริยธรรมวิจัยได้

- รายการเอกสารที่ต้องยื่นประกอบการพิจารณา เช่น บันทึกข้อความแจ้งความประสงค์ยื่นเสนอโครงการเพื่อขอรับการพิจารณาด้านจริยธรรม ใบคำขอรับการพิจารณาจริยธรรม เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย หนังสือยินยอมของกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย แผนการดำเนินงาน ประวัติผู้วิจัยและคณะผู้วิจัย ข้อเสนอโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ จำนวน 8 -10 หน้า ประกอบด้วยชื่อโครงการภาษาไทยและอังกฤษ ความสำคัญและที่มาของปัญหา การทบทวนวรรณกรรม วัตถุประสงค์และขอบเขตของโครงการวิจัย กระบวนการวิจัยและขั้นตอนการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย เกณฑ์การคัดเลือกและเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับโครงการวิจัย เป็นต้น โดยห้ามลบข้อความหรือปรับแก้แบบฟอร์มควรกรอรายละเอียดของโครงการให้ครบถ้วนมากที่สุด

- การออกใบรับรองมีกำหนดเวลา เช่น โครงการวิจัย กำหนดระยะเวลา 8 เดือน ใบรับรองที่คณะกรรมการออกให้มียอายุ 1 ปี หากโครงการไม่แล้วเสร็จในส่วนขอเรื่องการเก็บข้อมูล ดังนั้นก่อนใบรับรองหมดอายุต้องยื่นขอต่อใบรับรอง ยกเว้นยังเหลือในส่วนกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลและตีพิมพ์ไม่ต้องขอต่ออายุใบรับรอง หรือเมื่อเกิดเหตุไม่พึงประสงค์ต้องรายงานต่อคณะกรรมการโดยผู้วิจัยจะต้องใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มตัวอย่าง หนังสือยินยอมของกลุ่มตัวอย่าง และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น

- เมื่อจบโครงการวิจัยต้องส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย เช่น โครงการนี้มีกำหนดระยะเวลาเปิด-ปิด การเก็บข้อมูลเป็นไปตามกำหนดที่วางหรือไม่ มีเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์หรือไม่ มีเนื้อความไม่ยาวมากอาจจะมีเพียงหน้าเดียวก็ได้

ประกาศคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.) บังคับว่า ในการขอตำแหน่งทางวิชาการ เช่น ศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนต้องได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยจึงจัดตั้งคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ชุดที่ 2 กลุ่มสายสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ขึ้น ก่อนหน้านั้น การทำวิจัยสายสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ไม่ได้มีการบังคับ แต่จะเน้นทางสายแพทยศาสตร์เพราะมีกฎบังคับของแพทยสภา หรือทันตแพทย์ สัตวแพทย์ ซึ่งมีกฎทางวิชาชีพบังคับอยู่ว่า การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคนต้องผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

จากประกาศ ก.พ.อ. ได้ระบุให้มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งกำหนดค่านิยามว่า “การวิจัยในคนคืออะไร” ขณะนี้ ส่วนกลางของมหาวิทยาลัยอยู่ระหว่างการร่างประกาศหรือระเบียบข้อบังคับที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวข้องกับจริยธรรมการวิจัยในคน มีการคิดจำกัดความง่ายๆ เพื่อดูว่างานวิจัยของท่านถือว่าเป็น การวิจัยในคนหรือไม่ โดยใช้คำถาม 2 ข้อด้วยกัน

ข้อที่หนึ่ง ในการเก็บข้อมูลการวิจัย ท่านต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนหรือไม่ คำว่าปฏิสัมพันธ์กับคน หมายถึง การพบหน้า การสัมภาษณ์ การพูดคุย การใช้แบบสอบถาม การสังเกตพฤติกรรม ถือว่ามี การปฏิสัมพันธ์กับคนทั้งสิ้น หรือแม้แต่การส่งอีเมลล์ หรือ Chat ก็ถือว่ามีปฏิสัมพันธ์และเป็นการวิจัย ในคน

ข้อที่สอง หัวข้อที่ท่านวิเคราะห์มีประเด็นข้อมูลส่วนบุคคลหรือไม่ ข้อมูลส่วนบุคคลในที่นี้ก็คือ ชื่อ นามสกุล อายุ เพศ พฤติกรรม ความคิดเห็น รายได้ต่างๆ ของบุคคล หรือแม้แต่บุคคลสาธารณะ ซึ่งหากเป็นข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล ต้องถือว่าเป็นงานวิจัยในคน

ส่วนงานวิจัยที่ไม่มีข้อมูลส่วนบุคคล เช่น งานวิจัยที่ดูผลกำไรของบริษัท ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับนิติ บุคคล งานวิจัยที่เก็บข้อมูล รายงานประจำปีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่เผยแพร่ใน เว็บไซต์ โดยทำการศึกษาผลกำไร ขาดทุนของบริษัท ซึ่งวิธีการได้มาหรือเก็บข้อมูลส่วนใหญ่มาจากการดาวน์โหลดข้อมูลจากฐานข้อมูลทั่วไปและสิ่งทีวิเคราะห์ไม่เกี่ยวกับบุคคล เช่น ข้อมูลกำไร ขาดทุน ข้อมูลทางบัญชีของบริษัทเป็นงานวิจัยที่ไม่มีการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับคน หรือเป็นงานวิจัยในเชิง ประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคคลในประวัติศาสตร์ถือว่าไม่มีการวิจัยในคน ทั้งหมดนี้ เป็นการวินิจฉัยเบื้องต้น แต่ผู้ที่จะทำการพิจารณาผลงานในการขอตำแหน่งตามประกาศ ก.พ.อ. ขึ้นอยู่กับเสียงวินิจฉัยสูงสุดคือ วุฒยาจารย์

หากคิดว่างานวิจัยไม่ได้เป็นงานวิจัยในคน แล้วไม่ได้ขอตั้งแต่แรก จะขอย้อนหลังไม่ได้ เพราะหลักจริยธรรมวิจัยในคนนั้น เราจะมีพิจารณาทบทวนเพื่อป้องกัน และปกป้องสิทธิของคนที อาจถูกผลกระทบ ดังนั้น ถ้าท่านกระทบบุคคลนั้นไปแล้ว ทางคณะกรรมการฯ ก็ไม่สามารถทักท้วง หรือขอให้ทบทวนวิธีการใดๆ และไม่สามารถพิจารณาหรือให้คำรับรองได้

สาเหตุของการเกิดจริยธรรมการวิจัยในคนนั้นมีที่มาจากทางการแพทย์ ซึ่งเป็นผลมาจากการ ทดลองและการวิจัยในคน เกิดขึ้นสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ในค่ายกักกันของนาซี ประเทศเยอรมนี โดยได้มีการนำเชลยสงครามมาทำการทดลองที่โหดร้ายและทารุณจนทำให้มีคนเสียชีวิตจากการ ทดลองจำนวนมาก หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดการไต่สวนและพิจารณาคดีโดยศาลที่ Nuremberg มีคณะกรรมการในการพิจารณาคดีของแพทย์และนักวิทยาศาสตร์ที่ทำการทดลองซึ่ง ตัดสินว่ามีความผิดจริงและโดนโทษประหารชีวิต หลังจากนั้น ได้มีกฎ Nuremberg Code ปี 1947 ระบุว่า ในการทดลองทางวิทยาศาสตร์ คนที่จะนำมาเป็นผู้ร่วมการทดลอง (participant) ต้องยินยอม และไม่สามารถบังคับคนให้มากระทำการต่างๆ หรือทำการทดลองได้ ซึ่งก็ถือว่าเป็นกฎข้อแรกของ จริยธรรมการวิจัย และในปี 1964 เกิด Declaration of Helsinki เป็นแนวปฏิบัติในงานวิจัย การแพทย์ว่า ผู้ที่เป็นแพทย์จะทำการทดลอง ต้องปฏิบัติตามข้อบังคับ ขออนุญาต และขออนุมัติการ พิจารณาซึ่งเป็นไปตามกฎ Nuremberg Code

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในช่วงระหว่างปี 1932-1972 มีการวิจัยซีฟิลิสที่ทศคีซึ่งทดลองกับผู้ป่วยที่เป็นโรคซีฟิลิส โดยทำการรักษาพัฒนาการของโรค แต่ไม่ได้ให้การรักษา จนทำให้เกิดผู้เสียชีวิตขึ้น จนในปี 1970 แม้จะได้พบวิธีการรักษาแล้วแต่ก็ไม่ดำเนินการ จนเกิดเรื่องอื้อฉาว หนังสือพิมพ์ได้นำมาเปิดโปง คนทั้งประเทศต่างก็วิพากษ์วิจารณ์ เนื่องจากโครงการนี้ได้รับทุนการวิจัยจากรัฐบาลและเป็นที่มาของพระราชบัญญัติ National Research Act ในปี 1974 ที่สหรัฐอเมริกา ได้ตั้งคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อกำหนดมาตรฐานการวิจัยในคนและทำการศึกษา ในปี 1979 มีบทสรุปออกมาเรียกว่า Belmont Report คณะกรรมการรับรองจริยธรรมวิจัยทั่วโลกล้วนอ้างอิงหลักการใน Belmont Report ทั้งสิ้น ซึ่งมีหลักๆ 3 ข้อ ได้แก่ เคารพในบุคคล (respect for persons) ให้ประโยชน์ (beneficence) และเป็นธรรม (justice)

มีการยกตัวอย่างการวิจัยทางจิตวิทยาและสังคมศาสตร์ที่ถูกวิจารณ์ด้านจริยธรรม งานวิจัยด้านจิตวิทยาคือ งานวิจัยการทำตามคำสั่งของ Milgram ในปี 1963 ซึ่งมีหลักคิดมาจากนาซี โดยนักจิตวิทยาต้องการศึกษาว่า ที่ทหารนาซียอมก่ออาชญากรรมร้ายแรงเป็นเพราะทำตามคำสั่งหรือไม่ หรือถ้ามนุษย์ถูกสั่งโดยไม่มีทางเลือก มนุษย์จะยินยอมทำเรื่องที่ร้ายแรงหรือไม่ โดยอาสาสมัคร 2 คน จับฉลากเลือกว่าเป็นครูหรือนักเรียน และผู้ทดลองบอกกับอาสาสมัครว่า เป็นการทดลองวิจัยเกี่ยวกับการเรียนรู้ของมนุษย์ว่ามนุษย์จะเรียนรู้ดีขึ้นหรือไม่หากรู้ว่าไม่มีวิธีการลงโทษหากตอบผิดด้วยวิธีการกระตุ้นบางอย่าง เช่น ลงโทษด้วยการช็อตด้วยไฟฟ้า เป็นต้น

งานวิจัยด้านสังคมศาสตร์เป็นเรื่องเกี่ยวกับทางเพศ ซึ่งได้พิมพ์หนังสือออกมาชื่อ Tearoom Trade ปี 1970 ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์ของชายรักร่วมเพศในห้องน้ำสาธารณะ เช่น ห้องน้ำตามร้านอาหารในบาร์ โดยใช้วิธีการตีสนิท พูดคุยกับชายรักร่วมเพศ และแอบจดเลขทะเบียนรถเพื่อตามไปดูพื้นเพ และสัมภาษณ์บุคคลที่ได้สังเกตพฤติกรรมที่บ้าน โดยบอกว่ามาสำรวจด้านสาธารณสุข เกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์ในประเด็นจริยธรรมอย่างมาก เพราะถือว่าการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและหลอกลวง เนื่องจากอ้างว่า สอบถามเกี่ยวกับสุขภาพ เพราะถ้าบอกตรงๆ อาจจะไม่ได้รับข้อมูลที่ต้องการ

หลักจริยธรรม Belmont มีหลักอยู่ 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่หนึ่ง เคารพในบุคคล (respect for persons) คือการเคารพในสิทธิส่วนบุคคล มีอยู่ 2 ด้านที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึง คือ (1) สิทธิในการไม่ถูกบังคับให้เข้าร่วมงานวิจัย และ (2) สิทธิในความเป็นส่วนตัวคือ นักวิจัยต้องไม่ละเมิดสิทธิส่วนตัว มีการเข้าร่วมด้วยวิธีการสมัครใจ จึงเป็นที่มาของการขอความยินยอมในการให้ข้อมูลหรือเรียกว่า informed consent ฉะนั้น การขอจริยธรรมการวิจัยจะต้องแนบเอกสารข้อมูล (information sheet) ต้องให้ข้อมูลอย่างชัดเจนว่าวิจัยอะไร เพื่ออะไร มีประโยชน์อย่างไร โดยผู้เข้าร่วมฯ ต้องทำอะไบบ้าง มีหัวข้อประมาณไหน นานเท่าไร ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงศัพท์วิชาการและภาษาอังกฤษ จะมีการบันทึกภาพหรือเสียงหรือไม่ หลังจากวิจัยเสร็จแล้วจะเก็บไว้หรือทำลาย โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยต้องมีอิสระในการตัดสินใจ ไม่ควรใช้อิทธิพลหรืออำนาจข่มขู่ หรือใช้วิธีการจูงใจจนทำให้ผู้เข้าร่วมขาดอิสระในการตัดสินใจ เมื่อไรก็ตามที่ผู้เข้าร่วมการวิจัยเกิดความไม่สบายใจ หรือไม่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยากตอบ ก็มีสิทธิไม่ตอบคำถามหรือถอนตัวเมื่อใดก็ได้โดยไม่ต้องบอกเหตุผล จะไม่มีผลเสียใดๆ ทั้งสิ้น วิธีการให้ความยินยอมนั้นทำได้หลายวิธี แบบมาตรฐานคือ ลงนามในเอกสาร ยินยอมด้วยวาจา เช่น เป็นชาวบ้านที่ไม่ถนัดการเขียน ก็มีวิธีการยินยอมด้วยวาจาได้ และอีกวิธีหนึ่งคือ การให้ความยินยอมโดยวิธีการปฏิบัติ เช่น การให้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ ไม่มีการบังคับถ้าผู้ร่วมวิจัยไม่ยินยอมให้ข้อมูลก็อาจจะไม่ตอบแบบสอบถามได้

การทำขอยกเว้นการลงนามในเอกสารให้ความยินยอมได้ในกรณีงานวิจัยเป็นวิธีสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มคน ไม่มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล หรือเป็นแบบสอบถามที่ไม่ระบุชื่อผู้ตอบและไม่มีการเก็บข้อมูลที่ระบุตัวตน การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ การตอบแบบสอบถามออนไลน์ ก็สามารถทำบันทึกขอยกเว้นการลงนามในเอกสารความยินยอมได้ แต่ด้วยจริยธรรมการวิจัย เราต้องอธิบายให้ชัดเจนว่า งานวิจัยนั้นเกี่ยวกับอะไร ให้ข้อมูลต่อผู้เข้าร่วมการวิจัยเพื่อให้ความยินยอมเพียงแต่ผู้เข้าร่วมไม่ต้องลงชื่อ เป็นลายลักษณ์อักษร และเคารพความเป็นส่วนตัวและรักษาความลับไม่เปิดเผยชื่อผู้เข้าร่วมการวิจัย ไม่แสดงข้อมูลที่จะทำให้ระบุตัวตนของผู้เข้าร่วมการวิจัย เช่น ภาพถ่าย มีการขออนุญาตก่อนบันทึกภาพหรือเสียง ปกติไม่แนะนำให้มีการถ่ายรูป เพราะไม่ได้มีการนำภาพถ่ายมาวิเคราะห์ ซึ่งผู้เข้าร่วมการวิจัยอาจขอให้ลบภาพหรือเสียงบางส่วนได้ โดยต้องมีการรักษาความลับของข้อมูลที่เก็บ เช่น มีรหัสผ่านในการเข้าถึงไฟล์ เป็นต้น

ข้อที่สอง Beneficence คือ งานวิจัยต้องให้ประโยชน์ ไม่ให้โทษ หรือก่ออันตรายต่อผู้เข้าร่วมการวิจัย ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยต้องมากกว่าความเสี่ยง มีการประเมินความเสี่ยงและพยายามลดความเสี่ยง เช่น งานวิจัยการออกกำลังกายในผู้สูงอายุ ต้องดูกิจกรรมที่ไม่เสี่ยง ต้องระวังไม่ให้เกิดอุบัติเหตุขึ้น หรือมีการเตรียมรถพยาบาลไว้ด้วย และพยายามเพิ่มประโยชน์ให้กับผู้เข้าร่วมการวิจัย เช่น อาจมีของที่ระลึกให้ หรือมีการให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมการวิจัย

วิธีการประเมินความเสี่ยงมี 4 ข้อ ได้แก่

1. ทางกายต้องไม่ได้รับอันตรายต่อร่างกายหรือต่อสุขภาพ
2. ทางจิตใจว่าคำถามกระทบกระเทือนต่อจิตใจหรืออารมณ์
3. ทางสังคมว่าทำให้เสียชื่อเสียง ถูกรังเกียจ เสียเวลา คือทำอย่างไรที่จะไม่รบกวนเวลามากเกินไป ยกตัวอย่างงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศ การใช้ยาเสพติดหรือผู้ติดเชื้อเอดส์ หากข้อมูลถูกเปิดเผยไปอาจทำให้เสียชื่อเสียงหรือถูกรังเกียจ หรือการสัมภาษณ์แรงงานผิดกฎหมาย หากข้อมูลถูกเปิดเผยอาจทำให้ถูกจับได้

4. ทางเศรษฐกิจ ช่วยค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการวิจัย เช่น มีค่ารถ ค่าเดินทาง และค่าเสียโอกาสในการทำงานหรือเสียโอกาสการจ้างงาน เป็นต้น

ข้อที่สาม Justice คือ งานวิจัยต้องเป็นธรรม มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธรรม ไม่แสวงหาประโยชน์จากกลุ่มเปราะบางที่ไม่สามารถปกป้องผลประโยชน์จากตัวเองได้ ควรเลือกบุคคลกลุ่มทั่วไวก่อนกลุ่มเปราะบาง หมายถึง กลุ่มคนที่มีความบกพร่องหรืออ่อนด้อยด้านร่างกาย จิตใจ ความรู้สติปัญญา กลุ่มคนที่ไม่สามารถตัดสินใจเองได้ หรือผู้ที่บกพร่องทางสติปัญญา กลุ่มคนที่มีอำนาจเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อรองต่ำ กลุ่มที่มีความเสี่ยงที่จะได้รับอันตราย กลุ่มเปราะบางมี 17 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ป่วยโรคทางจิตเวช (2) เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี (3) ผู้สูงอายุที่มีความจำบกพร่อง (4) ผู้ป่วยสมองเสื่อม (5) บริกรในสถานบันเทิงยามราตรีและสถานอาบอบนวด (6) ผู้บกพร่องทางสติปัญญา/ผู้มีสมาธิสั้น (7) ผู้ป่วยโรคติดเชื้อมาก (8) ชนกลุ่มน้อยต่างเชื้อชาติและ/หรือศาสนา (9) ผู้ต้องขัง/ผู้ต้องหา/จำเลยในคดีอาญา (10) นักพนัน/บริกรในสถานเล่นการพนัน (11) ผู้พิการ (12) ชาย/หญิงบริการทางเพศ (13) ผู้มีเพศทางเลือก (14) สตรีมีครรภ์ (15) ผู้อพยพ/ผู้พลัดถิ่น/แรงงานข้ามชาติ (16) ทหารเกณฑ์ (17) ผู้ติดยาเสพติด ดังนั้น หากจะเลือกใช้กลุ่มเปราะบาง ซึ่งในแบบฟอร์มขอรับรองจริยธรรมการวิจัยจะมีการให้ระบุว่า งานวิจัยมีกลุ่มเปราะบางหรือไม่ ก็ต้องมีการพิจารณาเป็นบางกรณี ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานวิจัย เช่น งานวิจัยการเลือกซื้อของหญิงตั้งครรภ์ ก็ถือว่าเป็นงานวิจัยที่ไม่เกิดความเสี่ยง กรณีจำเป็นต้องทำวิจัยในกลุ่มเปราะบาง ก็ต้องเขียนอธิบายเหตุผลความจำเป็นอย่างชัดเจนว่า เพราะอะไร มีการประเมินความเสี่ยง และระบุมাত্রการลดความเสี่ยง เช่น ไม่เก็บชื่อ ไม่ระบุตัวตน ไม่เผยแพร่ข้อมูล กรณีที่เป็นเด็ก ต้องขอความยินยอมจากผู้ปกครอง เช่น อายุต่ำกว่า 7 ปี ต้องมีการขอความยินยอมจากผู้ปกครองแต่ไม่ต้องขอความพร้อมใจจากเด็ก หากเด็กอายุ 7-12 ปี ต้องขอความพร้อมใจจากเด็กและขอความยินยอมจากผู้ปกครองด้วย ถ้าเด็กมีอายุ 13-17 ปี เริ่มมีความรับรู้เข้าใจมากขึ้น ตัดสินใจเองได้แต่ถือเป็นผู้เยาว์ในทางกฎหมายก็ต้องขอความยินยอมจากเด็กและผู้ปกครอง แต่ในบางกรณี อาจยกเว้นการขอความยินยอมจากผู้ปกครอง เช่น งานวิจัยที่สำรวจพฤติกรรมเด็กที่ถูกทำร้ายหรือความรุนแรงจากที่บ้านหรือครอบครัว เพราะอาจไม่ได้ผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือหรือให้ความร่วมมือได้

จากหลักปฏิบัติ Belmont ทั้ง 3 ข้อ ในการออกแบบงานวิจัยตั้งแต่ต้นควรคำนึงถึงหลักจริยธรรมการวิจัยทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การออกแบบงานวิจัย การเก็บข้อมูล และการเขียนรายงาน เช่น การออกแบบสอบถาม การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง วิธีการติดต่อ และเมื่อเขียนรายงานทำอะไรที่จะป้องกันไม่ให้ข้อมูลหลุดออกไป ขอให้หมั่นมองบางประเด็นเกี่ยวกับงานวิจัยดังนี้ งานวิจัยเชิงปริมาณ ควรใช้ขนาดตัวอย่างให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะถ้ามองในเชิงจริยธรรม การวิจัยถ้ามากเกินไปจะเป็นการรบกวนและเสียเวลา ให้เลือกมากพอที่จะมีความน่าเชื่อถือ ฉะนั้น ไม่ได้แปลว่ากลุ่มตัวอย่างยิ่งมากยิ่งดี ส่วนงานวิจัยเชิงคุณภาพ จะไม่เน้นจำนวนผู้ให้ข้อมูล ต้องระบุดูคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลให้ละเอียด ชัดเจน แต่ในบางกรณีที่ไม่สามารถระบุในข้อเสนอโครงการวิจัยที่ส่งให้กรรมการพิจารณาได้ อาจระบุไว้ว่า เก็บข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว ซึ่งส่วนใหญ่ที่ส่งให้คณะกรรมการพิจารณา มาจากโครงร่างหรือข้อเสนองานวิจัยที่ไปขอทุน วิธีการดำเนินการวิจัยบางครั้งอาจมีข้อมูลไม่ละเอียดพอที่จะให้กรรมการวินิจฉัย ดังนั้น ควรใส่รายละเอียดกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจนว่าขอข้อมูลจากใคร วิธีการติดต่อโดยตรงหรือไม่ แล้วมีการขอความยินยอมหรือไม่ ต้องมีรายละเอียดมากกว่าโครงร่างทั่วไป ข้อที่ควรระวังในการสัมภาษณ์คือ ประเด็นคำถามที่อ่อนไหว เรื่องที่ทำให้เศร้าใจ ก่อให้เกิดความเสี่ยงทางจิตใจ ประเด็นคำถามที่ทารุณทางจิตใจ เช่น การถูกล่วงละเมิดทางเพศ ถูกทำ

ร้าย ความเชื่อที่เปี่ยงเบนความเชื่อของคนในสังคม ดังนั้น วิธีการเก็บข้อมูลควรหลีกเลี่ยงการสนทนาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่ม (focus group) เพราะอาจจะทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยหรือไม่สะดวกใจที่จะพูดได้ ผู้วิจัยควรรักษาจิตใจ หรือให้คำแนะนำ ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เหมาะสม

ขั้นตอนการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนเพื่อขอใบรับรอง ระยะเวลาดำเนินการพิจารณาขึ้นอยู่กับเอกสารที่ยื่นต้องมีรายละเอียดครบถ้วนเพื่อให้คณะกรรมการพิจารณา มีแบ่งการพิจารณาเป็น 3 กรณี

1.กรณียกเว้น (exempt) เป็นงานวิจัยที่ความเสี่ยงน้อยมาก ไม่มีสุ่มเสี่ยง ไม่ต้องมีการระบุตัวบุคคล เป็นคำถามทั่วๆ ไป เช่น การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนการสอนปกติ งานวิจัยที่ใช้วิธีเฝ้าสังเกตและจดบันทึกหรือมาจากฐานข้อมูลสาธารณะ จะใช้เวลาพิจารณาไม่นาน ใช้กรรมการ 1-2 คน แจ้งผลภายใน 7 วันทำการ

2.กรณีลดขั้นตอน (expedited) คือ มีความเสี่ยงไม่มากกว่าที่พบในชีวิตประจำวัน งานวิจัยที่ต้องระบุตัวตนแต่ข้อมูลไม่มีสุ่มเสี่ยง ใช้กรรมการ 2-3 คน แจ้งผลภายใน 10 วันทำการ หรือ 2 สัปดาห์

3.กรณีเต็มขั้นตอน (full board) พิจารณาโดยใช้กรรมการทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน มีความเสี่ยงมาก มักเป็นงานวิจัยในคนที่เป็นกลุ่มเปราะบาง หรือมีกระบวนการวิจัยที่อาจก่ออันตราย ใช้เวลาไม่เกิน 6 สัปดาห์ แจ้งผลการพิจารณาภายใน 2 สัปดาห์ หลังการประชุมคณะกรรมการ

#### **หลักเกณฑ์การพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน**

- 1.วัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานสอดคล้องกัน
- 2.มีความเป็นธรรมในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีการบังคับและให้อิสระในการตัดสินใจหรือชักจูงอย่างไม่เหมาะสมให้สมัครเข้าร่วมการวิจัย
- 3.การคัดเลือกผู้เข้าร่วมโดยดูที่ความเหมาะสม โดยเฉพาะยังเป็นกลุ่มเปราะบางด้วย มีเหตุผลสนับสนุนเพียงพอในการนำกลุ่มเปราะบางเข้าร่วมโครงการวิจัยและมีวิธีการป้องกันอันตราย
- 4.ไม่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ ต้องให้ประโยชน์และให้ข้อมูลรายละเอียดแก่กลุ่มตัวอย่าง
- 5.มีการรักษาความลับเกี่ยวกับข้อมูลของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยไม่ให้รั่วไหล เป็นต้น ที่สำคัญเอกสาร ให้ความยินยอมต้องเรียบร้อย มีรายละเอียดครบถ้วนที่ทำให้เข้าใจโครงการ ไม่มีศัพท์วิชาการ ภาษาอังกฤษ เช่น กรณีที่มีของที่ระลึกมอบให้หรือมีค่าตอบแทนเมื่อมาร่วมโครงการ หรือถ้าไม่มีก็ควรระบุให้ชัดว่าในการร่วมงานวิจัยไม่มีค่าใช้จ่ายและไม่มีของตอบแทนจึงขอความอนุเคราะห์เวลาในการให้ความร่วมมือ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ข้อพึงปฏิบัติของนักวิจัยคือ

-ระหว่างการยื่นขอจริยธรรมวิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยได้ต้องรอให้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยก่อน หรือถ้าโครงการไหนเริ่มดำเนินการไปแล้วไม่สามารถยื่นขอใบรับรองจริยธรรมวิจัยได้

-รายการเอกสารที่ต้องยื่นประกอบการพิจารณา เช่น บันทึกข้อความแจ้งความประสงค์ยื่นเสนอโครงการเพื่อขอรับการพิจารณาด้านจริยธรรม ใบคำขอรับการพิจารณาจริยธรรม เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย หนังสือยินยอมของกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย แผนการดำเนินงาน ประวัติผู้วิจัยและคณะผู้วิจัย ข้อเสนอโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ จำนวน 8 -10 หน้า ประกอบด้วยชื่อโครงการภาษาไทยและอังกฤษ ความสำคัญและที่มาของปัญหา การทบทวนวรรณกรรม วัตถุประสงค์และขอบเขตของโครงการวิจัย กระบวนการวิจัยและขั้นตอนการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย เกณฑ์การคัดเลือกและเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กับโครงการวิจัย เป็นต้น โดยห้ามลบข้อความหรือปรับแก้แบบฟอร์มควรกรอรายละเอียดของโครงการให้ครบถ้วนมากที่สุด

-การออกใบรับรองมีกำหนดเวลา เช่น โครงการวิจัย กำหนดระยะเวลา 8 เดือน ใบรับรองที่คณะกรรมการออกให้มียอายุ 1 ปี หากโครงการไม่แล้วเสร็จในส่วนขอเรื่องการเก็บข้อมูล ดังนั้นก่อนใบรับรองหมดอายุต้องยื่นขอต่อใบรับรอง ยกเว้นยังเหลือในส่วนกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลและตีพิมพ์ไม่ต้องขอต่ออายุใบรับรอง หรือเมื่อเกิดเหตุไม่พึงประสงค์ต้องรายงานต่อคณะกรรมการโดยผู้วิจัยจะต้องใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มตัวอย่าง หนังสือยินยอมของกลุ่มตัวอย่าง และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น

-เมื่อจบโครงการวิจัยต้องส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย เช่น โครงการนี้มีกำหนดระยะเวลาเปิด-ปิด การเก็บข้อมูลเป็นไปตามกำหนดที่วางหรือไม่ มีเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์หรือไม่ มีเนื้อความไม่ยาวมากอาจจะมีเพียงหน้าเดียวก็ได้

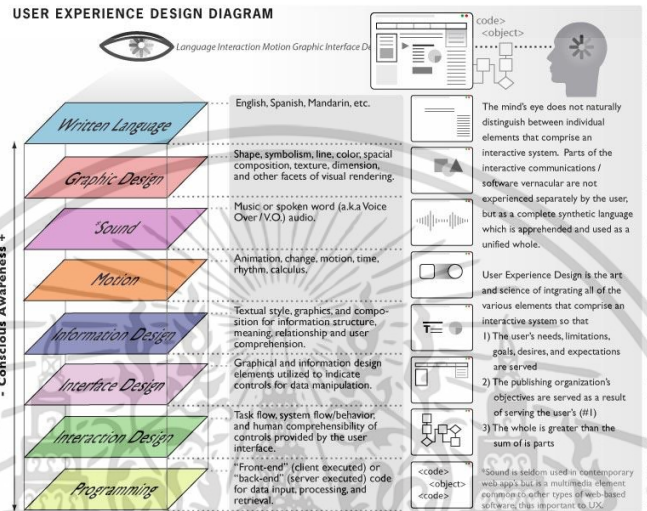
## 2.12 ศึกษาข้อมูล User Experience Design และ User Interface

2.12.1 User Experience หรือที่เรียกว่า UX คือ ประสบการณ์ของผู้ใช้งาน ต่อการใช้งานของผู้ใช้งาน (Usability) และการเข้าถึง (Accessibility) โดยทั่วไปมักจะโยงในความหมายของการใช้งานของระบบงาน ที่มองถึงประสบการณ์การสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้งาน (User) ต่อการใช้งานระบบงาน และต่อ User Interface (UI) ที่ซึ่งจะหมายถึงความง่าย ความยากในการใช้งานของผู้ใช้งาน (Usability) การเข้าถึง (Accessibility) ทั้งที่เป็นรูปแบบของ Web Site, Web Application หรือ Apps เป็นต้น

User Experience Design (UXD) สร้างให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้งาน และรวมถึงประสบการณ์ต่อฟังก์ชันการใช้งานการปฏิสัมพันธ์ของการออกแบบอีกด้วย ซึ่งความสำคัญของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

UX Design ก็คือคำนึงถึงประสบการณ์ของผู้ใช้งาน สิ่ง que ผู้ใช้ (User) ได้รับความ และร้อยเรียงมาเป็นเรื่องราว หรือ Journey ที่เรียกว่า "User Experience" หรือ UX

User Experience Design Diagram ในมุมมองของการออกแบบ User Experience นั้น เป็นศิลปะในการออกแบบ โดยพิจารณาทั้ง ข้อจำกัดของผู้ใช้ เน้นตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่จะให้บริการผู้ใช้ และให้ความสำคัญของภาพใหญ่ มากกว่า แต่ละภาพมารวมกัน ตามในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.54 User Experience Design Diagram

ที่มา : <https://uxdesign.com/> เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2563

**สรุป User Experience Design (UXD)**

User Experience หรือ UX เป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบในทุกๆ ด้านอันจะประกอบไปด้วยมิติต่างๆ ทั้ง Visual Design, Usability, Interaction Design และ Accessibility เพื่อช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานของเราได้อย่างเข้าถึงได้ มีประสบการณ์ที่ดีในการใช้งาน กับระบบ บริการ หรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีการออกแบบที่ให้ความสำคัญของ User Experience Design (UXD)

2.12.2 User Interface แปลเป็นภาษาไทยได้ว่า “ส่วนติดต่อระหว่างผู้ใช้กับระบบ” เป็นส่วนที่เติมเต็ม UX ให้มีความสวยงาม เช่น เรื่องการจัดวางองค์ประกอบ ในด้านการใช้งานเว็บไซต์ก็หมายถึงการแสดงผลทุกอย่าง หรือ หมายถึงหน้าจอสำหรับผู้ใช้งาน เช่น เทคนิคการวางตัวอักษรให้ดูโดดเด่น ช่องว่างระหว่างส่วนประกอบต่างๆ เช่น ปุ่ม Call to Action (CTA) ขนาดฟอนท์ของตัวอักษร เป็นต้น

**2.12.3 ความสำคัญของ UX/UI**

(1) ทำให้เว็บไซต์ใช้งานง่าย ถ้าเราเคยเข้าเว็บไซต์ แล้วรู้สึกว่าการใช้งานยาก หาสิ่งที่ต้องการไม่เจอ หรือหงุดหงิดกับลำดับขั้นตอนในการเข้าไปสู่หน้าเพจต่างๆ ในเว็บไซต์ แม้เว็บไซต์มีความสวยงามหรือไม่มีปัญหา เช่น ช้า หรือ ค้าง แต่กลับรู้สึกขัดใจเวลาใช้งาน แปลว่าเว็บไซต์นั้นไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อคุณได้เห็นไปเก็บไว้เองนั้นเป็นการทำไม่ถูกต้องใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบ UX มาให้ดีขึ้นเอง เพราะถ้าเว็บไซต์มีการออกแบบ UX ที่ดี ผู้ใช้งานก็จะรู้สึกสะดวก ใช้งานง่าย มีประสบการณ์การใช้งานที่ดีต่อเว็บไซต์

(2) เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย การออกแบบ UX จะช่วยจัดวางตำแหน่งช่องค้นหาข้อมูล หรือ Search Engine ได้ง่ายต่อการมองเห็น เช่น ด้านบนของเว็บไซต์ ทำให้ผู้ใช้ใช้งานได้ดีขึ้น

(3) ทำให้เว็บไซต์มีความสวยงาม ถ้าเว็บไซต์มีการออกแบบ UX โดยไม่สนใจ UI หน้าเว็บไซต์ก็จะมีรูปแบบที่ไม่สวยงาม ไม่น่าสนใจ หรืออาจส่งผลต่อการอ่านเนื้อหา เช่น ตัวอักษรอ่านยาก มีขนาดเล็กเกินไป เป็นต้น

(4) ตอบสนองความต้องการผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้มีประสบการณ์การใช้งานที่ดี ผู้ใช้ก็อยากกลับมาใช้งานเว็บไซต์ของเราอีกจุดนี้จะทำให้เราได้เปรียบเว็บไซต์อื่นๆ ที่ไม่ได้ออกแบบ UX และ UI

(5) ทำให้เว็บไซต์น่าเชื่อถือ เว็บไซต์ที่มีการออกแบบทั้ง UX และ UI ย่อมออกมาดูดี ใช้งานง่าย และบ่งบอกถึงความใส่ใจต่อสินค้าและบริการ รวมถึงผู้ใช้งาน ทำให้ดูมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น

UX และ UI เป็นสิ่งที่มีประโยชน์อย่างมากต่อการทำการตลาดออนไลน์ นอกจากนี้ยังช่วยให้สามารถติดต่อประสานงานระหว่างผู้ออกแบบหรือดีไซเนอร์ได้ง่ายขึ้น กล่าวคือ ถ้าออกแบบ UX มาก่อน จะเป็นการกำหนดกรอบว่า UI ที่อยากได้จะมีหน้าตาออกมาแบบไหน ทำให้ทุกฝ่ายทำงานง่ายขึ้น

## 2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รลลดา สาครวิศวะ (2548) ศึกษาเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง โดยกำหนด เป็นผู้ใช้บริการเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ อาจารย์ประจำบัณฑิต นักศึกษามหาบัณฑิต นักศึกษาระดับบัณฑิต และบุคคลทั่วไป พบว่าเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตวิทยาลัย สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบังมีคุณภาพตามเกณฑ์การประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ อยู่ในเกณฑ์ดี และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นอยู่ในระดับดี

นิภาพร ยิ้มสร้อย (2546) วิจัยเรื่อง “การออกแบบเว็บเพจเพื่อการประชาสัมพันธ์กองบัญชาการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า การประเมินประสิทธิภาพเว็บเพจ โดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดีมาก และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในประเด็นเนื้อหาและการออกแบบอยู่ในระดับดี ในด้านเนื้อหาสอดคล้องกับภาพ ความชัดเจนของตัวอักษรภาพช่วยสื่อความหมายให้เข้าใจเนื้อหา ได้ดียิ่งขึ้น ข้อมูลมีความเชื่อมโยงต่อเนื่องและชัดเจน ผู้วิจัยเสนอแนะว่ารูปแบบการนำเสนอเว็บเพจควรทันสมัย อยู่เสมอ เพื่อดึงดูดความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมทั้งในส่วนเนื้อหาของข้อมูลที่มี ประโยชน์และรูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กราฟิก เช่น การใช้ปุ่มกระพริบแทนตัวอักษร การใช้ภาษาแบบเคลื่อนไหว หรือการนำเสนอข้อมูลการฝึกอบรมด้วยภาพวิดีโอ เป็นต้น การจัดทำสถิติของผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บ

ชัชฎาภรณ์ สุขสวัสดิ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ พนักงานบริษัทซีเมนส์ จำกัด (ประเทศไทย) ต่อการสื่อสารในองค์กรโดยใช้ระบบอินทราเน็ต ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากระบบอินทราเน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้ระบบอินทราเน็ตโดยเฉลี่ย 30 นาทีต่อครั้ง และความเฉลี่ย 5 ครั้งต่อสัปดาห์ในส่วนของ การใช้ประโยชน์จากระบบอินทราเน็ต โดยรวมระดับสูง และในส่วนของความพึงพอใจจากระบบอินทราเน็ต พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากระบบอินทราเน็ตในระดับสูง และข้อเสนอแนะที่มีต่อระบบอินทราเน็ต พบว่า ควรปรับปรุงข้อมูลข่าวสารภายในระบบให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ รวมถึงให้ความรู้และคำแนะนำใน การใช้บริการระบบ

เช่น (Chen. 2008 : 1235) ได้ศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์โดยใช้อินเตอร์เน็ต ที่ทำให้วิธีการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข่าวสารเปลี่ยนแปลงไป ข่าวสารสามารถส่งได้ตลอดเวลาและมี ความรวดเร็วรวดเร็ว ไม่มีขีดจำกัด ทุกคนสามารถนำเสนอข่าวได้เอง จนทำให้เกิดโลกใหม่ในทุก วันนี้แต่ข้อเสียคือ ข่าวสารส่งได้ภายในไม่กี่วินาที โดยไม่คำนึงถึงว่าข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ถูกต้อง หรือไม่ การศึกษานี้เป็นการค้นหาถึงความตระหนักการเตรียมความพร้อมต่อผลกระทบในการทำงานการพัฒนาหนทางใหม่ ๆ จากอินเทอร์เน็ต

Gek Woo Tan Kwok Kee Wei (2005) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเว็บเพื่อนำไปสู่ การออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ผู้วิจัยได้สำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อนำไปสู่การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี โดยใช้วิธีการให้แสดงความคิดแล้วนำมาวิเคราะห์ ซึ่งสรุปได้ว่า รูปแบบภายนอกเว็บไซต์ เช่น รูปภาพ เนื้อหา ฯลฯ และระบบนำทางมีผลต่อการปฏิบัติงานของ ผู้ใช้งานเว็บไซต์ จึงจำเป็นต้องออกแบบเว็บไซต์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน

## บทที่ 3

# วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบ ผู้วิจัยได้กำหนดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ

3.2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สำหรับวิธีการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยโดยการใช้วิจัยเชิงคุณภาพ โดยขั้นตอนประกอบด้วย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบสื่อดิจิทัลตลอดจนการวิเคราะห์ถึงลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้อันได้แก่ รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์คือแนวของ Tiantong, M. (2005). คือ การรวบรวมเทคโนโลยี หลายอย่างเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการออกแบบและใช้งานสื่อดิจิทัล เกี่ยวข้องกับสื่อและวิธีการจำนวน 5 ส่วนดังนี้ ข้อความ (Text) เสียง (Sound) ภาพ (Picture) ภาพวีดิทัศน์ (Video) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) แสดงอัตลักษณ์ที่ได้จากวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยพิจารณาจากความเชื่อ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี เครื่องแต่งกาย รวมไปถึงบริบทโดยรอบที่ทำให้ทราบถึงความสำคัญขององค์ประกอบในด้านต่าง ๆ จนสามารถนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูล จนได้โครงสร้างเพื่อหาแนวทางสรุปอัตลักษณ์วัฒนธรรมพื้นเมืองนครศรีธรรมราช ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Leesuwat, W. (1999). แนวคิดเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) ที่สะสมกันมาเป็นเวลานาน ภูมิปัญญานี้มิใช่ความรู้เป็นสิ่งที่สูงกว่าเพราะได้ผ่านการกลั่นกรอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องสะสมมา แต่อดีตจนได้ผลลัพธ์ที่สมบูรณ์กับการใช้สอย สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน แม้จะเป็นเพียงสิ่งธรรมดาสามัญ แต่ถ้าพิจารณาให้ลึกซึ้งแล้วจะเห็นว่า ศิลปะหัตถกรรมหลายชนิด มีตั้งแต่หัตถกรรมที่สร้างขึ้นด้วยกรรมวิธีที่เรียบง่ายไปจนถึงหัตถกรรมที่มีกรรมวิธีที่ซับซ้อน เป้าหมายของกรอบแนวความคิดนี้ อยู่ในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้

### 3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กรณีศึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อดิจิทัลโดยการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต บทความวิชาการ บทความวิจัยวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบสื่อดิจิทัล และศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชจากวัฒนธรรมวิถีชุมชนทอผ้า ลายผ้าของแต่ละชุมชน โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาวิถีชีวิตชุมชนทอผ้า 3 ชุมชน ได้แก่ กลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลายแขน กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค และกลุ่มทอผ้าบ้านเนินธัมมิง จาก ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำชุมชน โดยอาศัยความรู้ ความเข้าใจประวัติศาสตร์ความเป็นมา วิถีชีวิตการทอผ้ายกพื้นเมืองในเขตพื้นที่

### 3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลครั้งนี้โดยใช้ รวบรวมข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามด้วยวิธีการสังเกตการณ์ (Observation) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview)

### 3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth-interview) โดยแนวการสัมภาษณ์ใช้คำถามเชิงลึกแบบปลายเปิดให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล โดยพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการใช้แบบสำรวจพื้นที่ภาคสนาม และการสำรวจข้อมูลความคิดเห็น

### 3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและนำข้อมูลที่ได้จากการขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานและผู้นำชุมชน รวมถึงข้อมูลจากการลงสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น มาทำการจัดลำดับความสำคัญและตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล จนทำการวิเคราะห์ สรุปรูปแบบสื่อดิจิทัล สรุปรูปแบบสื่อดิจิทัล เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่ส่งผลต่อการออกแบบ โดยนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่ารูปแบบสื่อดิจิทัล โดยการถ่ายทอดวัฒนธรรม อัตลักษณ์จังหวัดจากวิถีชุมชนการทอผ้ายก ลวดลายผ้าทอที่เป็นที่นิยม จากการลงพื้นที่นั้นแบ่งกลุ่มลายผ้ายกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลายพันธุ์ไม้ กลุ่มลายสัตว์ กลุ่มลายเรขาคณิต และกลุ่มลายเบ็ดเตล็ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3.2 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ที่ 2 ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการออกแบบคือแนวของ Castillo, N. D. (2009). การคิดแบบ Universal design การออกแบบเพื่อมวลชน ความสำเร็จสำหรับการใช้แนวคิดการออกแบบเพื่อมวลชนสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ของประเทศญี่ปุ่นแสดงให้เห็นว่าการออกแบบเพื่อการใช้งานของทุกคนในสังคมนั้น เป็นแนวคิดที่ควรนำมาประยุกต์ใช้ในสังคมไทยให้มากขึ้น เพราะเป็นการทำให้ทุกคนในสังคมมีโอกาสใช้ชีวิตได้อย่างเท่าเทียมกัน และเป็นปกติสุข จะไม่ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำ และการแบ่งแยกในสังคม นอกจากนี้ยังจะเป็นการลดภาระให้กับสังคมได้ แนวคิดนี้สามารถเป็นจริงได้หากได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย อาทิ ภาครัฐและเอกชน ควรให้การสนับสนุนด้านงานออกแบบที่ครอบคลุมถึงมวลชนทุกคน ผู้ออกแบบในสาขาต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญต่อการออกแบบที่ต้องใช้ความรู้ทักษะพิเศษในการสร้างสรรค์ผลงาน และการออกแบบให้ครอบคลุมถึงมวลชนทุกคนผู้ใช้งานควรต้องศึกษา และทำความเข้าใจการใช้งานอย่างถูกต้อง และมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งของที่เป็นสาธารณะ สุดท้ายมีการติดตามผลการใช้งาน และนำปัญหาไปพัฒนารูปแบบให้ดียิ่งขึ้นต่อไป โดยอยู่ภายใต้แนวคิดหลักการออกแบบของ Yodbangtoei [6] ที่มี 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม เป้าหมายของกรอบแนวความคิดนี้ อยู่ในส่วนของ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยนี้

### 3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กรณีศึกษาผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบ รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

กรณีศึกษาความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยมีประสบการณ์ในการวิเคราะห์และออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล ได้แก่

1. คุณนุรีฮะห์ บูละ นักวิเคราะห์ระบบงานคอมพิวเตอร์ อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
2. อาจารย์ทรงพันธ์ จันทรทอง อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
3. อาจารย์วัลลภา เอ็มเอก อาจารย์ประจำสาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลครั้งนี้โดยแบ่งออกเป็น

#### 3.2.2.1 แบบสอบถาม User Experience ประสบการณ์ของผู้ใช้งานที่ตอบสนองต่อการ

ใช้งานแพลตฟอร์มเว็บไซต์ โดยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth-Interview) และการสัมภาษณ์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบไม่เป็นทางการ User Interface ปัจจัยต่างๆ ที่เชื่อมต่อกับผู้ใช้งานเรื่องของ การออกแบบ สีของ เว็บไซต์, รูปแบบตัวอักษร, ขนาด, สไลด์ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลร่วมกับข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนามที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมาในตอนต้น

3.2.2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตรฐานค่าระดับ (Rating Scale) ของผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล โดยอาศัยทฤษฎี เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล ตามคุณสมบัติของกระบวนการประเมินตาม ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### 3.2.3 การสร้างเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

3.2.3.1 สร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลและลดทลายอัตลักษณ์วัฒนธรรม โดยอาศัยทฤษฎี หลักการที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร บทความ เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลและลดทลายอัตลักษณ์วัฒนธรรม ตามกระบวนการที่ถูกต้องและความเป็นไปได้ เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพที่มีความเหมาะสมสำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลและลดทลายอัตลักษณ์วัฒนธรรม

3.2.3.2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย (Index of item Objective Congruence : IOC) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

(1) ผศ.ดร.สมชาย เซะวิเศษ อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) ผศ.ดร.กฤษณา คิตดี อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) ผศ.ดารานี ธนวัฒน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และข้อเสนอแนะ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- +1 คะแนน สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับเนื้อหา  
 0 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับเนื้อหา  
 -1 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณด้วยสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  หมายถึง คะแนนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยข้อความที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าข้อความนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้ (วิชานาถ ทิวะสิงห์ 2548 : 107)

นำแบบสอบถามและตารางที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### 3.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวของผู้วิจัยเพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลและลดลายอัตลักษณ์วัฒนธรรม เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพ ความสวยงามและตรงกับวัตถุประสงค์ตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ เพื่อนำไปสู่การออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลและลดลายอัตลักษณ์วัฒนธรรมในวัตถุประสงค์ต่อไป โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลและลดลายอัตลักษณ์วัฒนธรรม ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิด Universal Design โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม และนำไปสร้างต้นแบบโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator จากนั้นจึงนำแบบที่ได้ไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลและลดลายอัตลักษณ์วัฒนธรรม คัดเลือก แนะนำ ให้ได้รูปแบบที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลและลวดลายอัตลักษณ์วัฒนธรรมโดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอ้างอิงจากรอบแนวความคิดเพื่อการออกแบบ

1. วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และแปลผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกจากระดับความต้องการ 5 ระดับ ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### 3.3 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ ที่ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ประชากร

#### 3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมกลุ่มทอผ้าเดือน มกราคมถึงพฤษภาคม พ.ศ 2564 จำนวน 297 คน (เฉลี่ยต่อเดือน 33 คน/เดือน)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวของชุมชนทอผ้ากลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลายแขน กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค และกลุ่มทอผ้าบ้านเนินธัมมัง จำนวน 30 ท่าน โดยการใช้การเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบสุ่ม (Random sampling) แนวคิดของ Yamane [8]

#### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน โดยการใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ประเมินตามแบบมาตรฐานค่าระดับ (Rating Scale) ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	เหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	เหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.3.3 การสร้างเครื่องมือวิจัย

3.3.3.1 สร้างแบบสอบถามการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลและลดตายอัตรักษ์วัฒนธรรม เพื่อประยุกต์สู่การออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิด 4Ps ตามกรอบแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 80) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะนำเสนอแก่ตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นกรรมสิทธิ์การใช้ หรือการบริโภคประกอบด้วยทั้งสินค้าและบริการซึ่งแบ่งได้ 3 ระดับ คือ

(1.1) แก่นผลิตภัณฑ์ หมายถึง อรรถประโยชน์หรือผลประโยชน์สำคัญที่ให้ผู้ซื้อ

(1.2) รูปร่างผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อ

(1.3) ประโยชน์เพิ่มของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์ของผู้ซื้อที่จะได้รับนอกเหนือจากประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์

(2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้อยู่ในรูปแบบของตัวเงิน ซึ่งในการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของนักการตลาดนั้นจะมีจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันโดยจะสามารถแยกได้ 3 ประการ คือ การตั้งราคาโดยมุ่งกำไร การตั้งราคาโดยมุ่งที่การขายและการตั้งราคาเพื่อคงไว้ซึ่งฐานะเดิม

(3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมายหรือผู้บริโภคโดยวิธีการจำหน่ายผ่านคนกลางหรืออาจจะจำหน่าย โดยตรงเพื่อให้ไปยังผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารจำหน่ายกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการรับทราบวัตถุประสงค์หรือแนวคิดในการจำหน่าย

3.3.3.2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ และตามกรอบแนวคิดในการวิจัย (Index of item Objective Congruence : IOC) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

(1) ผศ.ดร.สมชาย เศษวิเศษ อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) ผศ.ดร.กฤษณา คิตติ อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) ผศ.ดารานี ธนวัฒน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และข้อเสนอแนะ ดังนี้

+1	คะแนน	สำหรับข้อคำถามที่สอดคล้องกับเนื้อหา
0	คะแนน	สำหรับข้อคำถามที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับเนื้อหา
-1	คะแนน	สำหรับข้อคำถามที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา

จากคะแนนนำผลการพิจารณาคำนวณจากสูตร

โดยข้อคำถามที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้ (วิชานาถ ทิวะสิงห์ 2548 : 107)

### 3.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน จากแบบสอบถามความคิดเห็น จากนั้นนำกลับมาสรุปผลที่ได้ในรูปแบบข้อมูลเชิงปริมาณ

### 3.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

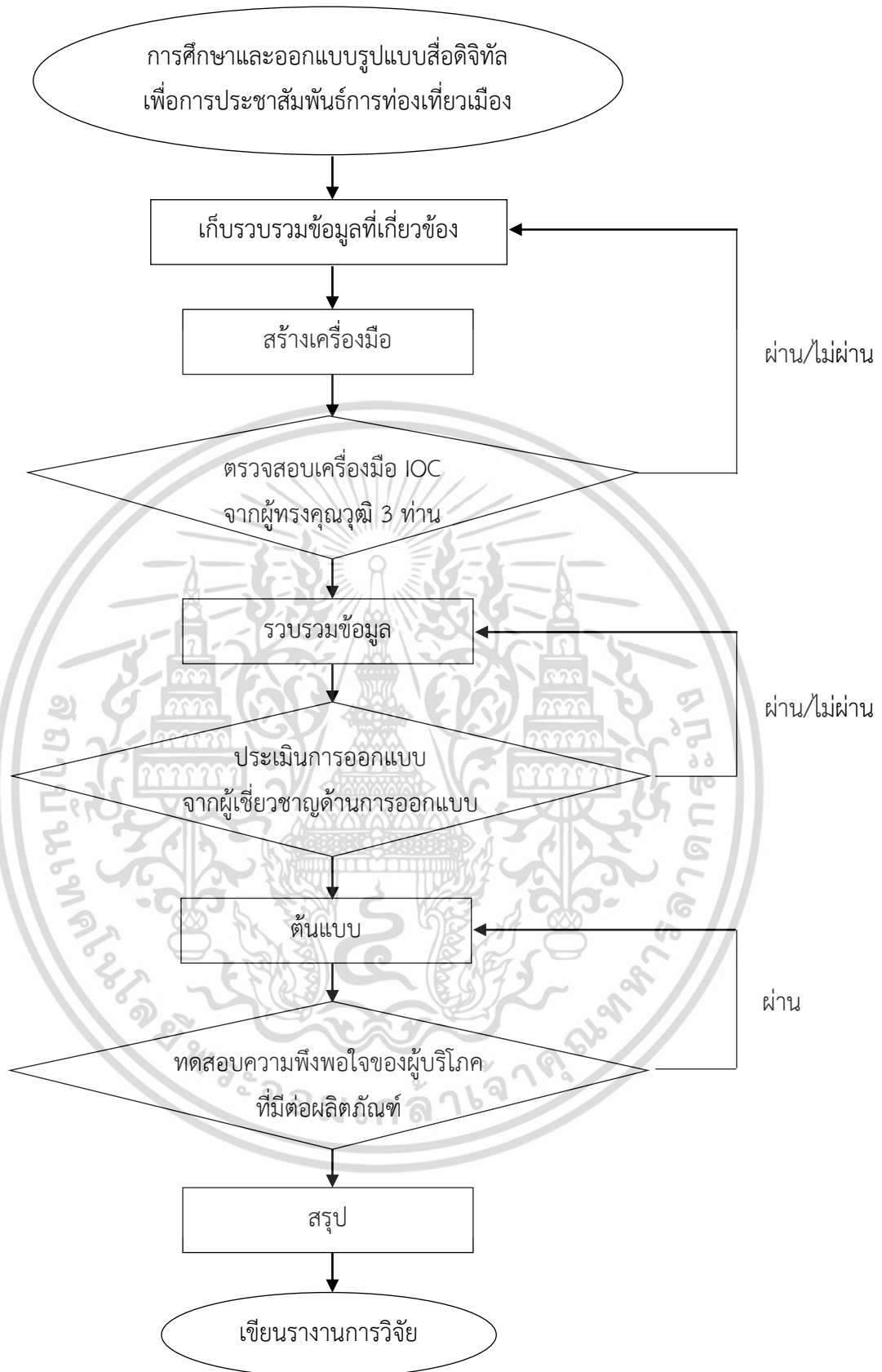
วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิดเพื่อการออกแบบ

1. วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และแปรผลโดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกจากระดับความต้องการ 5 ระดับ ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาสรุปและแปรผลโดยการบรรยาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.1 แสดงแผนผังวิธีการดำเนินการวิจัย

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

# ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย เรื่องการศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละขั้นตอนเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ

4.2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 1. ศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชในการออกแบบ

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการลงพื้นที่ศึกษาวิถีชีวิตชุมชนทอผ้า กลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงปลายแขน กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค และกลุ่มทอผ้าบ้านเนินธัมมัง โดยการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การจดบันทึกข้อมูล เพื่อศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ แสดงอัตลักษณ์ที่ได้จากวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยแบ่งออกได้ ดังนี้ รูปแบบของสื่อดิจิทัล อาชีพ ประเพณีความเชื่อ และเครื่องแต่งกาย ซึ่งได้ผลจากการศึกษา โดยแบ่งข้อมูลได้ดังนี้

#### 4.1.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลที่เหมาะสมการออกแบบ

4.1.1.1 ขั้นตอนการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลที่เหมาะสมกับการออกแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์สรุป โดยศึกษาข้อมูลทั้งจากหนังสือและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อมองหารูปแบบสื่อดิจิทัลที่แสดงอัตลักษณ์ที่น่าสนใจมาออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลจากศักยภาพการรู้ดิจิทัล 4 มิติ

ตารางที่ 4.1 วิเคราะห์รูปแบบสื่อดิจิทัลกับการรู้ดิจิทัล

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
	Audiovisual materials	สื่อโสตทัศน์ วัสดุที่ไม่ตีพิมพ์มีลักษณะเป็นภาพและเสียงที่ช่วยในการศึกษาเรื่องราวต่างๆ ให้เข้าใจได้อย่างรวดเร็วและจดจำสื่อโสตทัศน์มีหลากหลายรูปแบบเปลี่ยนแปลงได้ตามพัฒนาการทางเทคโนโลยี ได้แก่ ซีดี ดีวีดี ซีดีเสียง	4	4	4	3	
	Blogs	พื้นที่บนอินเทอร์เน็ต สำหรับผู้ที่ต้องการนำเสนอบทความ สามารถแบ่งปัน เรื่องราว รูปภาพ รูปถ่าย อันส่งผลประโยชน์ แก่ผู้เข้ารับชม โดยผู้ใช้สามารถที่จะหาผลประโยชน์จากบทความที่ตนเอง เป็นผู้นำเสนอ โดยอาจจะมีการ นำเสนอโฆษณา พร้อมๆ กับการนำเสนอ บทความ ตามความต้องการของผู้ใช้ อย่างอิสระ	5	5	5	5	
	Books	หนังสือ	3	3	2	2	
	Broadcast communications	การสื่อสารออกอากาศ การส่งข้อมูลจากโหนดต้นทางหนึ่งโหนดไปยังโหนดปลายทางทุกโหนดที่ติดต่อกันในลักษณะของการแพร่กระจายข้อมูล แบบ 1 ต่อ ทั้งหมด	1	1	1	1	
	CDs (Compact discs)	อุปกรณ์จัดเก็บข้อมูลที่มีลักษณะภายนอกเป็นวัตถุทรงกลมจากแผ่นพลาสติก อะลูมิเนียมเคลือบด้วยสารสะท้อนแสง ใช้เก็บข้อมูลประเภทรูปภาพ ข้อความ ข่าวสาร เสียง รวมทั้งภาพ เคลื่อนไหวไว้ในแผ่น ซึ่งพร้อมนำมาใช้ และดูได้ทันที ข้อมูลที่ถูกบันทึกลงในแผ่นซีดี	1	1	1	1	
	Cellular radio	โทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์มือถือเป็นการใช้คลื่นวิทยุในการรับ-ส่งเสียงสนทนาหรือข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามลักษณะการใช้งานระบบจะทำงานต่อเมื่อมีผู้ส่งข้อความถึงผู้ใช้ผ่านบริษัทเพจจิงเครื่องคอมพิวเตอร์ของระบบจะส่งข้อมูลผ่านสายพื้นดินไปยังเสาอากาศเสอากาศจะส่งข้อมูลไปยังดาวเทียมเพื่อแพร่ ข้อมูลไปยังเครื่องรับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่	1	1	1	1	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
	Cellular telephone	การส่งผ่านของคลื่นสั้นดิจิทัล ซึ่งผู้ใช้ติดต่อแบบไร้สายจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังสถานีส่งที่ใกล้ที่สุด ช่วงครอบคลุมของสถานีส่ง เรียกว่า cell โดยทั่วไปแล้วโทรศัพท์แบบ cellular จะใช้ในเมืองและถนนหลวง โดยผู้ใช้โทรศัพท์จะย้ายจากเซลล์ หรือพื้นที่ครอบคลุมไปยังอีกเซลล์หนึ่ง และสามารถต่อกับโทรศัพท์ธรรมดาได้ แต่อย่าสับสนระหว่าง cellular telephone กับโทรศัพท์ไร้สาย		1	1	1	
	Chat groups	การสนทนาที่มีการส่งข้อความถึงกันโต้ตอบกันได้อย่างรวดเร็วแม้ไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ในพื้นที่ไม่จำกัดอายุและเพศ ซึ่งการเข้าไปสนทนาเราจำเป็นต้องเข้าไปในกลุ่มที่ให้บริการห้องสนทนา	1	1	1	1	
	Computer game music	เกมที่ต้องใช้เสียงเพลงในการเล่นด้านต่างๆ ให้ชนะ ซึ่งผู้เล่นจะต้องกดปุ่มให้ถูกต้องหรือตรงจังหวะหรือตรงตำแหน่ง โดยใช้เสียงเพลงเป็นตัวบอกเวลาที่จะต้องกด	3	3	2	2	
	Digital audio	เสียง (Sound) อยู่ในรูปพลังงานที่สามารถถ่ายทอดจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งผ่านตัวกลางที่เกิดจากการสั่น (Vibrating) ของวัตถุ	3	3	2	2	
	Digital media	สื่อที่มีการนำเอาข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง มาจัดรูปแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ สื่อสารทางออนไลน์	5	5	5	5	
	Digital publications	ระบบจัดพิมพ์ดิจิทัล คือ ระบบที่รวบรวมกระบวนการทั้งหมดตั้งแต่การเรียบเรียง, การผลิต, การวางเลย์เอาต์, การเผยแพร่, การส่งมอบเนื้อหา, การรักษาความปลอดภัย, การวัดผล และการสร้างรายได้ในโลกดิจิทัล โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้ใช้งานบนอุปกรณ์พกพา อาทิ สมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต, โน้ตบุ๊ก และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ด้วยคุณสมบัติของเนื้อหาที่เป็น	5	5	5	5	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่ภายใต้การบังคับใช้ของพระราชบัญญัติว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
		ดิจิทัล เราจึงสามารถสร้างสรรค์ "สิ่งพิมพ์ดิจิทัล" หรือ "สิ่งพิมพ์บนเว็บ" ได้หลากหลายรูปแบบตามเป้าหมายการสื่อสารที่แตกต่างกัน อาทิ Ebook, Digital Catalog, Digital Magazine, Digital Newsletter, Digital Annual Report					
	Digital photography	กระบวนการถ่ายภาพที่ไม่ใช้ฟิล์ม เป็นการนำกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ในการรับและแปลงสัญญาณภาพ ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ที่จะถูกบันทึกในสื่อเก็บข้อมูลของกล้อง ที่สามารถถ่ายโอน ปรับแต่ง และบันทึกลงในสื่อบันทึกของเครื่องคอมพิวเตอร์	3	3	2	2	
	Digital radio	การออกอากาศวิทยุกระจายเสียงแบบดิจิทัล เพิ่มความคมชัดของเสียง	1	1	1	1	
	Digital television	ระบบการส่งผ่านสัญญาณ ภาพวิดีโอและเสียงโดยระบบดิจิทัลด้านความคมชัดของภาพและเสียง และการส่ง ข้อมูลแบบดิจิทัลสามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบอะนาล็อก	4	4	4	3	
	Digital video	รูปแบบการบันทึก Video ที่ทำงานโดยใช้สัญญาณ Digital แทนการใช้สัญญาณ Analog ทำให้สะดวกต่อการตัดต่อ การจัดเก็บ การเผยแพร่	4	4	4	3	
	Discussion Lists	รายการการสนทนา, การปรึกษาหารือ, การอภิปราย, การประชุม, การแลกเปลี่ยนความเห็น, การอภิปราย	1	1	1	11	
	Motion pictures	ภาพยนตร์	3	3	2	2	
	Newspapers	หนังสือพิมพ์	1	1	1	1	
	Online chat groups	การสนทนาออนไลน์อีกประเภทหนึ่ง ที่มีการส่งข้อความถึงกันได้ตอบกันได้อย่างรวดเร็วแม้ไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ในพื้นที่ไม่จำกัดอายุและเพศ ซึ่งการเข้าไปสนทนา เราจำเป็นต้องเข้าไปในกลุ่มที่ให้บริการห้องสนทนา	4	4	4	3	
	Online social networks	เครือข่ายสังคม (ชุมชนออนไลน์) เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ ในการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต	4	4	4	3	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
		เขียนและอธิบายความสนใจ และกิจการที่ ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและ กิจกรรมของผู้อื่น					
	Podcasts Video	รูปแบบของไฟล์เสียง แต่บางทีก็อาจเป็น ไฟล์รูปแบบอื่นได้ เช่น พีดีเอฟ หรือ อีพับ เป็นต้น ส่วนการเผยแพร่วิดีโอโดยใช้ รูปแบบของพอดแคสต์	1	1	1	1	
	Point-to-point	วิธีเชื่อมต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างอุปกรณ์ 2 อุปกรณ์ โดยมีเส้นทางเพียง 1 เส้นทางนั้น เช่น ลักษณะการเชื่อมต่อระหว่างเครื่อง คอมพิวเตอร์พีซีแต่ละเครื่องมีเพียงสาย เพียง 1 สายต่อเชื่อมโยงกันในการทำงาน หรือในเครื่องที่ทำหน้าที่เป็นเครื่อง ปลายทาง 1 เครื่อง เชื่อมต่อกับเครื่อง เมนเฟรมโดยใช้สาย 1 เส้น หรือในอีกกรณี หนึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์ 2 เครื่องสื่อสาร กันโดยใช้การส่งข้อมูลผ่านคลื่นไมโครเวฟ	1	1	1	1	
	Radio Video conferencing	ระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ หรือ ระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ คือ ระบบการ ประชุมออนไลน์ ซึ่งเป็นหนึ่งใน ระบบสื่อสารการทำงานร่วมกัน	1	1	1	1	
	Radiotelesphony	การสื่อสารด้วยคลื่นวิทยุ	1	1	1	1	
	RSS feeds	บริการที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ ผู้รับบริการได้รับ หัวข้อข่าวหรือข้อมูลใหม่ ผ่านหน้าจอหรือเครื่องมือรับบริการของ ตนเองอัตโนมัติ	4	4	4	3	
	Serials	สิ่งที่ต่อเนื่องกัน,สิ่งตีพิมพ์,ที่ต่อเนื่องกัน, ภาพยนตร์ที่ฉายเป็นตอน ๆ adj. พิมพ์ ต่อเนื่องกัน,ตีพิมพ์เป็นรายสัปดาห์	1	1	1	1	
	Social media	สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทาง สังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต หรือก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบน โลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้	5	5	5	5	
	Software radio	ระบบสื่อสารวิทยุที่ส่วนประกอบถูกสร้าง ด้วยซอฟต์แวร์แทนอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ แบบเดิม (ตามรูปด้านบน) ซึ่งประโยชน์ ของมันคือช่วยให้สามารถรับส่งสัญญาณที่	3	3	2	2	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
		มีเทคนิค Modulation ที่แตกต่างกันได้ หรือช่วยให้วิเคราะห์บริหารจัดการไม่ให้ ช่วงความถี่กวนกันผ่านซอฟต์แวร์ได้					
	Streaming media	การรับส่งสัญญาณ ถ่ายทอดไฟล์มัลติมีเดีย ทั้งภาพและเสียงผ่านเครือข่ายระบบ อินเทอร์เน็ตด้วยการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยไม่ต้องมีการดาวน์โหลดไฟล์จนครบ	3	3	2	2	
	Telegraphy	โทรเลข ระบบโทรคมนาคมซึ่งใช้อุปกรณ์ ทางไฟฟ้าส่งข้อความจากที่หนึ่งไปยังอีกที่ หนึ่ง ส่งโดยอาศัยสายตัวนำที่โยงติดต่อกัน และอาศัยอำนาจแม่เหล็กไฟฟ้าเป็น หลักสำคัญ	1	1	1	1	
	Telephony	โทรศัพท์การใช้งานบริการโทรคมนาคม สำหรับการส่งผ่านแบบอิเล็กทรอนิกส์ของ เสียง, โทรสาร และข้อมูลระหว่างบุคคลที่ อยู่ห่างไกล. ประวัติศาสตร์ของระบบ โทรศัพท์ที่มีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับ การประดิษฐ์ และการพัฒนาของ เครื่องโทรศัพท์	3	3	2	2	
	Electronic books	หนังสือที่สร้างขึ้นด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์ มีลักษณะเป็นเอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ โดยปกติมักจะเป็น แฟ้มข้อมูลที่สามารอ่านเอกสารผ่านทาง หน้าจอคอมพิวเตอร์ ทั้งในระบบออฟไลน์ และออนไลน์	4	4	4	3	
	Electronic bulletin boards	กระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ระบบส่ง ข้อความระหว่างผู้ใช้ (คล้าย จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ในอินเทอร์เน็ตปัจจุบัน แต่ รับส่งได้เฉพาะภายในระบบเครือข่าย สมาชิกเท่านั้น) ห้องสนทนา บริการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ และกระดานแจ้งข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ	4	4	4	3	
	Electronic journals	วารสารรูปแบบใหม่ที่มีการจัดเก็บบันทึก และพิมพ์เผยแพร่สารนิเทศทางวิชาการไว้ ในรูปแฟ้มคอมพิวเตอร์ และสื่อ อิเล็กทรอนิกส์มีกำหนดออกแน่นอน สม่าเสมอ โดยสามารถเข้าถึง สืบค้นข้อมูล และสั่งซื้อหรือบอกรับเป็นสมาชิกได้จาก	4	4	4	3	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการเข้าถึงเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
		ฐานข้อมูลซีดี-รอม ฐานข้อมูลออนไลน์ และเครือข่ายคอมพิวเตอร์					
	Electronic mail	การสื่อสารหรือการส่งข้อความ โน้ต หรือ บันทึกออกจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่ง ผ่านไปเข้าเครื่องปลายทาง หรือเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่งโดยส่งผ่านทางระบบเครือข่าย ผู้ส่งจะต้องมีเลขที่อยู่ของผู้รับ	4	4	4	3	
	Electronic publications	การพิมพ์ข้อมูลด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยเก็บข้อมูลลงในแถบแม่เหล็กแผ่นดิสก์ หรือซีดีรอม ซึ่งอ่านข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์					
	Electronic resources	เป็นงานหนึ่งในงานบริการความรู้และห้องสมุด (Knowledge & Library Services) ที่ทำหน้าที่จัดหาทรัพยากรสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านอินเทอร์เน็ตแบ่งเป็น บริการวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Journals) และฐานข้อมูลออนไลน์ (Online Database) โดยให้บริการแก่นักวิจัย	5	5	5	5	
	Instant messaging	ระบบการส่งข้อความ ระหว่างสองคน หรือกลุ่มคนใน เน็ตเวิร์ก เดียวกัน เช่น การส่งข้อความผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยโปรแกรมที่ทำงานอาจเรียกว่า เมสเซนเจอร์	4	4	4	3	
	Integrating resource	การรวมทรัพยากร	1	1	1	1	
	Interactive television	ผู้ใช้โทรทัศน์สามารถโต้ตอบเปลี่ยนรูปลักษณะของสิ่งที่ปรากฏหรือมีผลกระทบต่อการแสดงผลด้วยวิธีอื่นแทนที่จะบริโภคอย่างเฉยเมย มีหลายวิธีในการโทรทัศน์แบบโต้ตอบตั้งแต่รายการที่ผู้ชมสามารถลงคะแนนโทรทัศน์ที่มีความสามารถในการส่งข้อความโต้ตอบแบบทันทีที่คนสนทนาในขณะที่กำลังดูโทรทัศน์	3	3	2	2	
	Interactive videotex	บริการการเรียกสารสนเทศปฏิสัมพันธ์ (interactive information) อย่างหนึ่ง ซึ่ง	4	4	4	3	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
		ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้โดยการบอกรับเป็นสมาชิกโดยทางสายโทรศัพท์ และสารสนเทศจะปรากฏบนจอภาพของโทรศัพท์ที่บ้านหรือที่สถานีปลายทางของ videotex โดยเฉพาะ บริการ videotext จะให้บริการตั้งแต่วินิจฉัยข้อมูล ข่าวพยากรณ์อากาศ การธนาคาร ไปจนถึงการขอป้ังและอื่นๆ					
	Internet forums	บริการหนึ่งบนอินเทอร์เน็ตสำหรับการแสดงความคิดเห็นหรืออภิปราย ทำให้เกิดชุมชนเสมือนจริง(virtual community) ซึ่งจะแยกหัวข้อการอภิปรายตามหัวข้อความสนใจเฉพาะกลุ่ม	4	4	4	3	
	Internet publishing	การเผยแพร่ทางออนไลน์เป็นกระบวนการเผยแพร่เนื้อหาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการสร้าง อีโบลด์เว็บไซต์ เขียนบล็อกทางออนไลน์ ทุกเนื้อหาที่เผยแพร่สามารถผสมผสานด้วยรูปภาพ ข้อความ ลิงค์ วิดีโอ เพื่อทำให้รูปแบบการสื่อสารทางออนไลน์เชื่อมโยงกันได้อย่างสมบูรณ์แบบ ดึงดูดผู้อ่านที่วันนี้นิยมค้นหาข้อมูล ศึกษาหาความรู้ด้วยตัวเอง	4	4	4	3	
	Internet telephony	การสื่อสารทางเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หรือโครงข่ายอื่นๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตโพรโทคอล สัญญาณเสียงจะถูกตัดแบ่งเป็นแพ็คเก็ตวิ่งผ่านไปบนโครงข่ายที่ใช้สำหรับการสื่อสารข้อมูลทั่วไป แทนการใช้วงจรเฉพาะ	4	4	4	3	
	Machine-readable	ข้อมูลที่เขียนหรือบันทึกลงในสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะอ่านแล้วเข้าใจ เช่น รูที่เจาะบนบัตร ข้อมูลบนแถบบันทึก หรืองานบันทึก	1	1	1	1	
	materials	สื่อสำหรับดู นำเสนอข้อมูล ความรู้ด้วยภาพ เช่น วัสดุกราฟิก แผ่นโปร่งใส สไลด์ วัสดุย่อส่วน และ หุ่นจำลอง	4	4	4	3	
	Mobile radio	เครือข่ายวิทยุสื่อสาร ที่มีการทำงานคล้ายกับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีสถานีกลาง (System Control) ทำหน้าที่จัด	1	1	1	1	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การสงวนไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
		ช่องสัญญาณให้มีจำนวนช่องสัญญาณเพียงพอในการรองรับการใช้งานของเครื่องลูกข่ายทั้งหมดในระบบ มีสถานีทวนสัญญาณ (Repeater Station) ทำหน้าที่เชื่อมโครงข่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ของเครื่องข่ายนั้นๆ และเลือกช่องสัญญาณที่ว่างอยู่ให้ลูกข่ายโดยอัตโนมัติ					
	Mobile television	การรับชมทีวีดิจิทัลบนอุปกรณ์พกพา หรือ mobile tv นั้นจะใช้วิธีการรับสัญญาณมาจากภาคพื้นดิน ผ่านเสาสัญญาณที่ติดอยู่กับอุปกรณ์ ผ่านตัว tuner ที่ฝังอยู่ในอุปกรณ์และสามารถรับชมได้โดยไม่ต้องใช้อินเทอร์เน็ต	1	1	1	1	
	Teletex	พจนานุกรม ดิกชันนารี ออนไลน์ มีคำแปล คำเหมือน คำตรงข้าม พร้อมตัวอย่างประโยคของ	3	3	2	2	
	Teletext	บริการฟรีจากสถานีโทรทัศน์ ซึ่งจะแสดงข้อมูลในรูปแบบข้อความเกี่ยวกับโปรแกรมทีวี ข่าว และสภาพอากาศ	4	4	4	3	
	Television	โทรทัศน์การถ่ายภาพชนิดหนึ่ง การถ่ายภาพนั้นมีความหมายว่าเป็นการเขียนด้วยแสง	4	4	4	3	
	Text messages	กำลังส่งข้อความสั้นระหว่าง โทรศัพท์เพจเจอร์ หรืออุปกรณ์ handheld อื่นๆ ชาวสารได้รับการส่งผ่าน SMS (short message service) ผู้ใช้สามารถส่งข่าวสารข้อความจากเครื่องคอมพิวเตอร์ไปยังอุปกรณ์มือถือได้ด้วย Web texting	4	4	4	3	
	recording	วัสดุที่แบนยาวเคลือบด้วยสารแม่เหล็กใช้บันทึกสัญญาณเสียง	1	1	1	1	
	communications	การสื่อสาร ทางด้านคอมพิวเตอร์หมายถึงการถ่ายทอดหรือการส่งผ่านข้อมูลจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปสู่คอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่ง	1	1	1	1	
	Videotelephony	เทคโนโลยีโทรคมนาคมสำหรับการรับและส่งสัญญาณเสียงวิดีโอโดยผู้ใช้ที่อยู่ในสถานที่ที่แตกต่างกันสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้คนในแบบเรียลไทม์	1	1	1	1	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ การนำเอกสารนี้ไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	รูปแบบสื่อดิจิทัล	ลักษณะ	การรู้ดิจิทัล 4 มิติ				ศักยภาพสื่อดิจิทัล 20
			การใช้ (Use) 5	เข้าใจ (Understand) 5	การสร้าง (create) 5	เข้าถึง (Access) 5	
	Videotex	บริการการเรียกสารสนเทศปฏิสัมพันธ์ (interactive information) อย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้โดยการบอกรับเป็นสมาชิกโดยทางสายโทรศัพท์ และสารสนเทศจะปรากฏบนจอภาพของโทรศัพท์ที่บ้านหรือที่สถานีปลายทางของ videotex โดยเฉพาะ บริการ videotex จะให้บริการตั้งฐานข้อมูล ข่าวพยากรณ์อากาศ การธนาคาร	1	1	1	1	
	Visual materials	โสตวัสดุ (Audio Materials) คือ สื่อสำหรับฟัง นำเสนอข้อมูล ความรู้ด้วยเสียง เช่น เทปบันทึกเสียง และ แผ่นเสียง เป็นต้น 2. ทัศนวัสดุ (Visual Materials) คือ สื่อสำหรับดู นำเสนอข้อมูล ความรู้ด้วยภาพ เช่น วัสดุกราฟิก แผ่นโปร่งใส สไลด์ วัสดุย่อส่วน และ หุ่นจำลอง	1	1	1	1	
	Web publication	สิ่งพิมพ์ทางเว็บ	5	5	5	5	
	Webcasts	การส่งวิดีโอผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แต่เน้นรูปแบบของหน้า Website	4	4	4	3	
	Wikis	ลักษณะของเว็บไซต์แบบหนึ่งที่อนุญาตให้ผู้ใช้ เพิ่มและแก้ไขเนื้อหาได้โดยง่าย ซึ่งบางครั้งไม่จำเป็นต้องมีการลงทะเบียนเพื่อแก้ไข ด้วยความง่ายในการแก้ไขและโต้ตอบ วิกีเว็บไซต์มักจะถูกนำมาใช้ในการร่วมเขียนบทความ	3	3	2	2	

สรุปจำนวนรูปแบบ	สีเขียว	ศักยภาพสื่อดิจิทัลสูงมาก 16-20	6 รูปแบบ
	สีเหลือง	ศักยภาพสื่อดิจิทัลสูง 11-15	21 รูปแบบ
	สีส้ม	ศักยภาพสื่อดิจิทัลปานกลาง 6-10	12 รูปแบบ
	สีแดง	ศักยภาพสื่อดิจิทัลน้อย 0-5	22 รูปแบบ

ที่มา : ประชาติ บุญเกิด

4.1.1.2 ขั้นตอนการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์สรุป โดยศึกษาข้อมูลทั้งจากหนังสือและนักปราชญ์ชาวบ้านเพื่อมองหาเอกลักษณ์ที่น่าสนใจมาออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 ตารางวิเคราะห์อัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

<b>อัตลักษณ์วัฒนธรรม</b>	
<b>รูปแบบ</b>	<b>รายละเอียด</b>
	<p><b>วัฒนธรรมโบราณ</b> ได้รับอิทธิพลจากอารยธรรมจีนและอินเดียและอาจจะมีการถ่ายโอนความรู้เกี่ยวกับผ้าระหว่างกันด้วย และอาจสืบทอดวัฒนธรรมการใช้ผ้าและทอผ้าเป็นธรรมเนียมปฏิบัติทั้งชายและหญิงในการเปลือยกายท่อนบน ปล่อยผมเป็นกระเชิงลงมาข้างหลัง ผ้าที่สวมใส่ทำด้วยฝ้ายกันมัน ไม่นิยมสวมเสื้อ สวมโสร่งผ้าฝ้าย ปล่อยผมยุ่ง กษัตริย์และขุนนางผู้ใหญ่มีผ้าคลุมไหล่ สวมต่างหูทองคำ หญิงแต่งกายด้วยผ้าฝ้าย มีเครื่องเพชรพลอยประดับกาย</p>
	<p><b>วัฒนธรรมการใช้ผ้าในชีวิต</b> การนุ่งห่มผ้าของผู้ชายมักสวมเสื้อคอกลมผ่าหน้า สีขาว แขนยาว ติดกระดุม บางทีก็ไม่สวมเสื้อ ส่วนหญิงในชนชั้นสูงมักห่มผ้าพาดเฉียงหรือใช้ผ้าสไบ หรือสวมเสื้อห่มสไบทับ เมื่อออกไปงานข้างนอกบ้าน หรือไปวัด หากอยู่บ้านมักใช้ผ้าแถบรัดอกไว้</p>
	<p><b>ผ้าทอกับชีวิตของชาวนคร</b> เพื่อสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน แบ่งปันหน้าที่ระหว่างชายหญิง เป็นเครื่องแสดงฐานะของผู้ใช้ เป็นรายได้แก่ครอบครัว ช่วยสร้างเสริมอบรมขัดเกลาทางสังคมแก่ผู้หญิง</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

## อัตลักษณ์วัฒนธรรม





รูปแบบ	รายละเอียด
	<p><b>ผ้าทอกับประเพณี</b></p> <p><u>การเกิด</u> มีการนำผ้าเข้ามาเกี่ยวข้งนนานแล้ว เพราะสมัยก่อนโบราณเมื่อบารดาเริ่มตั้งครรภ์ก็ต้องเตรียมทอผ้าไว้สำหรับเป็นผ้าอ้อม ผ้าห่ม ผ้าห่มพูก และเสื้อผ้าสำหรับทารก เมื่อคลอดออกมาทำความสะอาดตัวเด็กแล้ว ก็เอาผ้าที่ทอไว้มาห่อตัว หรือบางคนก็เตรียมทอผ้าไว้กำนัลลูกหลานหรือญาติพี่น้องที่จะคลอดก็มี</p> <p><u>การแต่งงาน</u> ผ้าทอที่เกี่ยวข้องกับพิธีการแต่งงานของชาวนคร คือ ผ้าไหว้ เป็นผ้าที่คู่บ่าวสาวใช้แสดงความเคารพญาติผู้ใหญ่ทั้งสองฝ่าย หรือเป็นผ้าขาวพับที่เจ้าบ่าวจัดไปในขบวนขันหมากซึ่งไม่จำกัดความยาว (แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 หลา) ในพิธีแต่งงานจะมีพิธีกราบหมอน ฝ่ายเจ้าสาวจะต้องเป็นผู้จัดเตรียมผ้าขาวสองผืน (ใช้ทำเพดานเหนือที่ประกอบพิธีกราบหมอนผืนหนึ่ง และปูทับบนหมอนก่อนที่จะวางเครื่องบูชาผืนหนึ่ง)</p> <p><u>การปลงศพ</u> เมื่อจัดพิธีปลงศพ นิยมใช้ผ้าขาวห่อศพ เปรียบเสมือนธรรมะที่ชาวสะอาด ไม่มีมลทิน ทุกคนต้องใช้ในการนุ่งผ้าให้ศพ แล้วก็มีผ้าไหมคลุมโลงศพ มีการใช้ผ้าขาวโยนข้ามศพ 3 ครั้ง เพื่อให้ครอบครัวตุนตรัย แล้วนำผ้าไปสวด เมื่อสวดเสร็จก็นำผ้านี้ไปถวายพระ</p>

ที่มา : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


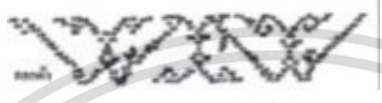
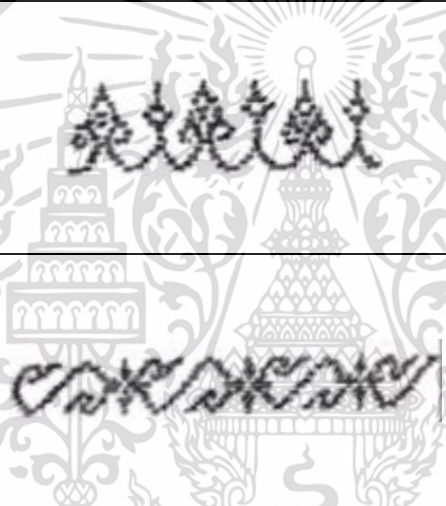

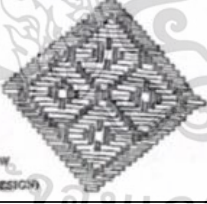
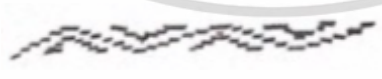

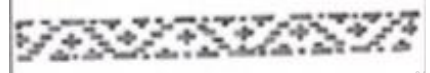
4.1.1.3 ขั้นตอนการศึกษาลวดลายผ้ายกเมืองนคร ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลด้านลวดลายและวิเคราะห์สรุป โดยศึกษาข้อมูลทั้งจากหนังสือและผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอ เพื่อให้ได้ลายที่เหมาะสม สวยงามและง่ายต่อการนำมาสร้างสรรค์รูปแบบสื่อดิจิทัล ดังนี้

**ตารางที่ 4.3** ตารางวิเคราะห์ลายผ้ายกเมืองนครศรีธรรมราช

ชื่อลาย	รูปแบบลาย	ลักษณะการใช้งาน
ลายพิมพ์ใหญ่หรือลายพิมพ์พอง (เรขาคณิต)		ผ้าโสร่ง กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ กรอบรูป เนคไท
ลายราชวัตร		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ลายพิกลง้านล้อม		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ กรอบรูป เนคไท
ลายดอกพิกลง		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ เนคไท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ชื่อยลาย	รูปแบบลาย	ลักษณะการใช้งาน
ลายพิกุลมีลายตีน เชิง		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ
ลายดอกผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ลายฉัตร		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน เสื้อสูท
ลายนาคเล็ก		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ลายลูกแก้ว		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ลายพิมพอง		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน
ลายหัวเบา		ผ้าโสร่งเนคไท กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี กระเป๋าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ลายเจ๊กเถา		ผ้าโสร่ง เนคไท กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี

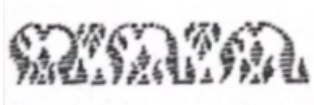


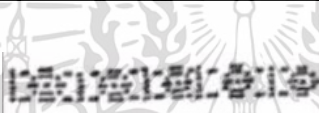


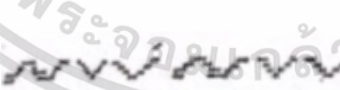

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ชื่อยลาย	รูปแบบลาย	ลักษณะการใช้งาน
		กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
สายลูกแก้ว		ผ้าโสร่ง กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ลายพิกุลก้านแย่ง		ผ้าโสร่ง กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ลายดอกเขมร		ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เสื้อสูทเนคไท กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าเก็บใส่เงิน กล่องกระดาษชำระ
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ชื่อลาย	รูปแบบลาย	ลักษณะการใช้งาน
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท กรอบรูป
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท กล่องกระดาษชำระ
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท กรอบรูป
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท
ตีนเชิงผ้า		ผ้าโสร่ง ชุดสุภาพสตรี เสื้อสุภาพ เนคไท กรอบรูป กล่องกระดาษชำระ

ที่มา : ประชาติ บุญเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

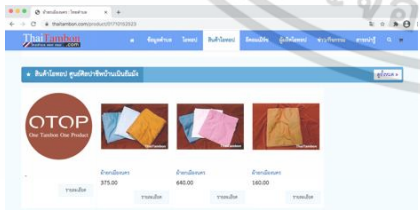
**สรุปผลการวิเคราะห์** พบว่าความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจของจังหวัดนครศรีธรรมราชคือ เครื่องแต่งกาย ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล เนื่องจากเครื่องแต่งกายมีรูปทรง ลวดลาย การทอ เครื่องแต่งกายสื่อเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราชดีเป็นอย่างดี เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาและสืบทอดจากบรรพบุรุษของชาวพื้นเมือง โดยลวดลายบนผ้าทอมีชื่อเรียกและความหมายที่ดีมีความน่าสนใจ รูปทรงและสีสันทที่ใช้เป็นสิ่งที่สามารถจดจำได้จากการพบเห็น เทคนิคการทอลายมีอัตลักษณ์

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 2. เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

### 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบ

ขั้นตอนการศึกษาด้านการออกแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยแบ่งออกเป็นรูปแบบสื่อดิจิทัล (Web publication, Digital publications, Digital media) เครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุม) และเครื่องประดับ (กระเป๋) โดยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เพื่อให้เห็นถึง จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และ อุปสรรค (Threat) ซึ่งจะสามารถเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์เดิมและนำมาพัฒนาในงานวิจัย

### ตารางที่ 4.4 ผลิตภัณฑ์เดิม (SWOT Analysis)

ผลิตภัณฑ์เดิมรูปแบบสื่อดิจิทัล (Web publication)		
	<b>S – Strength</b> - สื่อถึงอัตลักษณ์สูง - สะดวกต่อการเข้าถึง - มีคุณภาพ	<b>O – Opportunity</b> - ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ - มีบริการจัดส่งสินค้าที่ไวขึ้น
	<b>W – Weakness</b> - ระยะเวลาในการป้อนข้อมูลนาน - โฆษณา/ประชาสัมพันธ์มีไม่มาก	<b>T – Threat</b> - พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว - การแข่งขันทางการตลาดสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์เดิมนรูปแบบสื่อดิจิทัล (Web publication)		
	<p>S – Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อถึงอัตลักษณ์สูง</li> <li>- สะดวกต่อการเข้าถึง</li> <li>- มีคุณภาพ</li> </ul>	<p>O – Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์</li> </ul>
	<p>W – Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โฆษณา/ประชาสัมพันธ์มีไม่มาก</li> <li>- ไม่สามารถแก้ไขข้อมูลได้</li> </ul>	<p>T – Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว</li> <li>- การแข่งขันทางการตลาดสูง</li> </ul>
	<p>S – Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อถึงอัตลักษณ์ สูง</li> <li>- กระบวนการผลิตครบถ้วน</li> <li>- มีจุดสร้างความสนใจ</li> <li>- โฆษณา/ประชาสัมพันธ์มีไม่มาก</li> </ul>	<p>O – Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์</li> </ul>
	<p>W – Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระยะเวลาในการผลิตนาน</li> <li>- ไม่สามารถแก้ไขข้อมูลได้</li> </ul>	<p>T – Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว</li> <li>- การแข่งขันทางการตลาดสูง</li> </ul>
ผลิตภัณฑ์เดิมเครื่องแต่งกาย (บรรจุภัณฑ์)		
	<p>S – Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาประหยัด</li> <li>- ประหยัดเวลา</li> <li>- ใช้งานสะดวก</li> </ul>	<p>O – Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้สื่อที่น่าสนใจดึงดูดผู้บริโภค</li> <li>- สอดแทรกการประชาสัมพันธ์จังหวัด</li> </ul>
	<p>W – Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- โฆษณา/ประชาสัมพันธ์มีไม่มาก</li> <li>- ไม่มีเอกลักษณ์</li> </ul>	<p>T – Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว</li> <li>- การแข่งขันทางการตลาดสูง</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์เดิมเครื่องประดับ (ผ้าคลุม)		
	S – Strength - สีสันถึงอัตลักษณ์สูง - กระบวนการผลิตปราณีตด้วยมือทุกชิ้น	O – Opportunity - ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มช่องทางการขาย - มีบริการจัดส่งสินค้าที่ไวขึ้น
	W – Weakness - ระยะเวลาในการผลิตนาน - โฆษณา/ประชาสัมพันธ์มีไม่มาก	T – Threat - พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว - การแข่งขันทางการตลาดสูง
ผลิตภัณฑ์เดิมเครื่องประดับ (กระเป๋า)		
	S – Strength - สีสันถึงอัตลักษณ์สูง - กระบวนการผลิตปราณีตด้วยมือทุกชิ้น	O – Opportunity - ใช้สื่อโซเชียลมีเดียเพิ่มช่องทางการขาย - มีบริการจัดส่งสินค้าที่ไวขึ้น
	W – Weakness - ระยะเวลาในการผลิตนาน - ประชาสัมพันธ์ไม่มาก	T – Threat - พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว - การแข่งขันทางการตลาดสูง

ที่มา : ประชาติ บุญเกิด

**สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบ** พบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัล (Web publication, Digital publications, Digital media) เครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุม) และเครื่องประดับ (กระเป๋า) เป็นรูปแบบที่ผู้วิจัยเลือกที่จะนำมาพัฒนาต่อยอดในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล รูปแบบ Web publication แสดงผ่าน Web รูปแบบ Digital media แสดงผ่านบรรจุภัณฑ์ รูปแบบ Digital publications แสดงผ่านเครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุม) และเครื่องประดับ (กระเป๋า) เนื่องจากลักษณะของรูปแบบมีความสะดวกในใช้งาน ลวดลายจากผ้ายกที่โดดเด่นสีสันสวยงามรู้สึกถึงความประณีต และปลอดภัย งดงามมีลูกเล่นน่าสนใจ อีกทั้งยังมีความหมายจนน่าค้นหา

#### 4.2.2 ผลการวิเคราะห์ด้านการตกแต่งลวดลาย

ผู้วิจัยได้ใช้การตกแต่งลวดลายการทอ จากภูมิปัญญาของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีความสวยงามสื่อถึงอัตลักษณ์ที่ชัดเจน มีความหมาย และเป็นความเชื่อของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช นำมาใช้ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 4.5 การตกแต่งลวดลาย (SWOT Analysis)

เทคนิคการทอ		
	<b>S – Strength</b> - ลวดลายมีความหมาย สื่อถึงอัตลักษณ์สูงมาก - สะดุดตา	<b>O – Opportunity</b> - พัฒนาไปเป็นลายประยุกต์ได้หลากหลาย - พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป
	<b>W – Weakness</b> - ระยะเวลาในการผลิตนาน - โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ไม่มาก	<b>T – Threat</b> - ราคาสูง - มีความยืดหยุ่นน้อย

ที่มา : ประชาติ บุญเกิด

**สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการตกแต่งลวดลาย** พบว่า การทอ ของกลุ่มทอฝ้ายกจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ผู้วิจัยเลือกมาพัฒนาต่อยอดในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล เนื่องจากมีความเหมาะสมของกระบวนการ กรรมวิธีการผลิต แนวคิด การดำเนินงานและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่จะพัฒนารูปแบบสื่อดิจิทัลให้มีความงามจากลวดลายฝ้ายกเมืองนครที่มีความเป็นอัตลักษณ์โดดเด่น มีคุณค่า และความหมายที่ลึกซึ้ง ด้วยวัสดุที่มาจากธรรมชาติทำให้ปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

### 4.2.3 ผลการวิเคราะห์การระดมความคิด (Idea Sketch)

ผู้วิจัยได้ทำการระดมความคิด ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการเริ่มต้นออกแบบ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล ดังนี้



ภาพที่ 4.1 การระดมความคิดที่ 1 รูปแบบ Web publication แสดงผ่าน Web

ภาพโดย : ประชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



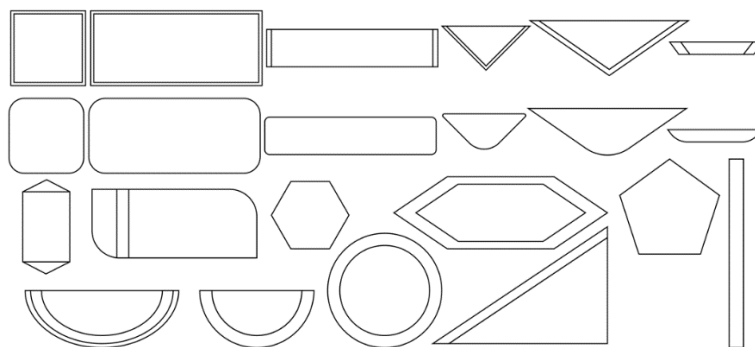
ภาพที่ 4.2 การระดมความคิดที่ 2 รูปแบบ Digital media แสดงผ่านบรรจุภัณฑ์  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)



ภาพที่ 4.3 การระดมความคิดที่ 3 รูปแบบ Digital publications แสดงผ่าน  
เครื่องประดับ (กระเป๋า)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

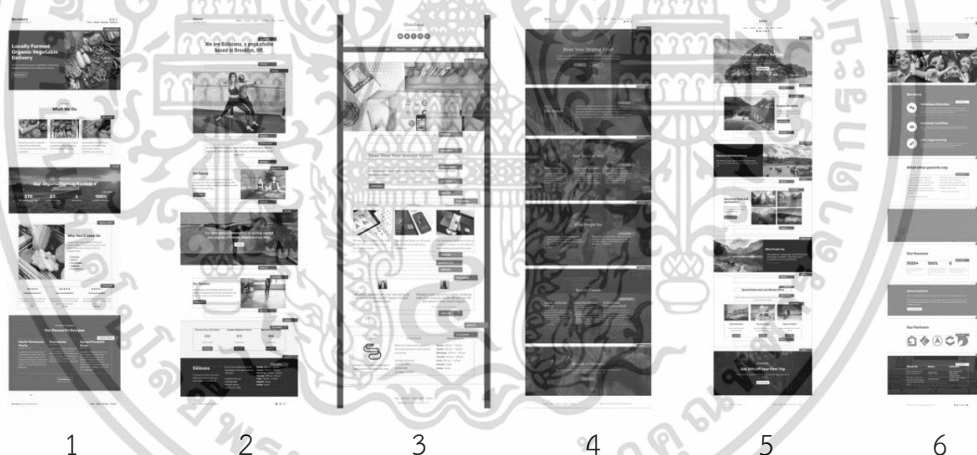
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.4 การระดมความคิดที่ 4 รูปแบบ Digital publications  
แสดงผ่านเครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุม)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

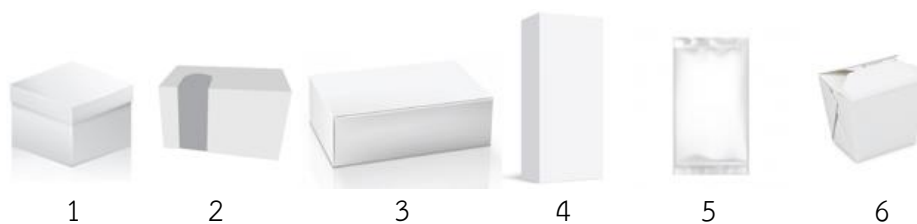
สรุปผลการวิเคราะห์การระดมความคิด (Idea Sketch) สิ่งที่ได้จากการระดมความคิดนั้น ทำให้มองเห็นถึงความเป็นไปได้ในการออกแบบของรูปร่าง รูปทรง ที่เหมาะสมกับการใช้งาน จากนั้นผู้วิจัยได้เลือกออกมา จัดกลุ่มทั้งหมด 4 กลุ่ม เพื่อนำไปพัฒนาต่อไป



ภาพที่ 4.5 รูปแบบ Web publication เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง  
จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Them Wordpress free  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

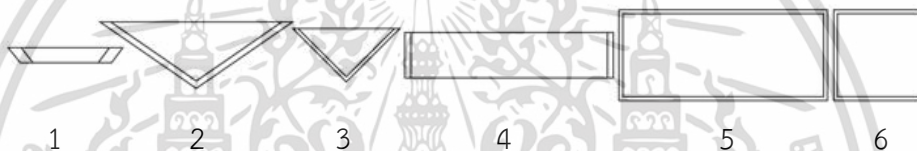
จากภาพที่ 4.5 ภาพแสดงรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อดิจิทัลผ่าน Web publication ที่ได้แรงบันดาลใจจากรูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วัฒนธรรมอัตลักษณ์ชุมชน ลายผ้าทอ เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการมองเห็น ออกแบบและพัฒนามาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งสามารถเลือกรูปแบบ ลวดลาย และสี ได้ตามความต้องการ โดยเว็บไซต์

WordPress เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



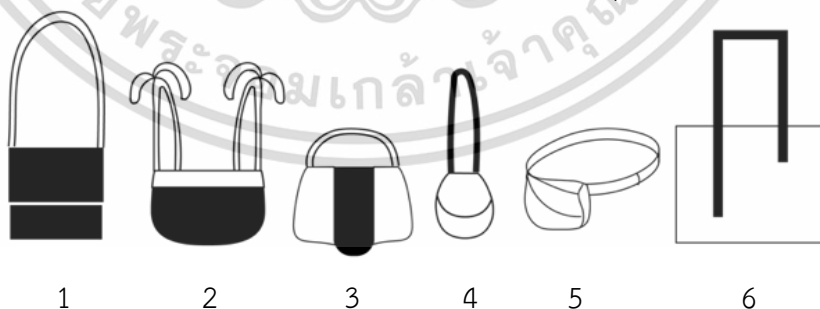
**ภาพที่ 4.6** รูปแบบ Digital media เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านบรรจุภัณฑ์  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.6 ภาพแสดงแบบร่างการออกแบบ Digital media เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อดิจิทัลผ่าน Digital media ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อมวลชลแบบมาตรฐานส่งผลให้่ง่ายต่อการใช้งาน



**ภาพที่ 4.7** รูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องแต่งกาย  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.7 ภาพแสดงรูปทรงชุดเครื่องประดับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อดิจิทัลผ่านผ้าคลุมไหล่ ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากการแต่งกายของชาวพื้นเมืองนครศรีธรรมราช เป็นผ้าสำหรับคลุมไหล่ เรียกว่า “ผ้าพาดบ่า”



**ภาพที่ 4.8** รูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องประดับ  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**จากภาพที่ 4.8** ภาพแสดงรูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชแสดงผ่านลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องประดับด้วยลวดลายดิจิทัลที่ได้แรงบันดาลใจมาจากวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวนครศรีธรรมราชที่ใช้กระเป๋าย่านลิเกา ซึ่งมีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยม มีหูหิ้วสะพานใหญ่ มองดูคล้ายกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยม ถูงผ้าในปัจจุบัน

**4.2.4 ผลการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์**

ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบร่างจากการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล รูปแบบ Web publication แสดงผ่าน Web รูปแบบ Digital media แสดงผ่านบรรจุภัณฑ์ รูปแบบ Digital publications แสดงผ่านเครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุม) และเครื่องประดับ (กระเป๋าย่านลิเกา) จากอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ได้รูปแบบสื่อดิจิทัลที่มีความสวยงามและเหมาะสม

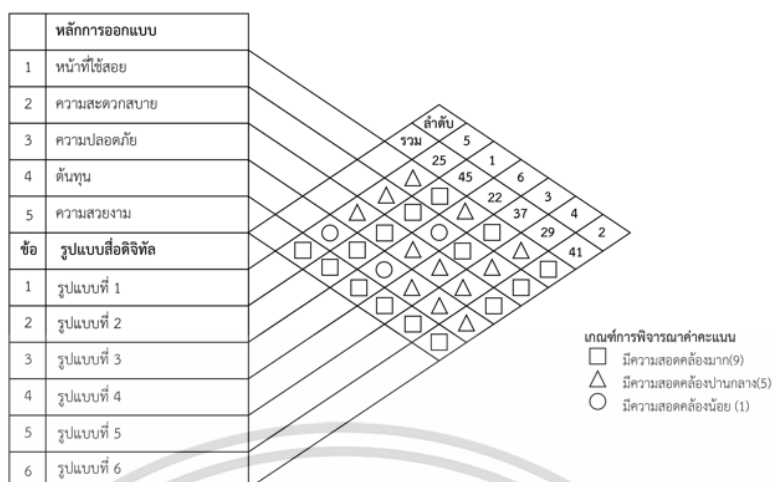


**ภาพที่ 4.9** การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Web publication

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

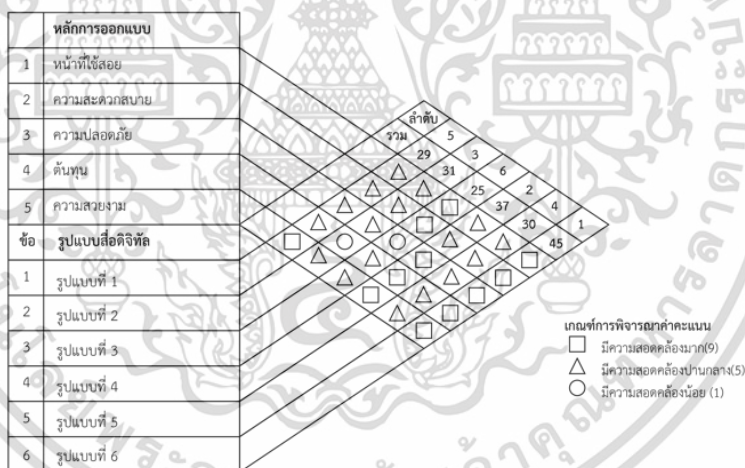
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital media ผ่านบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.10 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital publications ผ่านบรรจุภัณฑ์  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

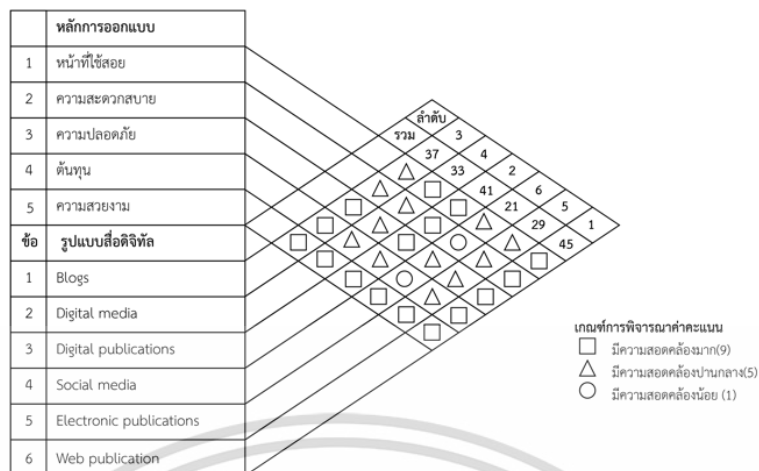
การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital publications ผ่านเครื่องแต่งกาย



ภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital public cations ผ่านเครื่องแต่งกาย  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital publications ผ่านเครื่องประดับ



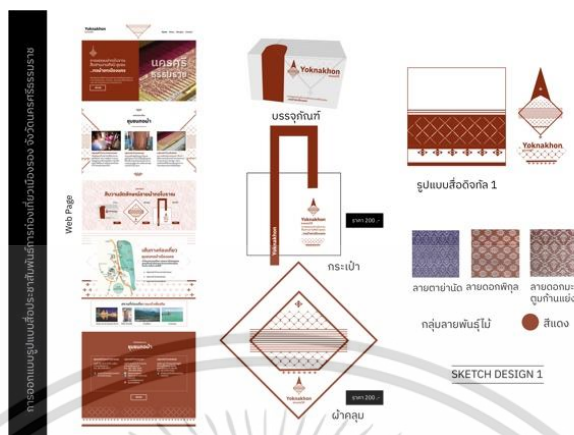
ภาพที่ 4.12 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล Digital publications ผ่านเครื่องประดับ

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลจากแบบร่างทั้งหมด 24 รูปแบบ พบได้ว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ Web publication รูปแบบที่ 1 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 6 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 5 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, Digital media ผ่านบรรจุกัญชี รูปแบบที่ 2 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 6 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 4 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, Digital publications ผ่านเครื่องแต่งกาย รูปแบบที่ 6 มี 45 คะแนน อยู่ลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 4 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 2 มี 31 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, Digital publications ผ่านเครื่องประดับ รูปแบบที่ 6 มี 45 คะแนน อยู่ลำดับที่ 1,รูปแบบที่ 3 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2,รูปแบบที่ 1 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3 จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบร่างรูปทรงผลิตภัณฑ์ที่ได้ค่าคะแนนความสัมพันธ์มากที่สุดมาสร้าง Sketch Design โดยใส่ลวดลายผ้ายกไว้ในบริเวณต่างๆ และสีสกรีนธรรมชาติที่เป็นภูมิปัญญาของชาวนครศรีธรรมราช ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

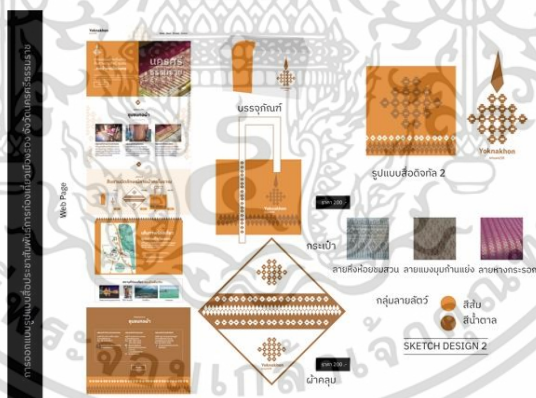
#### 4.2.5 ผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Sketch Design)



ภาพที่ 4.13 การออกแบบแนวคิดที่ 1 (กลุ่มลายพันธุ์ไม้)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.13 การออกแบบแนวคิดที่ 1 Web publication ที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก ภูมิปัญญาการทอผ้ายกกลุ่มลวดลายพันธุ์ไม้ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพแสดง SKETCH DESIGN



ภาพที่ 4.14 การออกแบบแนวคิดที่ 2 (กลุ่มลายสัตว์)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.14 การออกแบบแนวคิดที่ 2 Web publication ที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก ภูมิปัญญาการทอผ้ายกกลุ่มลายสัตว์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพแสดง SKETCH DESIGN

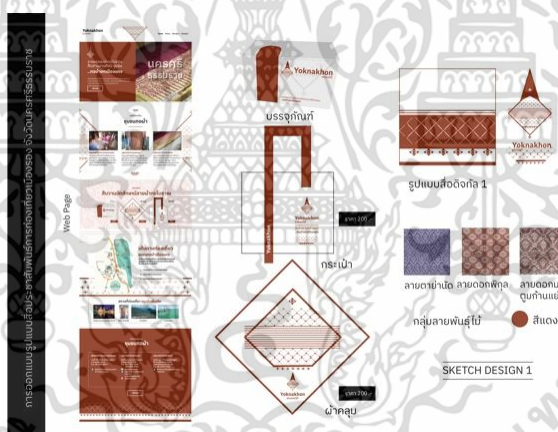
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.15 การออกแบบแนวคิดที่ 3 (กลุ่มลายเบ็ดเตล็ด)

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.15 การออกแบบแนวคิดที่ 3 Web publication ที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก ภูมิปัญญาการทอผ้ายกกลุ่มลายเบ็ดเตล็ดของจังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพแสดง SKETCH DESIGN



ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบรูปแบบที่ 1

รายการประเมิน	(N = 3)		ระดับความคิดเห็น
	$\mu$	$\sigma$	
<b>1 ด้านประโยชน์ใช้สอย</b>			
1.1 รูปแบบสื่อดิจิทัลมีประโยชน์ใช้สอยรูปแบบสื่อดิจิทัลสามารถใช้งานได้หลากหลาย	4.33	0.58	มาก
1.2 รูปแบบสื่อดิจิทัลมีรูปร่างที่เหมาะสม	5.00	0.00	มากที่สุด
<b>2 ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์</b>			
2.1 ผลิตภัณ์ที่มีโครงสร้างที่เหมาะสม	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2 ผลิตภัณ์ที่มีความงามทางด้านรูปทรง	5.00	0.00	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รายการประเมิน	(N = 3)		ระดับความคิดเห็น
	$\mu$	$\sigma$	
2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี	4.33	1.15	มาก
2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	4.00	0.00	มาก
<b>3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ</b>			
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	3.67	0.58	มาก
3.2 เหมาะสมกับการผลิต	3.67	0.58	มาก
<b>4 แบบอย่างและวัฒนธรรม</b>			
4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช	4.33	0.58	มาก
4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์	4.33	0.58	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.39</b>	<b>0.37</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.7 สรุปผลการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า รูปแบบที่ 1 Web publication จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 4.39$ ,  $\sigma = 0.37$ ) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่าผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่าและมีรูปร่างที่เหมาะสมค่าเฉลี่ย ( $\mu = 4.78$ ,  $\sigma = 0.19$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 4.67$ ,  $\sigma = 0.58$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในตัวเองและเหมาะสมกับการผลิต ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 3.83$ ,  $\sigma = 0.29$ ) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 4.11$ ,  $\sigma = 0.58$ ) อยู่ในระดับมาก



ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบรูปแบบที่ 2

รายการประเมิน	(N = 3)		ระดับความคิดเห็น
	$\mu$	$\sigma$	
<b>1 ด้านประโยชน์ใช้สอย</b>			
1.1 ผลลัพธ์ที่มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	3.67	0.58	มาก
1.2 ผลลัพธ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า	4.33	1.15	มาก
<b>2 ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์</b>			
2.1 ผลลัพธ์ที่มีโครงสร้างที่เหมาะสม	3.67	0.58	มาก
2.2 ผลลัพธ์ที่มีความงามทางด้านรูปทรง	4.00	1.00	มาก
2.3 ผลลัพธ์ที่มีความงามทางด้านสี	3.33	0.58	ปานกลาง
2.4 ผลลัพธ์ที่มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	3.67	0.58	มาก
<b>3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ</b>			
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 เหมาะสมกับการผลิต	4.00	1.00	มาก
<b>4 แบบอย่างและวัฒนธรรม</b>			
4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช	4.00	1.00	มาก
4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์	4.00	1.00	ปานกลาง
<b>เฉลี่ย</b>	<b>3.94</b>	<b>0.24</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.8 สรุปผลการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า รูปแบบที่ 2 Web publication จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 3.94$  ,  $\sigma = 0.24$ ) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลลัพธ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 3.89$  ,  $\sigma = 0.77$ ) อยู่ในระดับมาก ด้านความเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



จากตารางที่ 4.9 สรุปผลการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า รูปแบบที่ 3 Web publication จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 3.82$ ,  $\sigma = 0.24$ ) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่าผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 3.78$ ,  $\sigma = 0.91$ ) อยู่ในระดับมาก ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสมและมีความงามทางด้านรูปทรง ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 3.89$ ,  $\sigma = 0.86$ ) อยู่ในระดับมาก ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่าผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการผลิต ค่าเฉลี่ย ( $\mu = 3.83$ ,  $\sigma = 0.79$ ) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราชค่าเฉลี่ย ( $\mu = 3.78$ ,  $\sigma = 0.72$ ) อยู่ในระดับมาก

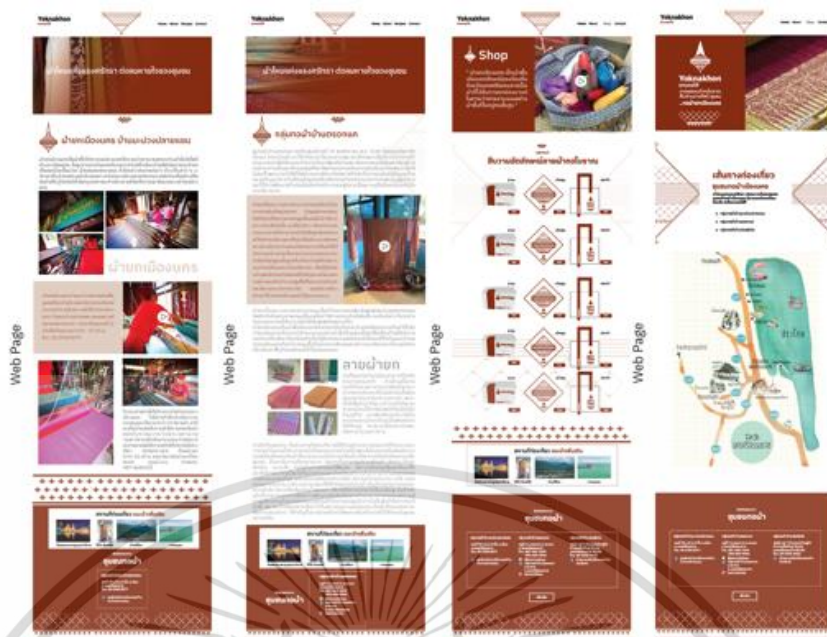
ผลวิเคราะห์การรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีรูปแบบทั้งหมด 3 รูปแบบ พบว่า การออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.39$ ,  $\sigma = 0.37$ ) รองลงมาคือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\mu = 3.94$ ,  $\sigma = 0.24$ ) รองลงมาอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\mu = 3.82$ ,  $\sigma = 0.24$ )



ภาพที่ 4.16 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช Web publication แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Them Wordpress free 1

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.17 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช Web publication แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Them Wordpress free 2

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)

จากภาพที่ 4.16 - 4.17 การออกแบบแนวคิดที่ 1 ภาพแสดงรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช จากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ ได้สำรวจจากชุมชนทอผ้าฝ้าย 3 ชุมชน นำมาสร้างสรรค์ลวดลายให้เกิดขึ้นเป็นภาพบนรูปแบบสื่อดิจิทัลจากลายผ้าทอพื้นเมืองที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษ สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม นำมาสื่อสารผ่านรูปแบบ Web publication ที่มีลายกราฟิกได้มาจากลายผ้ากลุ่มลายพันธุ์ไม้ ลายย่านัด ลายดอกพิกุล และลายมะลิตุ้ม ก้านแย่ง นำมาตัดทอนเป็นลายบนสื่อประชาสัมพันธ์ รูปแบบ Digital media ผ่านบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อมวลชลแบบมาตรฐานส่งผลให้ง่ายต่อการใช้งาน Digital publications ผ่านเครื่องแต่งกายได้แรงบันดาลใจมาจากการแต่งกายของชาวพื้นเมืองนครศรีธรรมราช เป็นผ้าสำหรับคลุมไหล่ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เรียกว่า “ผ้าพาดบ่า” Digital publications ผ่านเครื่องประดับ ด้วยลวดลายดิจิทัลที่ได้แรงบันดาลใจมาจากวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวนครศรีธรรมราชที่ใช้กระเป๋าย่านลิเกา ซึ่งมีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยม มีหูหิ้วสะพานไหล่ มองดูคล้ายกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าในปัจจุบัน ด้วยลวดลายผ้าที่ทอสีต่อกันมาแต่โบราณ จัดเป็นความงามทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมกับภูมิปัญญาการใช้สีแดง สีธรรมชาติที่ได้จากใบมังคุดผลไม้พื้นถิ่นที่นำมามัดย้อมผ้าของชุมชน

### 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำแบบประเมินความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ที่มีรูปแบบสื่อดิจิทัล พบว่า

#### 4.3.1 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชุมชนทอผ้า ยกที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

แบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้  
 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน  
 ตอนที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม  
 ตอนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช  
 ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวนคน	ร้อยละ
1	เพศ		
	1.1 ชาย	14	46.67
	1.2 หญิง	20	53.33
	รวม	30	100
2	อายุ		
	2.1 25 – 30 ปี	13	43.33
	2.2 31 – 35 ปี	7	23.33
	2.3 36 – 40 ปี	4	13.33

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวนคน	ร้อยละ
	2.4 41 – 45 ปี	6	20
	<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
<b>3</b>	<b>ระดับการศึกษา</b>		
	3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	16.67
	3.2 ปริญญาตรี	17	56.67
	3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	8	26.67
	<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
<b>4</b>	<b>รายได้</b>		
	4.1 รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท	13	43.33
	4.2 20,001 – 25,000 บาท	6	20
	4.3 25,001 – 30,000 บาท	7	23.33
	4.4 30,001 – 35,000 บาท	0	0
	4.5 รายได้มากกว่า 35,000 บาท	4	13.33
	<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

#### จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการประเมิน

ด้านเพศ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 และเป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33

ด้านอายุ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยววัยทำงานในนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี มากที่สุดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31 – 35 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.34 รองลงมา คือ อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และอายุ 36 – 40 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33

ด้านระดับการศึกษา ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภควัยทำงานในนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

ด้านรายได้ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยววัยทำงานในนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมามีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 บาท มีรายได้ 20,001

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

– 25,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และมีรายได้ 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

**ตารางที่ 4.10** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค
		$\bar{X}$	S.D.	
1	ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง	4.57	0.63	มากที่สุด
2	ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.47	0.63	มากที่สุด
3	ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย	4.63	0.49	มากที่สุด
<b>รวม</b>		<b>4.56</b>	<b>0.58</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววัยทำงานในนครศรีธรรมราช ที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.56$ , S.D. = 0.58) พิจารณารายชื่อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง ( $\bar{X} = 4.57$ , S.D. = 0.63) 2) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ( $\bar{X} = 4.47$ , S.D. = 0.63) และ 3) ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย ( $\bar{X} = 4.63$ , S.D. = 0.49)

**ตารางที่ 4.11** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านราคา

ข้อ	ด้านราคา (Price)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค
		$\bar{X}$	S.D.	
1	ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.43	0.77	มาก
2	ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	4.40	0.56	มาก
3	ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ	4.33	0.61	มาก
<b>รวม</b>		<b>4.39</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในนครศรีธรรมราช ที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D.= 0.59) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D.= 0.77) 2) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ( $\bar{X} = 4.40$ , S.D.= 0.56) และ 3) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ ( $\bar{X} = 4.39$ , S.D.= 0.61)

**ตารางที่ 4.12** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค
		$\bar{X}$	S.D.	
1	ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า	4.60	0.56	มากที่สุด
2	ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์	4.60	0.56	มากที่สุด
<b>รวม</b>		<b>4.60</b>	<b>0.56</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในนครศรีธรรมราช ที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.60$ , S.D.= 0.56) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า ( $\bar{X} = 4.60$ , S.D.= 0.56) และ 2) ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ ( $\bar{X} = 4.60$ , S.D.= 0.56)

**ตารางที่ 4.13** ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค
		$\bar{X}$	S.D.	
1	4.1 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์	4.40	0.67	มาก
2	4.2 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ	4.53	0.57	มากที่สุด
3	4.3 มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ	3.40	0.81	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>4.44</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**จากตารางที่ 4.13** พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในนครศรีธรรมราช ที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.44$  , S.D.= 0.69) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.40$  , S.D.= 0.67) 2) มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ( $\bar{X} = 4.53$  , S.D.= 0.57) และ 3) มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ( $\bar{X} = 3.40$  , S.D.= 0.81)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะของงานวิจัย ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษิตตามขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

##### 5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ

5.1.1.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัล ขั้นตอนการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์สรุป โดยศึกษาข้อมูลทั้งจากหนังสือ นักวิชาการ โดยแบ่งรูปแบบของสื่อดิจิทัลไว้ได้ 60 รูปแบบ จากการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล สรุปได้ว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ ได้แก่ Web publiccation, Digital publications, Digital media เพื่อหารูปแบบสื่อดิจิทัลที่น่าสนใจมาออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล

5.1.1.2 ผลการวิเคราะห์การศึกษ้อัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ขั้นตอนการศึกษาจากภูมิปัญญากลุ่มทอผ้ายกเมืองนคร ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์สรุป โดยศึกษาข้อมูลทั้งจากหนังสือและนักปราชญ์ชาวบ้าน จากชุมชนทอผ้าพื้นเมือง 3 ชุมชน ศูนย์ศิลปาชีพ บ้านเนินธัมมัง ชุมชนบ้านตรอกแค และชุมชนบ้านมะม่วงปลายแขน ด้านวัฒนธรรมโบราณ ผ้าทอกับชีวิตของชาวนคร ผ้าทอกับประเพณี เพื่อหาการศึกษ้อัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชที่น่าสนใจมาออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล

5.1.1.3 ผลการวิเคราะห์การศึกษาลวดลายผ้ายกเมืองนครของชาวนครศรีธรรมราช ขั้นตอนการศึกษาลวดลายผ้ายก ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลด้านลวดลายและวิเคราะห์สรุป โดยศึกษาข้อมูลทั้งจากหนังสือและผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอ เพื่อให้ได้ลายที่เหมาะสม สวยงามและง่ายต่อการนำมาสร้างสรรค์รูปแบบสื่อดิจิทัล จากการศึกษาลวดลาย 31 ลาย จำแนกลวดลายผ้ายกเป็นกลุ่มลายพันธุ์ไม้ กลุ่มลายสัตว์ กลุ่มลายเรขาคณิต และกลุ่มลายเบ็ดเตล็ด เพื่อลวดลายที่น่าสนใจมาออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 2. เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

5.1.2.1 ผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบขั้นตอนการศึกษาด้านการออกแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยแบ่งออกเป็นโดยแบ่งออกเป็นรูปแบบสื่อดิจิทัล (Web publication, Digital publications, Digital media) เครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุม) และเครื่องประดับ (กระเป๋า) โดยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เพื่อให้เห็นถึง จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และ อุปสรรค (Threat) ซึ่งจะสามารถเข้าใจถึงรูปแบบสื่อดิจิทัลเดิมและนำมาพัฒนาในงานวิจัย พบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัล (Web publication, Digital publications, Digital media) เครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุม) และเครื่องประดับ (กระเป๋า) เป็นรูปแบบสื่อดิจิทัลที่ผู้วิจัยเลือกที่จะนำมาพัฒนาต่อยอดในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล เนื่องจากมีความเหมาะสมในการประชาสัมพันธ์ สามารถแสดงสีสันได้สวยงามและสื่อสารรวดเร็ว วัฒนธรรมให้มีลูกเล่นน่าใช้งาน อีกทั้งยังมีความหมายจนน่าค้นหา

5.1.2.2 ผลการวิเคราะห์ด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรม ลวดลายผ้ายก ผู้วิจัยได้ใช้การตกแต่งลวดลาย จากอัตลักษณ์จังหวัดที่มีความสวยงามสื่อถึงวัฒนธรรมชัดเจน มีความหมาย และเป็นความเชื่อของชาวนครศรีธรรมราช นำมาใช้ประกอบการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล พบว่า วัฒนธรรมการทอผ้ายก ของชาวนครศรีธรรมราชที่ผู้วิจัยเลือกมาพัฒนาต่อยอดในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล เนื่องจากมีความเหมาะสมของกระบวนการ กรรมวิธีการสร้าง แนวคิด การดำเนินงานและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับงานวิจัยที่จะพัฒนาเครื่องแต่งกายให้มีความงามจากการทอที่มีความเป็นอัตลักษณ์โดดเด่น มีคุณค่า และความหมายที่ลึกซึ้ง

5.1.2.3 ผลการวิเคราะห์การระดมความคิด (Idea Sketch) ผู้วิจัยได้ทำการระดมความคิด ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการเริ่มต้นออกแบบ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช สิ่งที่ได้จากการระดมความคิดนั้น ทำให้มองเห็นถึงความเป็นไปได้ในการออกแบบของรูปแบบ รูปร่าง ที่เหมาะสมกับการใช้งาน จากนั้นผู้วิจัยได้เลือกออกมา จัดกลุ่มทั้งหมด 4 กลุ่ม เพื่อนำไปพัฒนาต่อไป

รูปแบบสื่อดิจิทัล (Web publication) แสดงผ่าน Web ได้แรงบันดาลใจมาจากรูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้วัฒนธรรมอัตลักษณ์ชุมชนลายผ้าทอ เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการมองเห็น ออกแบบและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งสามารถเลือกรูปแบบ ลวดลาย และสี ได้ตามความต้องการ

รูปทรงรูปแบบ Digital media แสดงผ่านบรรจุภัณฑ์ จากอัตลักษณ์กลุ่มทอผ้ายกเมืองนคร ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากบันดลใจมาจากการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อมวลชลแบบมาตรฐานส่งผลให้ง่ายต่อการใช้งาน

รูปทรงรูปแบบ Digital publications แสดงผ่านเครื่องแต่งกาย (ผ้าคลุม) จากอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากค่านิยมการแต่งกายของชาวพื้นเมืองนครศรีธรรมราช เป็นผ้าสำหรับคลุมไหล่ เรียกว่า “ผ้าพาดบ่า”

รูปทรงรูปแบบ Digital publications แสดงผ่านเครื่องประดับ (กระเป๋า) จากอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากจากวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวนครศรีธรรมราชที่ใช้กระเป๋าย่านลิเกา ซึ่งมีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยม มีหูหิ้วสะพานไหล่ มองดูคล้ายกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมถุงผ้าในปัจจุบัน

5.1.2.4 ผลการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบร่างจากการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลจากแบบร่างทั้งหมด 24 รูปแบบ พบได้ว่า รูปแบบที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช คือ Web publication รูปแบบที่ 1 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 6 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 5 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, Digital media ผ่านบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2 มี 45 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 6 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 4 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, Digital publications ผ่านเครื่องแต่งกาย รูปแบบที่ 6 มี 45 คะแนน อยู่ลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 4 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 2 มี 31 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, Digital publications ผ่านเครื่องประดับ รูปแบบที่ 6 มี 45 คะแนน อยู่ลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 3 มี 41 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 1 มี 37 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3 จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบร่างรูปทรงผลิตภัณฑ์ที่ได้ค่าคะแนนความสัมพันธ์มากที่สุดมาสร้าง Sketch Design โดยใส่ลวดลายผ้ายกไว้ในบริเวณต่างๆ และสีสกรีนธรรมชาติที่เป็นภูมิปัญญาของชาวนครศรีธรรมราช

#### 5.1.2.5 ผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Sketch Design)

รูปแบบที่ 1 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.39$ , S.D.= 0.37) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่าและมีรูปร่างที่เหมาะสมค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.78$ , S.D.= 0.19) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.67$ , S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในตัวเองและเหมาะสมกับการผลิต ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.83$ , S.D.= 0.29) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมาก

รูปแบบที่ 2 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.94$ , S.D.= 0.24) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.89$ , S.D.= 0.77) อยู่ในระดับมาก ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตภัณฑ์

มีความงามทางด้านรูปทรง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.78$ , S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมาก ด้านคุณสมบัติทางเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุและเศรษฐกิจ พบว่า ผลิตรถยนต์มีคุณค่าในตัวเอง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.17$ , S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.00$ , S.D.= 1.00) อยู่ในระดับมาก

รูปแบบที่ 3 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.82$ , S.D.= 0.24) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลิตรถยนต์มีรูปร่างที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.78$ , S.D.= 0.91) อยู่ในระดับมาก ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตรถยนต์มีโครงสร้างที่เหมาะสมและมีความงามทางด้านรูปทรง ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.89$ , S.D.= 0.86) อยู่ในระดับมาก ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่า ผลิตรถยนต์เหมาะสมกับการผลิต ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.83$ , S.D.= 0.79) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราชค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 3.78$ , S.D.= 0.72) อยู่ในระดับมาก

ผลวิเคราะห์การรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งหมด 3 รูปแบบ พบว่า การออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.39$ , S.D.= 0.37) รองลงมาคือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.94$ , S.D. = 0.24) รองลงมาอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก  $\bar{x} = 3.82$ , S.D. = 0.24)

### 5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในนครศรีธรรมราชที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

**ด้านเพศ** ผลการศึกษาพบว่าผู้นักท่องเที่ยววัยทำงานในนครศรีธรรมราชที่ เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 และเป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33

**ด้านอายุ** ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยววัยทำงานในนครศรีธรรมราชที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี มากที่สุดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31 – 35 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.34 รองลงมา คือ อายุ 41 – 45 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และอายุ 36 – 40 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33

**ด้านระดับการศึกษา** ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยววัยทำงานในนครศรีธรรมราชที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และ การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ด้านรายได้** ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทำงานในนครศรีธรรมราชที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมามีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 บาท มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และมีรายได้ 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำงานในนครศรีธรรมราชที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.56$ , S.D.= 0.58) พิจารณารายชื่อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง ( $\bar{x} = 4.57$ , S.D.= 0.63) 2) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ( $\bar{x} = 4.47$ , S.D.= 0.63) และ 3) ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย ( $\bar{x} = 4.63$ , S.D.= 0.49)

**ด้านราคา (Price)** พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำงานในนครศรีธรรมราชที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.43$ , S.D.= 0.59) พิจารณารายชื่อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.43$ , S.D.= 0.77) 2) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ( $\bar{x} = 4.40$ , S.D.= 0.56) และ 3) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ ( $\bar{x} = 4.39$ , S.D.= 0.61)

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำงานในนครศรีธรรมราชที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.60$ , S.D.= 0.56) พิจารณารายชื่อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า ( $\bar{x} = 4.60$ , S.D.= 0.56) และ 2) ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ ( $\bar{x} = 4.60$ , S.D.= 0.56)

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำงานในนครศรีธรรมราชที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x} = 4.44$ , S.D.= 0.69) พิจารณารายชื่อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.40$ , S.D.= 0.67) 2) มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ( $\bar{x} = 4.53$ , S.D.= 0.57) และ 3) มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ( $\bar{x} = 3.40$ , S.D.= 0.81)

## 5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามหัวข้อวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

### 5.2.1 อภิปรายผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ

พบว่ารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ โดยทำการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับบทความวิชาการ บทความวิจัยวิทยานิพนธ์ต่างๆ แบ่งรูปแบบของสื่อดิจิทัลไว้ตามหลักของ Dewey ได้ 60 รูปแบบ จากการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ทางการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล สรุปได้ว่ารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ ได้แก่ Web publication, Digital publications, Digital media สื่อดิจิทัลเป็นหนึ่งในการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของมนุษย์ จากการศึกษาพบว่าการรับรู้ของคนเกิดจากการเห็น ร้อยละ 75 โดยการสร้างความน่าสนใจจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจนเป็นสื่อกลางการถ่ายทอดประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ผู้วิจัยได้สำรวจอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากชุมชนทอผ้าพื้นเมือง 3 ชุมชน ศูนย์ศิลปาชีพบ้านเนินธัมมัง ชุมชนบ้านตรอกแค และชุมชนบ้านมะม่วงปลายแขน สร้างลวดลายดิจิทัลจากลายผ้า ยก สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวในหลายๆ พื้นที่มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย เนื่องจากชาวบ้าน ผู้ประกอบการยังขาดความชำนาญในด้านเทคโนโลยี นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดต่างๆ ก็มักจะไปเที่ยวในสถานที่เดิมๆ ที่มีการประชาสัมพันธ์ไว้ก่อนแล้ว แต่ก็ยังคงมีอีกหลายพื้นที่ โดยเฉพาะจังหวัดนครศรีธรรมราชจังหวัดที่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่ยังคงวิถีชีวิตการทอผ้าด้วยตัวเองเพื่อใช้สวมใส่ในครอบครัว และใช้สำหรับพิธีสำคัญตามวัฒนธรรมของชาวพื้นเมือง ผ้ายกมีลักษณะเป็นผ้าทอด้วยเทคนิคการสร้างลวดลายการทอยกดอก โดยการทอเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษเกิดเป็นลวดลายยกนูน เป็นการทอด้วยเส้นไหม เส้นเงินเส้นทอง ที่ทอจะถูกกำหนดตามความต้องการใช้งานตั้งแต่เริ่มต้นทอ เช่น ผ้าทอสำหรับเสื่อ ผ้าสไบหรือ ชุดสุภาพ หรือเนคไท จำแนกลวดลายดังนี้ กลุ่มลายพันธุ์ไม้ กลุ่มลายสัตว์ กลุ่มลายเรขาคณิต และกลุ่มลายเบ็ดเตล็ด ประยุกต์เป็นลายดิจิทัลโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ซึ่งลวดลายของผ้ายกเมืองนครทั้งหมดนั้นมีความทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์เหมาะสำหรับการนำมาออกแบบสื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ โดยมีการนำอัตลักษณ์ลายผ้ายกมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ คงความดั้งเดิมสอดคล้องกับแนวคิดเดิมของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช

งานวิจัยการศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ผสานกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมการทอผ้ายก ของจังหวัดนครศรีธรรมราชจึงมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความงดงามโดดเด่นลวดลาย ด้วยสีสันตระการตา และผู้คนทั่วไปยังคงพบเห็นรูปแบบอันเป็นอัตลักษณ์ของลวดลายเครื่องแต่งกายของชาวพื้นเมือง ด้วยลวดลายเป็นที่ต้องตาต้องใจของคนเมื่อนักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติ โดยการศึกษาอัตลักษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในพื้นที่ชุมชนศึกษาแนวทางเพื่อทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้านปัจจุบันที่มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปได้ในหลายรูปแบบ สามารถเป็นอาชีพเสริมที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสร้างรายได้และเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงความเป็นตัวตน

### 5.2.2 อภิปรายผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 2) เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ใช้กรอบแนวความคิด Universal Design ของ Nicole Del Castillo ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม (5) สรุปผลการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล พบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.39$ , S.D.= 0.37) รองลงมาคือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.94$ , S.D.= 0.24) รองลงมาอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.82$ , S.D.= 0.24) โดยมีการนำอัตลักษณ์ลวดลายผ้ายก ผ้าทอโบราณจากวิถีชีวิตการทอผ้ายกมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบสื่อดิจิทัลที่แสดงในแต่ละชนิด เนื่องจากผ้ายกเมืองนครเป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ใช้เทคนิคการทอแบบยกดอก ซึ่งเป็นศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านของจังหวัดนครศรีธรรมราช จัดเป็นความงามทางวัฒนธรรม ด้วยวิธีการคิดค้นประดิษฐ์เป็นลวดลาย จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สืบทอดภูมิปัญญามาตั้งแต่โบราณ จึงมีเอกลักษณ์เฉพาะตนในการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลในงานวิจัยและเพื่อให้คงความเป็นทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้หลักการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดเดิมของชาวนครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลที่แสดงผ่าน Web publication, Digital publications, Digital media

### 5.2.3 อภิปรายผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิด 4Ps ตามกรอบแนวความคิดของ Serirat et al. ได้ทำการกล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps พบว่า มีผู้อุปโภควัยทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านรูปแบบสื่อดิจิทัล ความสวยงามของสื่อดิจิทัลด้านรูปแบบ ( $\bar{x} = 4.57$ , S.D.= 0.63) รูปแบบสื่อดิจิทัลมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ( $\bar{x} = 4.47$ , S.D.= 0.63) รูปแบบสื่อดิจิทัล ที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน ( $\bar{x} = 4.63$ , S.D.= 0.49) ด้านราคา ราคาเหมาะสม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับรูปแบบสื่อดิจิทัล(ผลิตภัณฑ์) ( $\bar{x} = 4.43$ , S.D.= 0.77) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (ผลิตภัณฑ์) ( $\bar{x} = 4.40$ , S.D.= 0.56) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ(ผลิตภัณฑ์) ( $\bar{x} = 4.33$ , S.D.= 0.61) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รูปแบบสื่อดิจิทัลสามารถวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้า(ผลิตภัณฑ์) ( $\bar{x} = 4.60$ , S.D.= 0.56) ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์(ผลิตภัณฑ์) ( $\bar{x} = 4.60$ , S.D.= 0.56) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีบริการจัดส่งรูปแบบสื่อดิจิทัล(ผลิตภัณฑ์) ( $\bar{x} = 4.40$ , S.D.= 0.67) มีการประชาสัมพันธ์รูปแบบสื่อดิจิทัลในด้านต่างๆ ( $\bar{x} = 4.53$ , S.D.= 0.57) มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อรูปแบบสื่อดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ ( $\bar{x} = 4.40$ , S.D.= 0.81)

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ศึกษาพื้นที่การจัดแสดงสื่อดิจิทัลให้สามารถเสนอแนะ เพิ่มโอกาสการเข้าถึงและรับรู้แก่บุคคลทั่วไปภายใต้การรับรู้ดิจิทัล 4 มิติ

5.3.2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อดิจิทัลให้ตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ให้สามารถใช้งานได้ง่ายที่สุด

5.3.3 ควรศึกษาการพัฒนาผู้ดูแลสื่อดิจิทัลของชุมชนให้สามารถจัดการเพิ่มและแก้ไขข้อมูลขั้นต้นได้ด้วยตัวเอง

5.3.4 สามารถเปิดรับโฆษณา เพิ่มสินค้า เพิ่มรายเสริมให้ได้แก่สื่อดิจิทัล

5.3.5 ควรศึกษาการพัฒนาผู้ดูแลสื่อดิจิทัลของชุมชนให้สามารถจัดการข้อมูลขั้นต้นได้ด้วยตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

- ทรงวุฒิ วีระสุนทรให้สัมภาษณ์, 14 กุมภาพันธ์ 2564. ประชาธิ บุญเกิด  
ผู้สัมภาษณ์. ภูมิปัญญาวัฒนธรรมการทอผ้ายกเมืองนคร. กลุ่มอาชีพประชาชนตาม  
พระราชดำริ ศูนย์ศิลปาชีพเนินธัมมัง
- ธรีพันธุ์ จันทร์เจริญ. (2556). *ผ้ายกภูษานคราแดนใต้*. นครศรีธรรมราช: เสือผินการพิมพ์.
- สุดาวรรณ มีบัว. (2556). *ผ้ายกเมืองนครกับการพัฒนา*. ผ้ายกภูษานคราแดนใต้. นครศรีธรรมราช:  
เสือผินการพิมพ์.
- จूरรัตน์ บัวแก้ว. (2556). *ผ้าลิ่ม (ผ้าจวลตานี)ของจังหวัดชายแดนใต้*. พัฒนา. ผ้ายกภูษานคราแดนใต้.  
นครศรีธรรมราช: เสือผินการพิมพ์.
- อัมพร ศรีประสิทธิ์. (2537). *ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้และผ้าทอนาหมื่นศรี*. ศูนย์ส่งเสริมศิลปะ และ  
วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.สงขลา.
- นิรัช สุตสังข์. (2548). *ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- มนตรี ยอดบางเตย. (2538). *การออกแบบ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ. (2542). *ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: คอมแพคท์พริ้นท์.
- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ. (2557). *เอกลักษณ์และศิลปะสวดลายผ้าภาคใต้*. พิมพ์ครั้งที่  
ที่ 1. นนทบุรี: บริษัท สยามคัลเลอร์พริ้น จำกัด.
- นวลแข ปาลินิช. (2542). *ความรู้เรื่องผ้าและเส้นใย ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น  
วารสารสักทอง, 14 (2), 26-45.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, และองอาจ ปทะวานิช. (2541).  
*กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:  
อุดมศักดิ์ สาริบุตร. (2549). *เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- อภิชาติ สนธิสมบัติ. (2545). *กระบวนการทางเคมีสิ่งทอ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พรลภัส พิบูลโกคาสมบัติ. (2562). *หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์*. สืบค้น 27 พฤศจิกายน 2561,  
จาก <https://sites.google.com/a/kjwit.ac.th/ponlapass/pathor/hlak-kar>
- จันทรา ทองสมักร.(2554) *ผ้ายกเมืองนคร*. พิมพ์ครั้งที่1. นครศรีธรรมราช: อักษรการพิมพ์
- อัจฉรา อมระรักษ์.(2564). *การสร้างสื่อดิจิทัล*. นครราชสีมาวิทยาลัย: โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย  
สืบค้น 10 มีนาคม 2564, จาก:  
<https://sites.google.com/a/rajsima.ac.th/techono4/2-2-kar-srang-sux-dicithal>
- Castillo, N. D. (2009). Information on principles of design for the masses. Training  
material.Universal Design. Retrieved on 10 Mar 2021. From:  
[http://www.opp.go.th/km/fund/apcd3\\_7\\_12\\_49.pdf](http://www.opp.go.th/km/fund/apcd3_7_12_49.pdf). (in Thai)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม(ต่อ)

- Angkurahit, P. (2000). *Practical Philosophy Foundation of educational philosophy in democratic society*. 1st ed. Bangkok : Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Angkurahit, P. (2000). *Practical Philosophy Foundation of educational philosophy in democratic society*. 1st ed. Bangkok : Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Tiantong, M. (2005). *Multimedia and Hypermedia*. 1st ed. Bangkok: King Mongkut's University of Technology North. 131. (in Thai)
- Banjomyut. (2562). *เครื่องแต่งกายชาวนครศรีธรรมราช*. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2562, จาก [https://www.banjomyut.com/library\\_2/history\\_of\\_costume/06\\_2.html](https://www.banjomyut.com/library_2/history_of_costume/06_2.html)
- Wiboon Leesuwan. (2562). *Local arts and crafts*. Bangkok: Compact Prin  
สืบค้น 20 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.openbase.in.th/node/653>
- Montree Yodbangioei. (2562). *Design. 1st edition*. Bangkok: Odeon Store
- Siriwan Serirat and others. (2561). *Marketing strategy and marketing management. 1st edition*. Bangkok: Diamond in Business Network
- Jittangwattana, B. (1998). *Marketing strategy and marketing management*. 1st ed. Bangkok: Diamond in Business Network. 136-137. (in Thai)
- Yamane, T. (1973). *Statistics an introductory analysis*. New York: Harper & Row. 727
- ไม่ปรากฏผู้แต่ง. (2562). *การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด : STP*. สืบค้น 13 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://jiradabbc.wordpress.com/227-2/>
- ไม่ปรากฏผู้แต่ง. (2562). *ตารางแสดงกลยุทธ์ในการเลือกตลาดเป้าหมาย 3 ทาง (The alternative target market selection strategies)*. สืบค้น 13 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch6.htm>
- ไม่ปรากฏผู้แต่ง. (2562). *STP MODEL*. สืบค้น 13 พฤศจิกายน 2563, จาก [http://km.intrachai.ac.th/km/files/20130007\\_16111113130839.pdf](http://km.intrachai.ac.th/km/files/20130007_16111113130839.pdf)
- De Bono, E. (1967). *Teaching Thinking*. London: Temple Smith.
- De Bono, E. (1984). *Lateral Thinking for Management*. London: Penguin Books.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management. The Millennium Edition*. Prentice- Hall, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## ภาคผนวก

ภาคผนวก ก หนังสือราชการ

ภาคผนวก ข แบบประเมินผลประสิทธิภาพ

ภาคผนวก ค ภาพแสดงแหล่งผลิตผ้ายกเมืองนคร

ภาคผนวก ง ภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

ภาคผนวก จ ภาพรูปแบบสื่อดิจิทัล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก.

## หนังสือราชการ

หนังสือขอความอนุเคราะห์

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

หนังสือขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือเพื่อการวิจัย

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล

หนังสือขอตอบรับตีพิมพ์วารสารศาสตร์อุตสาหกรรมบทความวิจัย

ที่ อว /004 /2315



คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิเศษเพื่อ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนนวมินทร์  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

19- ธันวาคม 2563


เรื่อง ขออนุญาตเป็นผู้เข้าควบคุมด้านอัตลักษณ์ชุมชน

เรียน ร.ม.ทรงวุฒิ วีระสุนทร (ผู้บังคับชมเชยกลุ่มหอพักบ้านเนินอิမ်)

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์พื้นที่การท่องเที่ยวเมือง จังหวัดนครราชสีมา" โดยมี ร.ต.ดร.อุตรพงษ์ เลขาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อนนต์ ภิมรณิกานต์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เข้าควบคุมด้านอัตลักษณ์ชุมชน ของ ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับตอบกลับเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

แสดงความนับถือ

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุตรพงษ์ (เพ็ญพร)

ผู้อำนวยการ

ศูนย์บริการชุมชน

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329 8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087894-8284

ที่ อว 7004 / 2315



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนฉัตรทอง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

17 ธันวาคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอิเล็กทรอนิกส์ชุมชน


เรียน นางสาวละออง บัวเพชร (ผู้นำชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านมะม่วงสายเขม)

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา" โดยมี ร.ต.ดร.หญิงศุภา เพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.สนธยา ภิรมย์ภัทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอิเล็กทรอนิกส์ ชุมชน ของ ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับทราบ อันตระราห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

แสดงความนับถือ

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรพงษ์ (พรวันทร์))

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ  
ปฏิบัติภารกิจแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ  
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692  
โทรสาร. 02-329-8436  
ติดต่อนักศึกษา โทร. 08/894-8281



ที่ อว 7004 /2315

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

19 ธันวาคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอิเล็กทรอนิกส์ชุมชน

เรียน คุณวิสัย จิตรเวช (ผู้นำชุมชนกลุ่มหมู่บ้านตรอกนก)

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การ  
ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช" โดยมี ร.ต.จรงค์ เสาตะเพ็ดแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ  
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอิเล็กทรอนิกส์ชุมชน ของ ว่าที่ ร.ต.หญิง  
ปาริชาติ บุญเกิด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น  
อย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรัช โพธิ์ทรัพย์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ  
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087894-8284



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692  
ที่ อว 7004/ 2315 วันที่ 17 ธันวาคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจ IOC

เขียน ผศ.ดร.ภฤชณา คิตติ

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การ  
ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช" โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เกษมเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ธนุส ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ  
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมิน IOC นี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้อง  
และเหมาะสมมากน้อยเพียงใด จึงผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ ว่าที่ ร.ต.หญิง  
ปาริชาติ บุญเกิด มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมทั้งได้แนบแบบประเมิน IOC มาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น  
อย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพงษ์ ไพรินทร์)  
ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ  
ปฏิบัติการแทนคณบดี



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ สน 7004/ 2315

วันที่ 19 ธันวาคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจ IOC

เขียน ผศ.ดร.สมชาย เชนวิเศษ

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาระบบออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช" โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เกษมเทัญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อนนต์ ภิรมย์ภัก์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมิน IOC นี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบประเมิน IOC มาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต ไพจิตร)  
ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ  
ปฏิบัติการแทนคณบดี



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร 3692  
ที่ อว 7004/ 2315 วันที่ 17 ธันวาคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจ IOC

เรียน ผศ.ดารณี ธนวัฒน์

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปราณีชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช" โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เกษพะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.รณนที ภิรมภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าคุณเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ เชี่ยวชาญเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมิน IOC นี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ ว่าที่ ร.ต.หญิงปราณีชาติ บุญเกิด มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมทั้งได้แบบแผนประเมิน IOC มาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไพรินทร์)  
ผู้ทรงคุณวุฒิฝ่ายวิชาการ  
ผู้อำนวยการงานสนับสนุน

ที่ ชม 7004 / 2315



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

19 ธันวาคม 2563

เรื่อง ของเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบสื่อดิจิทัล

เรียน อาจารย์ทรงพันธ์ จันทร์ทอง

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปราณีชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช" โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เล่าหะเทียมแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ธนยศ ภิรมย์สาร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบสื่อดิจิทัล ของ ว่าที่ ร.ต.หญิงปราณีชาติ บุญเกิด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วระพงษ์ ไพโรจน์ทรัพย์

ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยการ

ปฏิบัติภาระงานคอมพิวเตอร์

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087894 8281

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7001 / 2315



คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

1๓ กันยายน 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบสื่อดิจิทัล

เรียน อาจารย์วราวุฒา เอ็มเอก

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์บริการ  
ท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช" โดยมี ร.ต.ถ.ว.จ.สรพงศ์ เจ้าทะเลเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ต.นศ. ภิญโญภัทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ  
เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบสื่อดิจิทัล ของ ว่าที่ ร.ต.หญิง  
ปาริชาติ บุญเกิด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับพิจารณาตอบรับจากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่าง  
สูงยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราพงษ์ ไพรินทร์

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ  
ปฏิบัติกิจการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329 8100 ต่อ 3692

โทรสาร. 02 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087894-8284

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ อว 7004 / 2315



คณะกรรมการอุดมศึกษาและเทคโนโลยี  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง  
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

17 ธันวาคม 2563

เรื่อง ขยะเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบสื่อดิจิทัล

เรียน นางสาวบุษิณี บุษะ

ด้วย ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาระบบออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครราชสีมา” โดยมี รศ.ดร. จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ธนศ. ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการอุดมศึกษาและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบสื่อดิจิทัล ของ ว่าที่ ร.ต.หญิงปาริชาติ บุญเกิด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราพงษ์ ไพรพันธ์

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 087894-8264

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่!อว!"##\$%&'()\*+,-.&#/?!

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี!  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง!เลขที่!&!!ขอทดลองกรุง!&!!  
แขวงลาดกระบัง!!เขตลาดกระบัง!!  
กรุงเทพฯ!#&01#!!!!!!!

!!!!!!!1&!!มิถุนายน!!10(\$!

เรื่อง!!รับรองผลการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม!สจล%!!

เรียน!!นางสาวปริชาติ!บุญเกิด!

!!!!!!!ตามที่ท่านได้ส่งบทความ!ประเภทบทความวิจัย!เพื่อตีพิมพ์ลงในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม!  
ทางกองบรรณาธิการวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม!!และผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาแล้ว!บทความของท่านสามารถตีพิมพ์!  
ในวารสารดังกล่าวได้ในปีที่!1#ฉบับที่!1!เดือนพฤษภาคม!2!สิงหาคม!10(\$!โดยมีชื่อเรื่องและรายละเอียดดังนี้!

การศึกษาและออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง!จังหวัดนครศรีธรรมราช!  
"\$%&' ( (%!" "+ (!, -!%+ #' .!/)%" !- 0 /' #!" - 0!1\$2. 3!0)' #' , ("! - 0!" )3, (% 0&!3#&!  
# , \$0" /! ( ' 45, (!" !#5' / /' 0' #!10, 6' (3)!

ปริชาติ!บุญเกิด!7!!จุดประสงค์!สาเหตุ!เพียงแสง!!และรณรงค์!กิจกรรม!  
189: <89-12>?@A9B7Q3<8-D9>?@. >D<8EA?F8?@Q8?B!#<8?8-A!1!9>G@89?!

)HG8:!!E!8!G!K!E89: ; <A9-L @G8:IK ; >GQ : <8-D9>?@L M8<>>K ; >GQ8?B!<8?8-A!E-9>GL@G8:IK ; >G!

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ!คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี!  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง!กรุงเทพมหานคร!NQP00!  
%AE89-GA?-!>R!' 9; <-A ; -D98!8?B!%AF:@!)BD;8=>?Q!  
" ; <>>!!>R!"?BDF-9:8!!)BD;8=>?!8?B!#A ; <?>!>@M!  
4: ?@ />?@SD=FF!"?F=-D-A!>R!#A ; <?>!>@M! .8BS98U8?@!28?@S>S!NOPQ0!#<8:18?B!  
73>99AFE>?B: ?@8D=<>9!/)HG8:!!? ; ; <8S8?8AMAL@G8:IK ; >G!

!!!!!!!จึงเรียนมาเพื่อทราบ!

!!!!!!!ขอแสดงความนับถือ! !!!!!!!!

!!!!!!! *ศิริรุ้ง* !

!!!!!!!ผู้ช่วยศาสตราจารย์!ดร!ประเสริฐ!!เคนพันค้อ!!  
!!!!!!!บรรณาธิการวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม!

ส่วนสนับสนุนวิชาการ!  
โทร%#!131/!4###!ต่อ!3"13!  
โทรสาร%#!131/!4\$30!

! ไม่รับรองผลการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม!สจล!ฉบับนี้เป็นฉบับจริง!ไม่มีการถ่ายสำเนา!



## ภาคผนวก ข.

### แบบประเมินผลประสิทธิภาพ

การหาคุณภาพของแบบประเมินเพื่อความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย IOC  
แบบประเมินความคิดเห็นด้านรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมือง  
รองจังหวัดนครศรีธรรมราช และการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัล  
แบบสอบถามความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การ  
ท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับนิยามศัพท์ด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อ  
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้ทรงคุณวุฒิ

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง ศึกษาแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง  
จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้วิจัย

ปรีชาติ บุญเกิด

หลักสูตร

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ
- 2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด  
นครศรีธรรมราช
- 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

คำชี้แจง : แบบประเมินนี้ใช้เพื่อสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อ  
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ฉะนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาท่านได้ตอบ  
แบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง และตอบให้ครบทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงใน  หรือเติม  
คำลงในช่องว่างที่กำหนดให้โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- |    |         |   |
|----|---------|---|
| +1 | หมายถึง | แน่ใจว่าข้อความของเครื่องมือที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์    |
| 0  | หมายถึง | ไม่แน่ใจว่าข้อความของเครื่องมือที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ |
| -1 | หมายถึง | แน่ใจว่าข้อความของเครื่องมือที่ไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ |

โดยแบบประเมินชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

คำชี้แจง : กรุณากรอกข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ชื่อของผู้ประเมิน.....
2. ตำแหน่ง / หน้าที่ปัจจุบัน.....
3. สถานที่ทำงาน.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

### ตอนที่ 2 แบบประเมินความคิดเห็นด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การ

ท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับค่าความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุดในแต่ละข้อคำถาม

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	ด้านประโยชน์ใช้สอย				
	1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม				
	1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลายครั้ง				
	1.3 ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม				
2	ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์				
	2.1 ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม				
	2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง				
	2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสีสัมพันธ์จากธรรมชาติ				
	2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า				
3	คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ				
	3.1 มีคุณค่าในตัวเอง				
	3.2 เหมาะสมกับการผลิต				
4	แบบอย่างและวัฒนธรรม				
	4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช				
	4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์				

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

---



---

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

---

---

ขอกราบขอบพระคุณ  
ปรีชาติ บุญเกิด (ผู้วิจัย)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วิเคราะห์ความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

การหาคุณภาพแบบประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับคำนิยามศัพท์  
ด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช  
(ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ)

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ			IOC
		1	2	3	
1	<b>ด้านประโยชน์ใช้สอย</b>				
	1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม	1	1	1	1
	1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลายครั้ง	1	1	1	1
	1.3 ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม	1	1	1	1
2	<b>ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์</b>				
	2.1 ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม	1	1	1	1
	2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	1	1	1	1
	2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี्योंมาจากธรรมชาติ	1	1	1	1
	2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	1	1	1	1
3	<b>คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ</b>				
	3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	1	1	1	1
	3.2 เหมาะสมกับการผลิต	1	1	1	1
4	<b>แบบอย่างและวัฒนธรรม</b>				
	4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช	1	1	1	1
	4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์	1	1	1	1

หมายเหตุ มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 เป็นเกณฑ์ความหมายที่มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่  
ต้องการวัดวัตถุประสงค์การวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับนิยามศัพท์ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ  
รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง  
จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้ทรงคุณวุฒิ

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด  
นครศรีธรรมราช สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์  
ผู้วิจัย ปรีชาติ บุญเกิด  
หลักสูตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต  
สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ
- 2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด  
นครศรีธรรมราช
- 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

คำชี้แจง : แบบประเมินนี้ใช้เพื่อสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์  
ท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ฉะนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาท่านได้ตอบแบบสอบถามนี้  
ตามความเป็นจริง และตอบให้ครบทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงใน  หรือเติมค่าลงในช่องว่าง  
ที่กำหนดให้โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- |    |         |   |
|----|---------|---|
| +1 | หมายถึง | แน่ใจว่าข้อความของเครื่องมือที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์    |
| 0  | หมายถึง | ไม่แน่ใจว่าข้อความของเครื่องมือที่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ |
| -1 | หมายถึง | แน่ใจว่าข้อความของเครื่องมือที่ไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์ |

โดยแบบประเมินชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อ  
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

คำชี้แจง : กรุณากรอกข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ชื่อของผู้ประเมิน.....
2. ตำแหน่ง / หน้าที่ปัจจุบัน.....
3. สถานที่ทำงาน.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

ตอนที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับค่าความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุดในแต่ละ  
ข้อคำถาม

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	เพศ				
	1.1 ชาย				
	1.2 หญิง				
2	อายุ				
	2.1 25 – 30 ปี				
	2.2 31 – 35 ปี				
	2.3 36 – 40 ปี				
	2.4 41 – 45 ปี				
	2.5 อื่นๆ (โปรดระบุ)				
3	ระดับการศึกษา				
	3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี				
	3.2 ปริญญาตรี				
	3.3 สูงกว่าปริญญาตรี				
	3.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)				
4	รายได้				
	4.1 รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้เฉพาะเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2	20,001 – 25,000 บาท				
4.3	25,001 – 30,000 บาท				
4.4	30,001 – 35,000 บาท				
4.5	รายได้มากกว่า 35,000 บาท				
4.6	อื่นๆ (โปรดระบุ)				

**ตอนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับค่าความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุดในแต่ละข้อคำถาม

ข้อ	รายการประเมิน	คะแนนพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
	1.1 ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง				
	1.2 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว				
	1.3 ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย				
2	<b>ด้านราคา</b>				
	2.1 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
	2.2 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ				
	2.3 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ				
3	<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>				
	3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า				
	3.2 ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์				
4	<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
	4.1 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์				
	4.2 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ				
	4.3 มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการหาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์				
--	--	--	--	--

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

---



---



---



---

ขอกราบขอบพระคุณ  
ปรีชาติ บุญเกิด (ผู้วิจัย)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### วิเคราะห์ความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

การหาคุณภาพแบบประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับคำนิยามศัพท์  
ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด  
นครศรีธรรมราช (ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ)

ข้อ	รายการประเมิน	คะแนนพิจารณา			IOC
		1	2	3	
1	<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
	1.1 ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง	1	1	0	0.67
	1.2 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	1	1	1	1
	1.3 ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย	1	1	1	1
2	<b>ด้านราคา</b>				
	2.1 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
	2.2 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	1	1	1	1
	2.3 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ	1	1	1	1
3	<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>				
	3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า	1	1	1	1
	3.2 ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์	1	1	1	1
4	<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>				
	4.1 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์	1	1	1	1
	4.2 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ	1	1	1	1
	4.3 มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ	1	1	1	1
	4.4 ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการหาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	1	1	-1	0.33

หมายเหตุ มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 เป็นเกณฑ์ความหมายที่มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่  
ต้องการวัดวัตถุประสงค์การวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความคิดเห็นด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

เมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง ศึกษาแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด  
นครศรีธรรมราช

ผู้วิจัย

ปรีชาติ บุญเกิด

หลักสูตร

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ
- 2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด

นครศรีธรรมราช

- 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

คำชี้แจง : แบบประเมินนี้ใช้เพื่อสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์  
ปกากะญอ ฉะนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาท่านได้ตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง และตอบให้  
ครบทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงใน  หรือเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้โดยมีเกณฑ์การให้  
คะแนนดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

โดยแบบประเมินชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

คำชี้แจง : กรุณากรอกข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ชื่อของผู้ประเมิน.....
2. ตำแหน่ง / หน้าที่ปัจจุบัน.....
3. สถานที่ทำงาน.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

### ตอนที่ 2 แบบประเมินความคิดเห็นด้านการออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การ

ท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับค่าความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุดในแต่ละข้อคำถาม

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ด้านประโยชน์ใช้สอย					
	1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสม					
	1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้หลายครั้ง					
	1.3 ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม					
2	ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์					
	2.1 ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม					
	2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง					
	2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี्योंมจากธรรมชาติ					
	2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า					
3	คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ					
	3.1 มีคุณค่าในตัวเอง					
	3.2 เหมาะสมกับการผลิต					
4	แบบอย่างและวัฒนธรรม					
	4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช					
	4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์					

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

---

---

---

ขอกราบขอบพระคุณ  
ปรีชาติ บุญเกิด (ผู้วิจัย)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมือง  
รองจังหวัดนครศรีธรรมราช

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง ศึกษาารูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด  
นครศรีธรรมราช

ผู้วิจัย ปรีชาติ บุญเกิด

หลักสูตร

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รศ.ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบสื่อดิจิทัลในการออกแบบ
- 2 เพื่อออกแบบรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

คำชี้แจง : แบบประเมินนี้ใช้เพื่อสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช ฉะนั้นจึงใคร่ขอความกรุณาท่านได้ตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง และตอบให้ครบทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงใน  หรือเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

โดยแบบประเมินชุดนี้แบ่งเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อ  
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

คำชี้แจง : กรุณากรอกข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ชื่อของผู้ประเมิน.....
2. ตำแหน่ง / หน้าที่ปัจจุบัน.....
3. สถานที่ทำงาน.....
4. ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี

ตอนที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับค่าความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุดในแต่ละ  
ข้อคำถาม

ข้อ	รายการประเมิน	คะแนนพิจารณา				
		5	4	3	2	1
1	เพศ					
	1.1 ชาย					
	1.2 หญิง					
2	อายุ					
	2.1 25 – 30 ปี					
	2.2 31 – 35 ปี					
	2.3 36 – 40 ปี					
	2.4 41 – 45 ปี					
	2.5 อื่นๆ (โปรดระบุ)					
3	ระดับการศึกษา					
	3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี					
	3.2 ปริญญาตรี					
	3.3 สูงกว่าปริญญาตรี					
	3.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ที่นอกเหนือจากนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4	รายได้					
	4.1 รายได้น้อยกว่า 20,000 บาท					
	4.2 20,001 – 25,000 บาท					
	4.3 25,001 – 30,000 บาท					
	4.4 30,001 – 35,000 บาท					
	4.5 รายได้มากกว่า 35,000 บาท					
	4.6 อื่นๆ (โปรดระบุ)					

ตอนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อ  
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับค่าความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุดในแต่ละ  
ข้อคำถาม

ข้อ	รายการประเมิน	คะแนนพิจารณา				
		5	4	3	2	1
1	<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
	1.1 ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง					
	1.2 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
	1.3 ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย					
2	<b>ด้านราคา</b>					
	2.1 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	2.2 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ					
	2.3 ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ					
3	<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
	3.1 ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า					
	3.2 ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์					
4	<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
	4.1 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์					
	4.2 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ					
---	--	--	--	--	--

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

---



---



---



---



---



---

ขอกราบขอบพระคุณ  
ปรีชาติ บุญเกิด (ผู้วิจัย)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง.

### ภาพแสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

การลงพื้นที่ศึกษาหาข้อมูล

ภาพร่างรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพแบบผลิตรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ง.1 ศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนทอผ้ายกเมืองนครศรีธรรมราช

ภาพโดย : สมสวย บุญเกิด

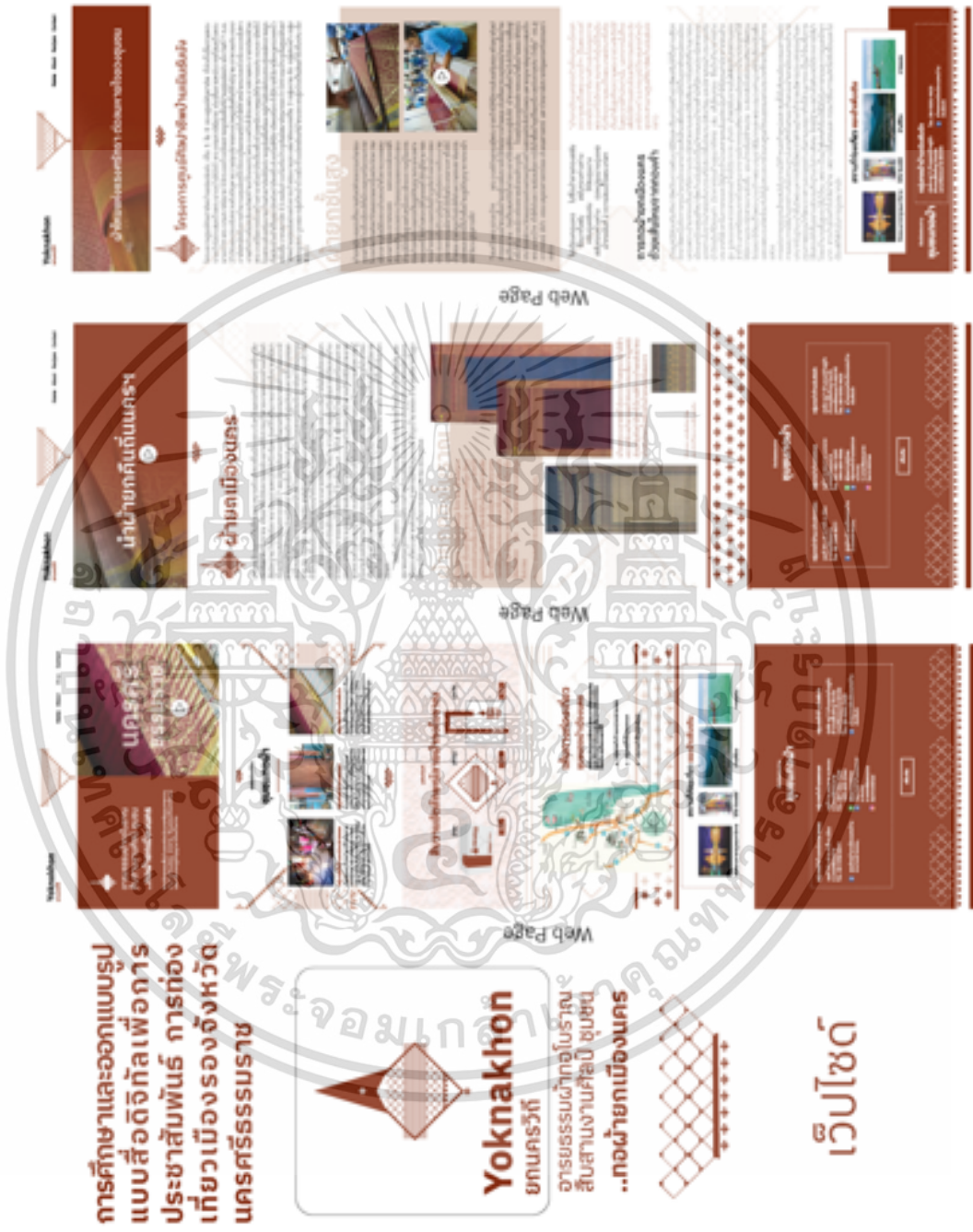
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ง.2 ศึกษาหาข้อมูลรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์  
ภาพโดย : มัลลิกา บุญเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





ภาพที่ ง.4 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช Web publication แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Them Wordpress free 1

ภาพโดย : ปริชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)  
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

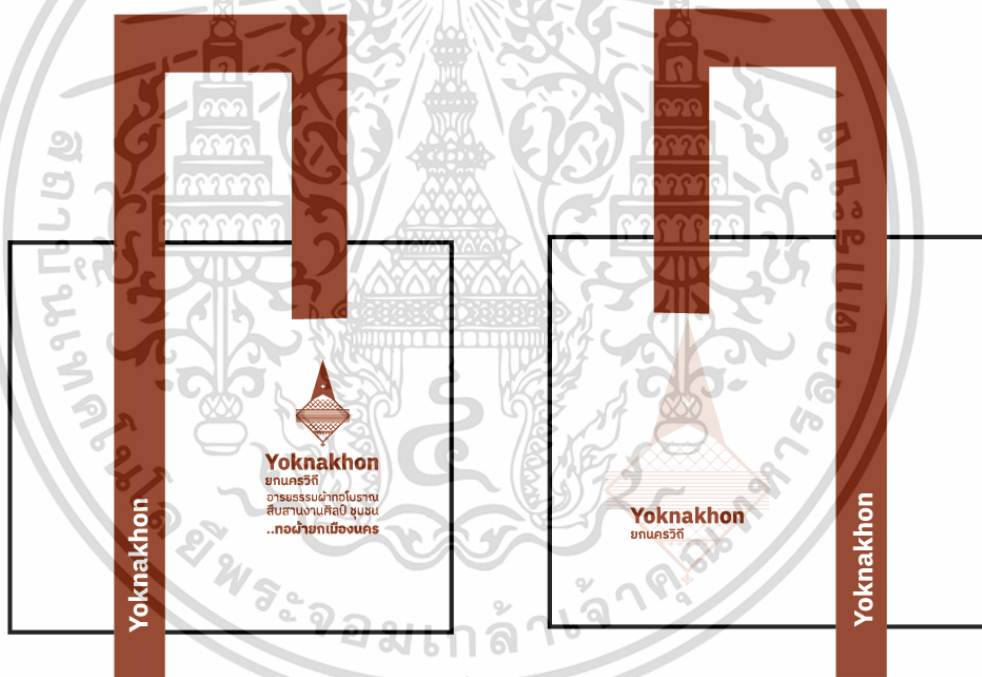


ภาพที่ ๕.5 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัดนครศรีธรรมราช Web publication แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่าน Them Wordpress free 2 ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

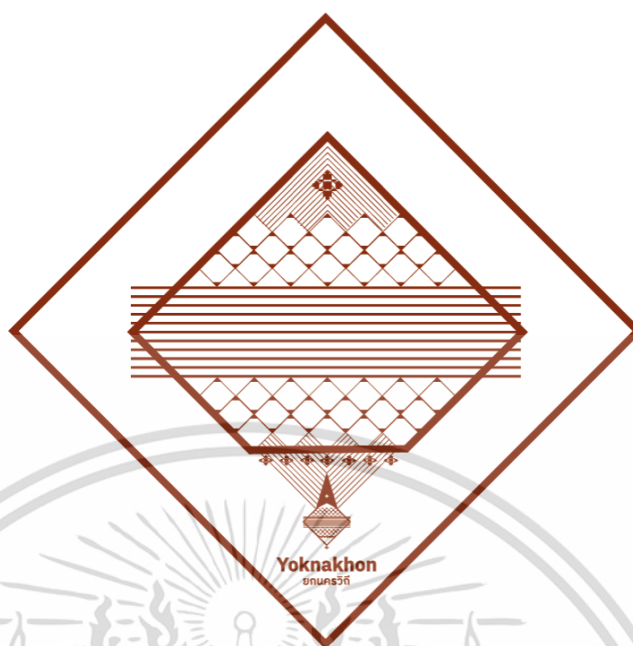


ภาพที่ ง.6 รูปภาพแสดงรูปแบบ Digital media เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านบรรจุภัณฑ์  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)



ภาพที่ ง.7 ภาพแสดงรูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องประดับ  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ง.8 ภาพแสดงรูปแบบ Digital publications เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมือง  
รอง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องแต่งกาย

ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (1 เมษายน 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก จ.

ภาพผลิตภัณฑ์

ภาพรูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ จ 1 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด นครศรีธรรมราช Web publication แสดงอัตลักษณ์ชุมชน 1  
ภาพโดย : ปรัชชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ จ 3 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัด นครศรีธรรมราช  
 ภาพโดย : ปริชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ จ 4 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด  
นครศรีธรรมราช Digital publications แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องแต่งกาย  
ภาพโดย : ปริชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.20 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด นครศรีธรรมราช Digital publications แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านเครื่องประดับ ภาพโดย : ปริชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ จ. 5 รูปแบบสื่อดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรองจังหวัด นครศรีธรรมราช Digital media แสดงอัตลักษณ์ชุมชนผ่านบรรจุภัณฑ์  
ภาพโดย : ปรีชาติ บุญเกิด (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ปรีชาติ บุญเกิด
วัน-เดือน-ปีเกิด	3 มีนาคม 2535
ที่อยู่ปัจจุบัน	81/2 หมู่4 ตำบลท่าซิ่น อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรม
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2558 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์อุตสาหกรรม สาขาวิชาครุศาสตร์การออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2564 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประวัติการทำงาน	ปีพุทธศักราช 2558-2560 ตำแหน่ง Graphic Design แผนก Marketing บริษัท แอมเซล นวัตกรรมชุดศิลป์ จำกัด ปีพุทธศักราช 2561-2562 ตำแหน่ง Graphic Design แผนก Creative Support World Vision Foundation of Thailand ปีพุทธศักราช 2562-ปัจจุบัน ตำแหน่ง นักออกแบบผลิตภัณฑ์ อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้