



แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมูในกรุงเทพมหานคร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบ แผน ก แบบ ก2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมูในกรุงเทพมหานคร



โดย
นางสาวปลายฝน แก้วประทีป

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบ แผน ก แบบ ก2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

DIGITAL MOBILE APPLICATION FOR SUPERSTITIONS FANATICS IN BANGKOK



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Fine Arts Program in Design
Academic Year 2024
Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมูในกรุงเทพมหานคร
โดย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป
สาขาวิชา การออกแบบ แผน ก แบบ ก2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติเทพ แจ้दनาลาว

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

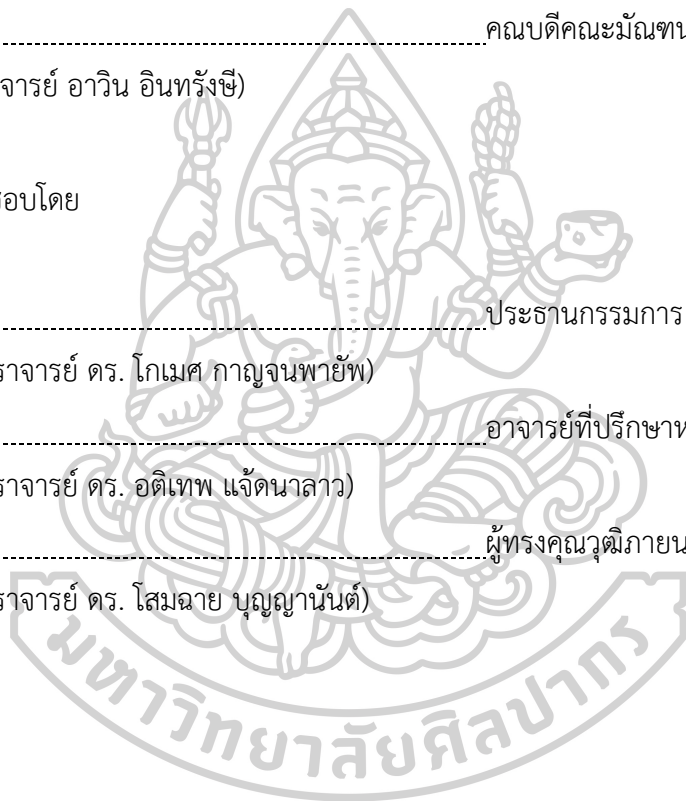
..... คณบดีคณะมัณฑนศิลป์
(รองศาสตราจารย์ อาวิน อินทร์งษ์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โกเมศ กาญจนพ่ายัพ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติเทพ แจ้दनาลาว)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โสมฉาย บุญญานันต์)



660420028 : การออกแบบ แผน ก แบบ ก2

คำสำคัญ : ไหว้พระขอพร, มูเตลู, ประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริง, แอปพลิเคชัน,
กรุงเทพมหานคร

นางสาว ปลายฝน แก้วประทีป: แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมูในกรุงเทพมหานคร อาจารย์ที่
ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติเทพ แจ่มนาลาว

งานวิจัยนี้มุ่งออกแบบนวัตกรรมการสร้างประสบการณ์แบบผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำสถานที่และวิธีการไหว้พระขอพร เพื่อคนสายมูในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมุ่งแก้ปัญหาความไม่สะดวก ความสับสนในพิธีกรรม และความต้องการทางจิตใจของผู้ใช้งานจากประสบการณ์จริงในสถานที่นั้นๆ ผู้วิจัยเลือกวัดสุทัศนราชวรวิหาร ย่านเสาชิงช้า เขตพระนครเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็นพื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีความนิยมในปัจจุบัน อีกทั้งมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ที่หลากหลาย และยังมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์บริเวณรอบๆที่มีความคล้ายคลึงด้านศาสนา การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบ User Research เพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มคน Gen Y เพศหญิง วัยทำงาน อายุ 27-42 ปี ที่มีพฤติกรรมแสวงหาความสะดวก รวดเร็ว และศรัทธาในแนวทางสายมูเตลู กระบวนการวิจัยประกอบด้วยการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลออกแบบต้นแบบ ทดสอบและปรับปรุง ผลการวิจัยนำไปสู่การออกแบบแอปพลิเคชันโดยมีแนวคิดจาก “แสงสว่างและความศรัทธา” จากบริบทความเชื่อในอดีตสู่ยุคปัจจุบันที่มีการตีความแสงในเชิงเหตุผลและหลักจิตวิทยาเพื่อสร้างประสบการณ์ในแง่ของความสบายใจและพลังงานในเชิงบวก ที่ประกอบด้วย 5 พีเจอร์หลัก ได้แก่ ข้อมูลสถานที่ศักดิ์สิทธิ์, การเล่าเรื่องผ่าน AR Motion Graphic, AR Immersive Experience พีเจอร์ “มูใกล้ฉัน”, พีเจอร์ซื้อบัตรเข้าสถานที่ที่สามารถบริจาคเงินได้ และพีเจอร์ Profile สีมงคลเฉพาะบุคคล ผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 47 คน โดยมีการเข้าชม 49% ต่อ 1 วัน จากการใช้งานรวม 102 ครั้งใน 1 สัปดาห์ เฉลี่ยการใช้งานต่อคน 2.2 ครั้ง พบว่าแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ ใช้งานง่าย และตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้ จึงทำให้ผู้ทดสอบได้มีการเข้ามาใช้งานมากกว่า 1 ครั้ง โดยได้มีการปรับปรุงด้านระบบ Login ขนาดไฟล์ 3D และระบบแผนที่ให้เหมาะสมกับการใช้งานบน Web Application จากข้อเสนอแนะและผลสังเกตหลังการใช้งาน

660420028 : Major Program in Design

MISS Plaifon KAEWPRATHIP : Digital Mobile Application for Superstitions Fanatics in Bangkok Thesis advisor : Assistant Professor Dr. Atitthep Chaetnalao

This research aims to design an innovative hybrid experience through a web-based application that guides users in visiting sacred sites and performing spiritual rituals, tailored for Moo (spiritual) believers in Bangkok. The objective is to address pain points such as inconvenience, confusion in ritual practices, and emotional needs based on real user experiences. Wat Suthat Thepwararam, located in the Sao Chingcha area of Phra Nakhon district, was selected as a case study due to its historical significance, popularity, and proximity to several spiritually relevant sites that share similar religious functions. The study adopts a User Research methodology focusing on female Gen Y users (aged 27–42) who seek convenience, speed, and spiritual fulfillment through Moo culture. The research process included literature review, user analysis, prototyping, usability testing, and iterative improvement. The application was conceptualized under the theme of “Light and Faith,” symbolizing the transition from traditional belief systems to modern interpretations rooted in psychology and emotional design. This concept aims to deliver a sense of peace, positivity, and spiritual connection. The final design consists of five core features: Information on sacred sites, AR motion graphic storytelling, AR immersive ritual experience “Moo Near Me”, location-based search Ticketing and donation system with personalized auspicious color profiling Usability testing with 47 target users showed promising results, with 49% of users revisiting within a single day and an average usage of 2.2 times per person across 102 total sessions in one week. Participants found the application engaging, easy to use, and well-aligned with their spiritual needs, indicating high user interest and return rates. Following feedback, improvements were made to the login system, 3D file optimization, and map

functionality to enhance web application performance. The findings provide valuable insight into the integration of faith, culture, and user experience design in the context of digital spirituality in urban Thailand.



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เกิดขึ้นมาได้จากการที่ผู้วิจัยมองเห็นถึงปัญหาและความสำคัญของการไปไหว้พระขอพร และโอกาสในการสร้างธุรกิจในด้านสายมุเตลู่ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันจึงได้สนใจและศึกษาค้นคว้าเป็นหัวข้อวิจัย แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมุในกรุงเทพมหานคร โดยหัวข้อนี้สำเร็จได้จากความพยายาม และความตั้งใจของผู้วิจัยและการได้รับความสนับสนุนจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติเทพ แจ้ตนาลาว อาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยชี้แนะแนวทางและข้อปรับปรุงในงานวิจัยนี้ และกำลังใจ การดูแลในการทำงานวิจัยตั้งแต่ต้นตลอดจนจบการวิจัย

ความสำเร็จในการทำวิจัยจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากขาดการสนับสนุนและขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ได้แก่ คุณวิ โลกวิวัฒน์ (พิธีกรรายการ โลกวิวัฒน์ทางไทยรัฐสตูดิโอ) ดร. เกวลิน อัครเดช เรืองศรี (ผู้ก่อตั้งโรงเรียนโหราศาสตร์ชลบุรี) ผศ.ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตนา ดร.อรรรค พล ล่าม่วง ในการให้องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง แนะนำแนวทางในการพัฒนาวิจัยนี้และสละเวลาอันมีค่าในการทำแบบสัมภาษณ์ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ข้อมูล กราบขอบคุณบุคคลสำคัญที่ในการให้ข้อมูลและเอื้อเฟื้อสถานที่ ท่านเจ้าอาวาสวัดสุทัศน์ พระครูสังฆวิจิตร (พรเทพ) และ พระมหานพดล อภิชาโน (พระผู้ช่วยเจ้าอาวาส วัดโสมนัสราชวรวิหาร) อีกทั้งผู้ช่วยเหลือรอบตัว บุคคลที่ข้าพเจ้ารัก และให้ความเคารพทั้งหลาย เพื่อนๆที่คอยส่งมอบกำลังใจและให้การใช้เหลือในการทำกิจกรรมและการจัดนิทรรศการ ทดสอบระบบแอปพลิเคชันนี้ ได้แก่ พี่ฟ้าน้อย น้องคิว น้องชิม น้องโปรโมท ไข่ตุ๋น ยีน พี่โก้ และแนน รวมถึงผู้ในที่มาร่วมนิทรรศการทุกคน ขอขอบคุณพี่ชิม และทีมที่ช่วยเสียดสละ และส่งเสริมเวลาเรียนในครั้งนี้ ขอขอบคุณน้องแบ้ว เมย์ เอสโซ่ ขอขอบคุณเพื่อนๆนิสิตมหาบัณฑิตทุกคนที่ให้การสนับสนุนที่ดีต่อกันเสมอมา

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณคุณพ่อ คุณแม่ และพี่กายที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุนและคอยผลักดันข้าพเจ้าให้ทำงานวิจัยนี้ได้สำเร็จ ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ปลายฝน แก้วประทีป

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
สมมติฐานและคำถาม	3
วัตถุประสงค์.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
ด้านพื้นที่.....	4
ด้านประชากร.....	4
ด้านข้อมูล	5
กรอบแนวความคิด	6
วิธีดำเนินการวิจัย	7
นิยามคำศัพท์.....	7
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	9
1. การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีอันเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ใช้งาน.....	9
1.1 มูเตลู.....	9
1.2 ศาสนา.....	9

1.3 พิธีกรรม ความเชื่อ และความศรัทธา	11
1.4 เขตแหล่งศักดิ์สิทธิ์ในกรุงเทพมหานคร	14
1.5 ย่านเสาชิงช้า	18
1.6 วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดสุทัศน์).....	22
1.7 แนวคิดวิวัฒนาการทางด้านศาสนาโรเบิร์ต เอ็น. เบลลาห์ (Robert N. Bellah).....	24
1.8 หลักการวิจัยเพื่อออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Research).....	25
1.9 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs).....	28
1.10 ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud)	31
การนำทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ไปใช้ในการออกแบบ	32
2. การศึกษาแนวคิดและหลักการตลาดเพื่อวิเคราะห์รูปแบบความต้องการของผู้ใช้งาน.....	34
2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theories).....	34
2.2 กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ความเชื่อ (Muketing).....	36
2.3 ลักษณะและรูปแบบของ Muketing	37
2.4 กลยุทธ์ด้านการออกแบบธุรกิจ (Business Model Canvas)	38
3. การศึกษาแนวคิดและหลักการออกแบบเพื่อค้นหาแนวทางการสร้างสรรค์ต้นแบบให้สอดคล้อง และมีประสิทธิภาพต่อกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด	41
3.1การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ User experience.....	41
3.2 การออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ใช้งาน User Interface	44
3.3 เทคโนโลยีการออกแบบผสมผสานเสมือนจริง	45
3.4 ออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design).....	46
3.5 การออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity).....	53
3.6 ทฤษฎีและจิตวิทยาของสี	55
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	58

5. สรุปแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย	60
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	62
1. กลุ่มประชากรและกลุ่มเป้าหมาย	62
2. เครื่องมือดำเนินการวิจัย.....	62
3. กระบวนการวิจัย	63
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
1. ผลลัพธ์การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การให้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง..	74
2. ผลลัพธ์การเพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยี ผสมผสานเสมือนจริงในการกำหนดแนวทางในการออกแบบ	75
2.1 วิเคราะห์การออกแบบ UX ให้ตอบโจทย์ผู้ใช้งาน	77
2.2 ด้านการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน User Interface.....	78
2.3 การเลือกแนวทางการออกแบบ.....	91
3. ผลลัพธ์การออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันเพื่อคน สายมู ในกรุงเทพมหานคร	92
3.1 การออกแบบภาพลักษณ์แอปพลิเคชัน.....	95
3.2 การออกแบบ LOGO ที่ใช้ร่วมบนแอปพลิเคชัน.....	96
3.3 ทดสอบและเผยแพร่งานวิจัย	97
3.4 ผลสรุปการทำแบบสอบถาม	101
3.5 ผลสรุปการทำแบบสังเกต	101
3.6 ปรับปรุงต้นแบบ	103
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	107
1. สรุป.....	107
2. อภิปรายผล	110
3. ข้อเสนอแนะ	112

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม 113

รายการอ้างอิง 114

ภาคผนวก..... 118

ประวัติผู้เขียน 174



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สรุปความหมายและสัญลักษณ์ในทางศาสนา (ปลายฝน, 2568).....	13
ตารางที่ 2 การแบ่งแนวทางการวิวัฒนาการของศาสนา 5 ระยะ (ปลายฝน, 2568).....	24
ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ (ปลายฝน, 2568)	27
ตารางที่ 4 ตารางการวิเคราะห์การเปรียบเทียบทฤษฎี.....	33
ตารางที่ 5 ตารางการเปรียบเทียบข้อดี-ข้อควรระวังกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ความเชื่อ (Muketing)	38
ตารางที่ 6 ตารางการเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ Muketing และ Business Model Canvas (ปลายฝน, 2568)	40
ตารางที่ 7 ตารางความหมายของสีในจิตวิทยา	56
ตารางที่ 8 ตารางสรุปแนวทางการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ	68
ตารางที่ 9 ตารางผลสรุปแบบสอบถามของผู้ที่ทดสอบแอปพลิเคชัน	101
ตารางที่ 10 ตารางผลสรุปการทำแบบสังเกตผู้ที่ทดสอบแอปพลิเคชัน.....	102



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด (ปลายฝน, 2567).....	6
ภาพที่ 2 ศาสนาโลก (พระไพศาล วิสาโล, 2548)	10
ภาพที่ 3 เทวาลัยพระพิฆเนศเขตห้วยขวาง (ปลายฝน, 2567)	15
ภาพที่ 4 วัดแขกเขตสীลม (ปลายฝน, 2567)	16
ภาพที่ 5 พระพิฆเนศลานเซ็นทรัลเวิลด์ (ปลายฝน, 2567).....	16
ภาพที่ 6 วัดโพธิ์ (ปลายฝน, 2567).....	17
ภาพที่ 7 เสาชิงช้า (ปลายฝน, 2567).....	18
ภาพที่ 8 วัดสุทัศน์เทพวรารามราชวรมหาวิหาร (ปลายฝน, 2567).....	19
ภาพที่ 9 วัดเทพมณเฑียร (ปลายฝน, 2567).....	19
ภาพที่ 10 เทวสถานพระนคร (ปลายฝน, 2567).....	20
ภาพที่ 11 ศาลเจ้าพ่อเสือ (ปลายฝน, 2567).....	20
ภาพที่ 12 แผนที่แสดงสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ย่านเสาชิงช้า (Kairi, 2566)	21
ภาพที่ 13 วัดสุทัศน์เทพวรารามราชวรมหาวิหาร (ปลายฝน, 2567).....	22
ภาพที่ 14 UX Activites in The Product & Service Design Cycle (Susan Farrell, 2560)	26
ภาพที่ 15 ลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Wankawisant, 2564)	29
ภาพที่ 16 ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ (Boonsupa, 2564)	32
ภาพที่ 17 มายแมททฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theories) (Seksanmutl, 2556)	34
ภาพที่ 18 ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theories) (AD ADDICT TH, 2566).....	37
ภาพที่ 19 Business Model Canvas (ปลายฝน, 2568).....	39
ภาพที่ 20 UX Flowchart (Pelegrin, 2024).....	43

ภาพที่ 21 UX Wirefram (Miro, 2025).....	43
ภาพที่ 22 Mood board (Fish, 2565)	44
ภาพที่ 23 เทคโนโลยีการออกแบบผสมผสานเสมือนจริง (IT24Hrs, 2566).....	45
ภาพที่ 24 เทคโนโลยี AR (พชร, 2563).....	46
ภาพที่ 25 รูปทรงและเส้น (Shape & Line) (Artistcoveries, 2021).....	47
ภาพที่ 26 การจัดวางองค์ประกอบ (Layout & Composition) (Cvetković, 2567)	48
ภาพที่ 27 ประเภทตัวอักษร (ดร.กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย, 2564)	49
ภาพที่ 28 Flat Design (Pentagram, 2568).....	50
ภาพที่ 29 Pop Art (Solomon, 2567).....	51
ภาพที่ 30 Modern Retr (Kim, 2566).....	51
ภาพที่ 31 Collage art (Singularart, 2023).....	52
ภาพที่ 32 Pixel art (Böhm, 2024).....	52
ภาพที่ 33 ตัวอย่างการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์ (Kim, 2567)	53
ภาพที่ 34 ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ (Peerawicht, 2019)	54
ภาพที่ 35 วงล้อสี (bewiding, 2554)	57
ภาพที่ 36 สรุปแผนผังความคิดแนวของการทบทวนวรรณกรรม (ปลายฝน, 2567).....	61
ภาพที่ 37 สัมภาษณ์พระมหานพต อภิชาโน (พระผู้ช่วยเจ้าอาวาส วัดโสมนัสราชวรวิหาร) (ปลายฝน, 2568)	65
ภาพที่ 38 ดร. เกวลิน อัครเดชเรืองศรี (ผู้ก่อตั้งโรงเรียนโหราศาสตร์ชลบุรี) (ปลายฝน, 2568).....	66
ภาพที่ 39 คุณวิ โลภวิวัฒน์ (พิธีกรรายการ โลกวิวัฒน์ทางไทยรัฐสตูดิโอ) (ปลายฝน, 2568).....	67
ภาพที่ 40 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผศ.ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ (ปลายฝน, 2568).....	69
ภาพที่ 41 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ดร.อรรคพล ล่ำม่วง (ปลายฝน, 2568)	70
ภาพที่ 42 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตน์ (ปลายฝน, 2568).....	70

ภาพที่ 43 การออกแบบ ฟีเจอร์ (Features) (ปลายฝน, 2568).....	71
ภาพที่ 44 การออกแบบ Business Model Canvas (ปลายฝน, 2568).....	72
ภาพที่ 45 แผนผังความแนวความคิดสรุปการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร (ปลายฝน, 2568)	73
ภาพที่ 46 ภาพกลุ่มคนวัยทำงาน เพศหญิง (Pattarat, 2565).....	74
ภาพที่ 47 Florchart ในการออกแบบ User experience (ปลายฝน, 2568).....	75
ภาพที่ 48 Sketch Wire Frame ในการออกแบบ User experience (ปลายฝน, 2568).....	77
ภาพที่ 49 Mood Board แนวทางทางที่ 1 (ปลายฝน, 2568).....	78
ภาพที่ 50 Mood Board แนวทางทางที่ 2 (ปลายฝน, 2568).....	79
ภาพที่ 51 Mood Board แนวทางทางที่ 3 (ปลายฝน, 2568).....	80
ภาพที่ 52 ภาพประกอบแนวทางทางที่ 1 (ปลายฝน, 2568)	81
ภาพที่ 53 ภาพประกอบแนวทางทางที่ 2 (ปลายฝน, 2568)	81
ภาพที่ 54 ภาพประกอบแนวทางทางที่ 3 (ปลายฝน, 2568)	82
ภาพที่ 55 ภาพ LOGO แนวทางทางที่ 1 แบบที่ 1 (ปลายฝน, 2568)	83
ภาพที่ 56 ภาพ LOGO แนวทางทางที่ 1 แบบที่ 2 (ปลายฝน, 2568)	83
ภาพที่ 57 ภาพ LOGO แนวทางทางที่ 2 (ปลายฝน, 2568).....	84
ภาพที่ 58 ภาพ LOGO แนวทางทางที่ 3 (ปลายฝน, 2568)	84
ภาพที่ 59 แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 1 (ปลายฝน, 2568).....	85
ภาพที่ 60 แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 2 (ปลายฝน, 2568).....	85
ภาพที่ 61 แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 3 (ปลายฝน, 2568).....	86
ภาพที่ 62 แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 1 (ปลายฝน, 2568).....	87
ภาพที่ 63 แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 2 (ปลายฝน, 2568).....	87
ภาพที่ 64 แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 3 (ปลายฝน, 2568).....	88

ภาพที่ 65 ขั้นตอนการสเก็ตภาพ Model 3D ใน AR immersive experience (ปลายฝน, 2568)..	89
ภาพที่ 66 ขั้นตอนการออกแบบ Model 3D ใน AR immersive experience (ปลายฝน, 2568)...	89
ภาพที่ 67 การเขียนโค้ด Web Application (ปลายฝน, 2568)	90
ภาพที่ 68 ข้อมูลของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ (ปลายฝน, 2568).....	92
ภาพที่ 69 ข้อมูลเชิงลึก โดยใช้ AR immersive experience (ปลายฝน, 2568).....	93
ภาพที่ 70 ข้อมูลเชิงลึก โดยใช้ AR Immersive Experience (ปลายฝน, 2568).....	93
ภาพที่ 71 ข้อมูลการเลือกซื้อตัวออนไลน์ (ปลายฝน, 2568).....	94
ภาพที่ 72 ข้อมูลส่วนตัวโดยอิงจากสีมงคล (ปลายฝน, 2568).....	94
ภาพที่ 73 แนวคิดหลักการออกแบบ (ปลายฝน, 2568).....	95
ภาพที่ 74 ภาพรวมของแอปพลิเคชัน (ปลายฝน, 2568)	95
ภาพที่ 75 LOGO Nummu (ปลายฝน, 2568).....	96
ภาพที่ 76 ผลทดสอบการใช้งานระบบแอปพลิเคชัน (ปลายฝน, 2568)	97
ภาพที่ 77 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง อาชีพ (ปลายฝน, 2568).....	98
ภาพที่ 78 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง เพศ (ปลายฝน, 2568).....	98
ภาพที่ 79 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง การออกแบบ User Experience Design (UX) (ปลายฝน, 2568)	100
ภาพที่ 80 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง การออกแบบ User Interface Design (UI) (ปลายฝน, 2568)	100
ภาพที่ 81 การปรับปรุงในส่วนของ Login (ปลายฝน, 2568)	103
ภาพที่ 82 การแสดงผลภาพ 3D ในรูปแบบ AR (ปลายฝน, 2568).....	104
ภาพที่ 83 การแสดงผลภาพ 3D ในรูปแบบ AR บนมือถือจริง (ปลายฝน, 2568).....	104
ภาพที่ 84 การแนะนำเส้นทาง (ปลายฝน, 2568).....	105
ภาพที่ 85 การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) (ปลายฝน, 2568)	106



บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญ

โลกปัจจุบันมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนตามกาลเวลาที่รวดเร็วของสังคม ผู้คนต้องใช้ชีวิตอยู่กับการเปลี่ยนแปลงที่มีความเสี่ยงและไม่แน่นอนจากสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงการใช้ชีวิตประจำวัน ที่มีทั้งเรื่องดี ๆ และปัญหาต่าง ๆ เข้ามาในแต่ละวันไม่ว่าจะเป็นหน้าที่การงาน การเรียน การเงิน ปัญหาด้านเศรษฐกิจ เรื่องราวต่าง ๆ ย่อมส่งผลให้เกิดความเครียดทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก หรือเกิดความกังวลใจ ส่งผลให้ผู้คนหาทางออกของปัญหา เช่น ปรึกษาปัญหากับเพื่อน หรือคนสนิท ออกกำลังกาย ทำกิจกรรม งานอดิเรก ซ้อมปิ้ง จนถึงหาสิ่งช่วยให้คลายเครียดด้วยการดื่มเหล้า สูบบุหรี่ และบางคนต้องการที่พึ่งพาจิตใจ การไปไหว้พระ ดูดวง การบนบาน หรือที่เรียกกันว่า “มูเตลู” จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้คนนึกถึง “การไหว้พระ บนบาน” โดยมีการทำสถิติข้อมูลทางการตลาด ระบุว่าคนไทยกว่า 52 ล้านคน หรือประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ของคนทั้งประเทศ พบว่าปัจจุบันมีความเชื่อเกี่ยวกับ “โชคกลาง” เพราะในปัจจุบัน คนนิยมการดูพยากรณ์รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือนและการดูลายมือ ไพยิปซี การมีสิ่งมงคลและตัวเลขมงคลสำหรับการแต่งตัว เสริมโชคกลางและกลายเป็นหนึ่งในไลฟ์สไตล์ สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดที่มาของแพชั่น ธุรกิจ การแนะนำสถานที่ บริการและประสบการณ์ทางการบูชา มูเตลู พิธีกรรมทางศาสนา (เสาวลักษณ์ ตะเกาหิรัญ, 2566)

ในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องต่อความเชื่อไม่ว่าจะเป็นการไปไหว้พระ ทำบุญ หรือการไปมูเตลูตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นความเชื่อที่มีมาตั้งแต่โบราณและอยู่ในชีวิตประจำวัน หลังจากเกิดวิกฤตการณ์โควิด 19 ความต้องการและพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันต่อความเชื่อในการไปไหว้พระขอพรหรือบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ถูกเปลี่ยนไปจากชุดความเชื่อเดิมด้วยการผสมผสานพิธีกรรมการบูชาทางศาสนาในยุคเก่ารวมเข้ากับการใช้ชีวิตในยุคใหม่ เกิดเป็นศาสตร์ที่เรียกว่า “มูเตลู” และกลายเป็นกลุ่มคนที่เรียกกันว่า “สายมู” คือการเรียกกลุ่มคนที่มีความชอบ รสนิยม ความเชื่อในทางศาสนา พิธีกรรมและวัฒนธรรม โดยมีการเจาะลึกถึงพฤติกรรมของคนไทยทุกวัยว่าการ “มูเตลู” กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน โดยจะมีความหมายและวิธีการปฏิบัติที่แตกต่างกันในแต่ละ Generation โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1. Gen X กลุ่มคนวัย 43-58 ปี เป็นกลุ่มคนที่ยึดหลักปฏิบัติ ชอบสวดมนต์ ไหว้พระ เข้าวัด เพื่อเสริมความหวังและกำลังใจการมูเตลูจึงขอเพื่อสุขภาพ 2. Gen Y เป็นกลุ่มคนในช่วงอายุ 27-42 ปี รวดเร็ว ปรับตัวเก่ง เปิดรับสิ่งใหม่ ๆ เป็นวัยของการสร้างตัว จึงชื่นชอบการขอพรด้านการเงินและการงาน 3. Gen Z กลุ่มวัยอายุ 11-26 ปี มีวิถีการมูเตลูในฉบับของตัวเอง คือการมูเตลูแบบมินิมอล คือการทำให้กลมกลืนไปกับชีวิตประจำวันผ่านแพชั่นและสีสันท

ต่าง ๆ เรื่องที่ขออนุญาตเกี่ยวกับการเรียนและการงานให้ผ่านไปได้ด้วย (Hakuhodo, 2567) ดังนั้น ด้วยพฤติกรรมของคนเมื่อเกิดปัญหาความเครียด ไม่สบายใจ จึงต้องการ คนที่คอยรับฟังเรื่องราว คอยปรึกษา หรือหาวิธีการแก้ไขโดยการทำกิจกรรม การสังสรรค์ แต่เมื่อผลลัพธ์หรือความเครียดไม่สบายใจไม่ถูกแก้ไข ทางออกสุดท้ายคือต้องการที่พึ่งทางจิตใจซึ่งในพฤติกรรมของคนไทยและคนเอเชีย ตะวันออกต่อการหาที่พึ่งทางจิตใจด้วยวิธีการทางธรรม ชาติศาสนา ความเชื่อ ในขณะที่คนตะวันตก นิยมแก้ไขปัญหาโดยการเข้ารับคำปรึกษาจากแพทย์ทางด้านสุขภาพจิต เพราะด้วยค่านิยมความเชื่อของคนไทยนั้นมองว่าการพึ่งพาหรือปรึกษาจากแพทย์ทางด้านสุขภาพจิต คือ การป่วยมีปัญหามาจากถูกมองว่าเป็นคนที่มีปัญหาทางจิต จึงทำให้การไหว้พระ บูชา หรือมูเตลูได้รับความนิยมมากแต่อาจถูกมองว่าเป็นพวกคลั่ง งามายจากความเชื่อและการบูชาที่มากเกินไป จึงทำให้เกิดวิธีการในการกราบไหว้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในรูปแบบใหม่ให้กลมกลืนไปกับการใช้ชีวิตในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยการปรับเปลี่ยนในการวิธีการและเพิ่มกลยุทธ์ให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในไลฟ์สไตล์ของผู้คนไม่ว่าจะเป็นสินค้าของใช้ใน ชีวิตประจำวัน เทรนด์เทคโนโลยี การสื่อออนไลน์ ที่สามารถให้ข้อมูลและเข้าถึงการบริการต่าง ๆ อีกทั้งการไปไหว้พระตามสถานที่ต่าง ๆ ที่มีวิธีการรูปแบบในแต่ละศาสนาที่แตกต่างกันออกไป ทำให้คนที่เข้าไปไหว้พระขอพร ที่ไม่ใช่คนในพื้นที่หรือกลุ่มคน Generation เก่า ไม่เข้าใจและไม่รู้ข้อปฏิบัติที่แน่ชัด ทำให้เกิดความสับสนและความไม่สะดวกในการไปไหว้พระขอพรในสถานที่จริง

ในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวัน เสมือนเป็นส่วนหนึ่งกับร่างกาย เป็นอวัยวะที่ 33 ของมนุษย์ เช่น โทรศัพท์มือถือ และมีแนวโน้มที่จะมีการพัฒนาตามปัจจัยการเปลี่ยนแปลงของโลก เทคโนโลยีส่วนใหญ่เกิดจากการคิดค้นเพื่อนำมาแก้ไขปัญหาหรือช่วยเหลือผู้คนในการทำงานต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร ช่วยทำให้ผู้คนเข้าถึงการพูดคุยติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อความ โทร หรือการใช้โซเชียลมีเดียในปัจจุบันที่ทำให้คนเชื่อมโยงกันได้ทั่วทุกมุมโลก ด้านการทำงานและการศึกษา ช่วยให้ผู้คนเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้สะดวกง่ายและรวดเร็ว ด้านการค้าและบริการ ช่วยในผู้คนเข้าถึงสินค้าและบริการมากขึ้น เช่น การขายของออนไลน์ Shopee Lazada หรือการขนส่งสาธารณะ เป็นต้น ในอีกบทบาทหนึ่งเทคโนโลยีสามารถใช้แบ่งยุคสมัยทางความเจริญได้ ในยุคของเทคโนโลยีที่มีการพัฒนามากขึ้นในปัจจุบัน หรือที่เรียกว่า ยุค Metaverse ที่ถูกคิดค้นให้ตอบสนองความต้องการของผู้คนที่มากขึ้น เป็นเทคโนโลยีที่จะทำให้คนควบคุมสิ่งต่าง ๆ และเติมเต็มสิ่งที่ขาดหายไป หรือที่เรียกว่า “โลกไร้ขีดจำกัด” โดยประกอบไปด้วย เทคโนโลยีความจริงผสมผสาน คือ เป็นเทคโนโลยีที่ผนวกโลกความเป็นจริงกับองค์ประกอบดิจิทัลเข้าด้วยกัน และเอื้อให้ทั้งสองส่วน กับผู้ใช้งานสามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ โดยอาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์วิทัศน์ (Computer Vision) การประมวลผลกราฟิก การแสดงผล ระบบการนำเข้าข้อมูล และการประมวลผลแบบคลาวด์ เทคโนโลยีความจริงผสมผสานนี้ เกิดจากการบูรณาการ การต่อยอดขีด

ความสามารถของเทคโนโลยีความจริงเสมือน (Virtual Reality, VR) และเทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality, AR) ที่ถูกใช้งานอย่างแพร่หลายในปัจจุบันเข้าด้วยกัน ที่สามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งกับการใช้ชีวิตประจำวันของคนในยุคปัจจุบัน ที่สามารถใช้ร่วมกับแอปพลิเคชัน แพลตฟอร์ม โซเชียลต่าง ๆ จนกระทั่งอุปกรณ์ที่ใช้ในการอำนวยความสะดวก ด้วยเทคโนโลยีที่กล่าวมาเป็นการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เพื่อช่วยให้ชีวิตประจำวันมีความสะดวก รวดเร็วและง่ายทันการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย (พรชัย เตชะธนาเศรษฐ์, 2562)

ผู้วิจัยจึงเห็นถึงปัญหาและความสำคัญของผู้ใช้งาน จึงต้องการค้นหาแนวทางที่จะสามารถช่วยแก้ปัญหา Painpoint ความต้องการของผู้ใช้งานที่เกิดจากประสบการณ์ในการเดินทางไปไหว้พระขอพรในสถานที่จริง เช่น ความไม่สะดวกในการไหว้ หรือเกิดความสับสนในการทำพิธีกรรม วิธีการต่าง ๆ ในแต่ละสถานที่ ความต้องการทางด้านจิตใจด้วยการแนะนำหนทางและวิธีการในด้านความเชื่อของการไหว้พระ ขอพรและมูเตลู โดยหากมองที่กลุ่มเป้าหมายที่พบโดยทั่วไปส่วนมากที่ปัจจุบันนิยมและเดินทางไปไหว้พระในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ คือกลุ่มคน Gen Y ในช่วงอายุ 27-42 ปี ที่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตและความต้องการในด้านการไปไหว้พระ ขอพร และมูเตลูโดยเน้นไปในสถานที่จริงและไม่มีองค์ความรู้ทั่วไป ในการทำพิธีกรรม วิธีการต่าง ๆ ในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์นั้น ๆ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน โดยนำเรื่องในด้านเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริงในการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมูในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทงสมัยใหม่ที่จะช่วยสร้างประสบการณ์เสมือนมีผู้ช่วยชี้แนะแนวทางการเข้าวัด ทำบุญ หรือทำพิธีกรรมนั้น ๆ ตอบโจทย์เรื่องความสะดวก สบาย รวดเร็ว ทันใจ และสามารถแนะนำวิธีการในการไหว้พระ ขอพร และมูเตลูให้เข้ากับความต้องการของผู้ใช้ในขณะนั้นได้

สมมติฐานและคำถาม

แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน สามารถสร้างประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงกับแอปพลิเคชัน บนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมูในกรุงเทพมหานครให้ตรงกับความต้องการ และสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายจากข้อมูล แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ มูเตลู ส่งผลให้ผู้ใช้งานไม่เกิดความสับสน ได้รับความสะดวกในการใช้งาน เกิดความประทับใจและมีความสวยงามเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การให้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริง ในการกำหนดแนวทางการออกแบบ
3. เพื่อออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย การให้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. ออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) บนแอปพลิเคชัน ให้ตอบโจทย์ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน
3. ออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ใน กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการศึกษา

ด้านพื้นที่

กรุงเทพมหานคร มีย่านสำคัญที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและมูเตลูที่นิยมทั้งหมด 4 เขตสำคัญ ได้แก่ ห้วยขวาง สีลม ราชประสงค์ และพระนคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่กรณีศึกษา คือ วัดสุทัศนราชนราวิหาร ย่านเสาชิงช้า เขตพระนคร เนื่องด้วยย่านเสาชิงช้าเป็นย่านที่มีประวัติศาสตร์และในปัจจุบันเป็นย่านที่ผู้คนหรือนักท่องเที่ยวนิยมไปไหว้พระขอพร อีกทั้งมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และด้านความศรัทธาในการทำพิธีทางศาสนาที่มีความคล้ายคลึงกัน

ด้านประชากร

คือกลุ่มคนที่มีส่วนรวมในบริเวณพื้นที่ศึกษาและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1. เจ้าหน้าที่สถานที่, ผู้ดูแล
2. นักท่องเที่ยว หรือผู้ที่มาเยี่ยมชมในบริเวณพื้นที่ สัญชาติไทย ช่วงกลุ่มวัยคือกลุ่มคน Gen Y เป็นกลุ่มคนในช่วงอายุ 27-42 ปี รวดเร็ว ปรับตัวเก่ง เปิดรับสิ่งใหม่ ๆ เป็นวัยของการสร้างตัว จึงขึ้นขอพรขอพรด้านการเงินและการงาน มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตและความต้องการในการไปไหว้พระ ขอพร และมูเตลูโดยเน้นไปในสถานที่จริงและไม่ม้องค์ความรู้ทั่วไป ในการทำพิธีกรรมวิธีการต่าง ๆ ในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์นั้น ๆ

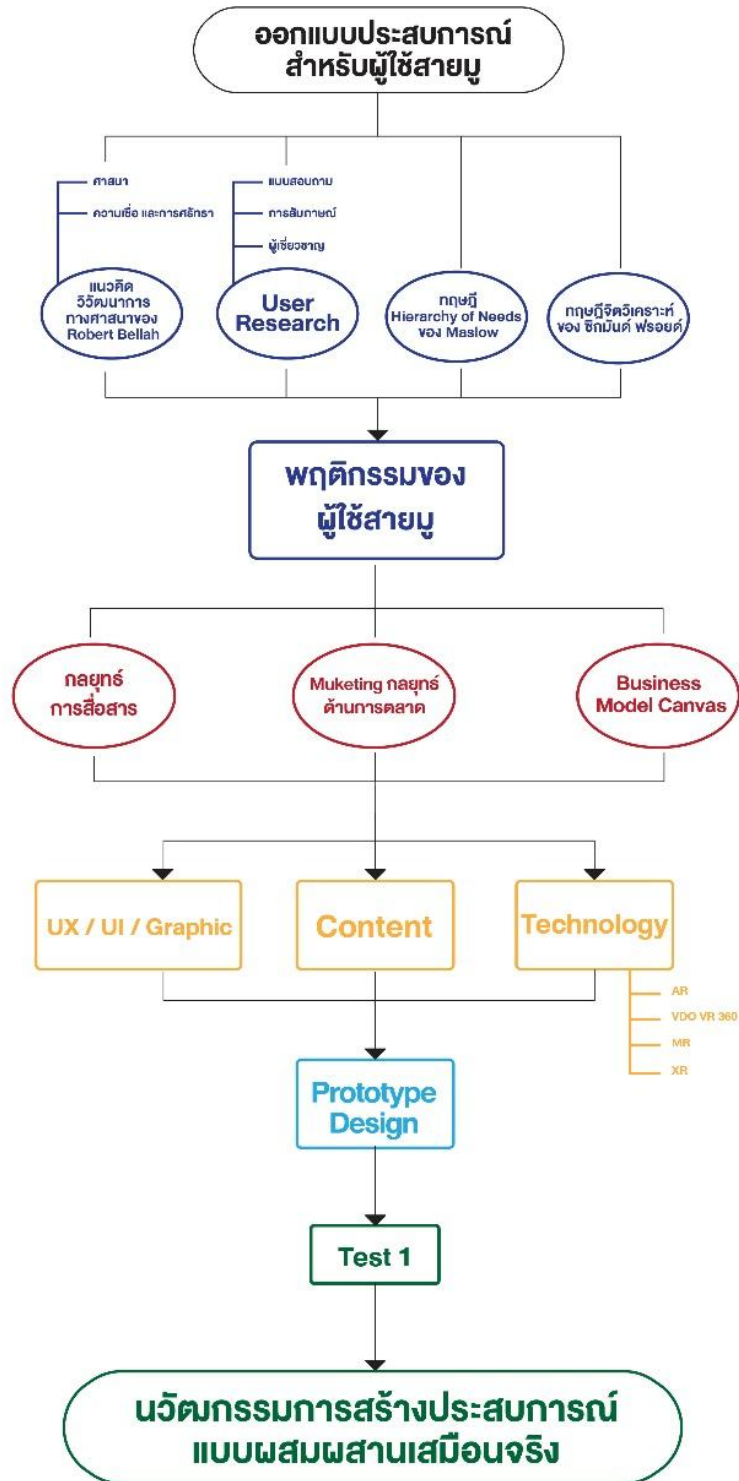
3. ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านต่าง ๆ ได้แก่
 - 3.1. ด้านศาสนา ความเชื่อ และการมูเตลู
 - 3.2. ด้านการออกแบบ

ด้านข้อมูล

ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาแนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน ที่สามารถสร้างประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงกับแอปพลิเคชัน บนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งแนวทางการรวบรวมองค์ความรู้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนสำคัญดังนี้

1. การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีอื่นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ใช้งาน
 - 1.1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยเพื่อออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Research)
 - 1.2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับศาสนา พิธีกรรมความเชื่อ การขอพร มูเตลู
 - 1.3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดวิวัฒนาการทางศาสนาของโรเบิร์ต เอ็น เบลลาห์ (Robert Bellah)
 - 1.4. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)
 - 1.5. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์
2. การศึกษาแนวคิดและหลักการตลาดเพื่อวิเคราะห์รูปแบบความต้องการของผู้ใช้งาน
 - 2.1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร
 - 2.2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ความเชื่อ (Muketing)
 - 2.3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการวางกลยุทธ์ด้านการออกแบบธุรกิจ
3. การศึกษาแนวคิดและหลักการออกแบบเพื่อค้นหาแนวทางการสร้างสรรค์ต้นแบบให้สอดคล้องและมีประสิทธิภาพต่อกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
 - 3.1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบส่วนเชื่อมต่อผสมผสานผู้ใช้ (User Experience)
 - 3.2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Interface Design)
 - 3.3. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการออกแบบผสมผสานเสมือนจริง
 - 3.4. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)
 - 3.5. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบกราฟิก (Graphic Design)
 - 3.6. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีสี

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด (ปลายฝน, 2567)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล
 - 1.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ ขอปพร มูเตลู
 - 1.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องแนวคิดและทฤษฎี
 - 1.3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องการออกแบบ
 - 1.4 รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย
2. วิเคราะห์ข้อมูล
3. กำหนดแนวทางการออกแบบและพัฒนาต้นแบบ
 - 3.1 ออกแบบเนื้อหา
 - 3.2 ออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้
 - 3.3 ออกแบบกราฟิกและอัตลักษณ์ของแบรนด์
 - 3.4 พัฒนาต้นแบบแอปพลิเคชันและเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริง
 - 3.5 แนวทางต้นแบบ
4. ทดสอบการใช้งาน
5. สรุปผล
 - 5.1. สรุปผลการวิจัย
 - 5.2. อภิปรายผล

นิยามคำศัพท์

ไหว้พระ ขอปพร

การไหว้พระขอปพรเป็นการไหว้พระรัตนตรัย รวมทั้งปูชนียสถาน ที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นที่พึ่งพาทางจิตใจ เพื่อความเป็นสิริมงคลและขอให้สิ่งที่เป็นความปรารถนา โชคลาภแก่ตนเอง

สายมู

มาจากคำว่า มูเตลู หมายถึง ความเชื่อ ไสยศาสตร์ โหราศาสตร์ การดูโผ การเสริมดวงและ โชคชะตา รวมถึงการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คน ในงานวิจัยนี้จะหมายถึงกลุ่มคนที่ต้องการได้รับการแก้ไขปัญหาหรือที่พึ่งพาทางด้านจิตใจ เกี่ยวกับการไหว้พระ ขอปพร การทำ พิธีกรรมในศาสนา และความเชื่อต่าง ๆ

ประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริง

เทคโนโลยีใหม่ที่ผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริง (Real) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual) โดยผ่านอุปกรณ์ทำให้สามารถมองเห็นภาพที่มีลักษณะเป็นวัตถุ (Object) แสดงผลบนจอภาพกลายเป็นวัตถุ 3 มิติ

แอปพลิเคชัน

โปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ที่ออกแบบมาสำหรับ Mobile Tablet หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่

กรุงเทพมหานคร

เมืองหลวงของประเทศไทย ในที่นี้แบ่งออกตามขอบเขตงานวิจัย ได้แก่ วัดสุทัศน์ราชวรวิหาร เขตเสาชิงช้า



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้งาน ทฤษฎี หลักการออกแบบการสร้างประสบการณ์ผู้ใช้งาน และเทคโนโลยีในโลกปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปพัฒนาต้นแบบแอปพลิเคชัน มีจุดประสงค์เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาของผู้ใช้งาน โดยใช้การออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานให้เหมาะสมประกอบไปด้วย การค้นคว้าข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะการเข้าใจถึงรูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้งาน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและรวบรวมองค์ความรู้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนสำคัญดังนี้

1. การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีอันเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ใช้งาน

1.1 มูเตลู

มูเตลู (Mutelu) หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ที่เกี่ยวข้องกับไสยศาสตร์เครื่องรางของขลัง โหราศาสตร์ การดูไพ่ การเสริมดวงและโชคชะตา รวมถึงการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของผู้คน และการดึงดูดความโชคดี หรือปัดเป่าสิ่งไม่ดีในชีวิตของออกไป ต้นกำเนิดมาจากชื่อภาพยนตร์อินโดนีเซียเรื่อง “Penangkal Ilmu Teluh” (ฉายปี 1979 ในไทยชื่อ “มูเตลู ศักดิ์ไสยศาสตร์”) โดยมีฉากรายคาถาว่า “มูเตลู มูเตลู” ซึ่งในเรื่องนั้นเกี่ยวพันกับไสยศาสตร์และมนต์ดำจนถึงปัจจุบันเรื่องของความเชื่อได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามช่วงเวลา จึงทำให้สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ไสยศาสตร์เครื่องรางของขลังเหล่านี้กับการใช้ชีวิตของผู้คนให้เข้าถึงง่าย มีหลักของเหตุและผลมากยิ่งขึ้นให้สอดคล้องกับบริบทของสังคม ทำให้มีการเรียกกลุ่มผู้ที่เชื่อและปฏิบัติในลักษณะนี้ว่า “สายมู” (ย่อมาจาก “สายมูเตลู”) อีกด้วย สิ่งที่ทำให้การ “มูเตลู” กลับมาได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางผ่านดาราดัง และโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้เครื่องรางกลายเป็นแฟชั่น เช่น กำไลหินสร้อยข้อมือ วอลเปเปอร์มือถือเลขมงคล ฯลฯ (ไทยรัฐออนไลน์, 2565)

จึงสรุปได้ว่าการมูเตลูในปัจจุบัน คือ ความเชื่อของผู้คน โดยเกี่ยวข้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ศาสนา พิธีกรรม เรื่องเหนือธรรมชาติที่เป็นเหมือนสิ่งนำทางหรือช่วยแก้ไขปัญหา การพึ่งพาทางจิตใจของผู้คน

1.2 ศาสนา

ศาสนา หมายถึง คำสั่งสอนที่เน้นให้มนุษย์ละเว้นความชั่ว ไม่ปฏิบัติตนบนความหลงผิด สนับสนุนการทำความดี การมอบศรัทธาและบูชาให้แก่องค์ผู้นำ องค์ประกอบของศาสนา มักประกอบไปด้วย ศาสดา หลักธรรม ผู้สืบทอด พิธีกรรมและสถานที่ โดยศาสนามีป่อเกิดจากความกลัว ความจำเป็น การมีความรู้ บกพร่องทางภูมิศาสตร์ และการคิดหาเหตุผล โดยมีวิวัฒนาการมาจากการ

นับถือธรรมชาติ วิญญาณนิยม พหุเทวนิยม เทพเจ้าประจำกลุ่ม เอกเทวนิยมและอเทวนิยม จากอดีตจนถึงปัจจุบันศาสนากลายเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจและเป็นหลักในการดำเนินชีวิต ทำให้ชีวิตมีเป้าหมายและความหวัง เป็นบ่อเกิดของวัฒนธรรมที่งดงามเสถียรภาพ และความสงบสุขในสังคม (เด่นพงษ์ แสนคำ, 2558)



ภาพที่ 2 ศาสนาโลก (พระไพศาล วิสาโล, 2548)

รูปแบบของศาสนาเกิดขึ้นเมื่อมีมนุษย์ได้ถือกำเนิดขึ้นบนโลก และได้มีวิวัฒนาการตามลำดับหลายขั้นตอน จึงทำให้ศาสนามีการเกิดจากรากเหง้า วิถี สังคม การใช้ชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ ออกเป็นหลากหลายประเภท เหตุด้วยความแตกต่างทางภูมิศาสตร์สิ่งแวดล้อม ความเชื่อ ทำให้เกิดศาสนาหลายรูปแบบขึ้นดังต่อไปนี้ 1. แบ่งตามลักษณะของความเชื่อ ศาสนาที่แบ่งตามลักษณะของความเชื่อ นั้น มี 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1). ศาสนาเทวนิยม (Theism) ศาสนาเทวนิยม คือ ศาสนาที่เชื่อมั่นในความยิ่งใหญ่และความศักดิ์สิทธิ์ของพระเจ้า ด้วยความเชื่อว่าพระเจ้าสร้างโลกและดลบันดาลให้ทุกสรรพสิ่งในโลกที่พระองค์สร้างเป็นไปตามพระประสงค์ของพระองค์ ศาสนาประเภทนี้แบ่งย่อยเป็น 62 ศาสนาโลก ออกไปอีกเป็น 3 ประเภท คือ 1. สัพพัตถเทวนิยม (Pantheism) ได้แก่ ความเชื่อว่าทุกแห่งในโลกและจักรวาลมีพระผู้เป็นเจ้าสถิตอยู่ทั้งสิ้น เช่น ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู เป็นต้น 2. พหุเทวนิยม (Polytheism) ได้แก่ ความเชื่อว่าพระเจ้านั้นมีหลายองค์แต่ละองค์ก็มีความยิ่งใหญ่และคุณสมบัติที่ต่างกันไป เช่น ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู และศาสนากรีกโบราณ เป็นต้น และ 3. เอกเทวนิยม (Monotheism) ได้แก่ ความเชื่อว่าพระเจ้าที่ยิ่งใหญ่มีเพียงองค์เดียวเกิดบนโลกเท่านั้น เช่น ศาสนายิว ศาสนาคริสต์ และศาสนาอิสลาม เป็นต้น (สุเมธ เมธาวิทยกุล, 2525) 2). ศาสนาอเทวนิ

ยม (Atheism) ศาสนาอเทวนิยม คือ ศาสนาที่มีแนวคิดตรงกันข้ามกับเทวนิยม ได้มีคำสอนว่าเกี่ยวกับแนวคิดตนเป็นที่พึ่งแห่งตน กล่าวคือ ทุกอย่างในโลกเกิดขึ้นจากตัวผู้ทำหรือตัวบุคคลนั่นเอง การที่บุคคลจะประสบความสำเร็จหรือความผิดหวังในชีวิตเนื่องมาจากการกระทำของตน ดังนั้นบุคคลจึงเป็นผู้กำหนดชะตากรรมของตนเอง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ไม่สามารถจะช่วยเหลืออะไรได้ ถ้าบุคคลไม่ช่วยตนเอง บุคคลอื่นหรือสิ่งอื่นเป็นเพียงปัจจัยเสริม ศาสนาที่มีแนวคิดนี้ได้แก่ พระพุทธศาสนา ศาสนาเซน เป็นต้น

สรุปได้ว่าศาสนาบนโลกเกิดขึ้นได้จากประสบการณ์ในแง่มุมต่าง ๆ ที่มนุษย์พบเจอมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยยึดหลักอาศัยหลักของจิตใต้สำนึกที่เกิดจากแนวคิดที่หวาดระแวง หรือแนวคิดที่ผิดแปลกไปจากความรู้สึก เกิดความต้องการแก้ไขความรู้สึกนี้จนไปถึงความรู้สึกที่สุขในชีวิต ทำให้เกิดเป็นวิถีแนวทางปฏิบัติในพื้นที่ท้องถิ่น เมื่อมนุษย์มีความคิดและการค้นหาสิ่งใหม่ ๆ เกิดการเดินทางและนำเอาความคิด ความเชื่อ เพื่อไปปรับใช้ เกิดการแลกเปลี่ยนทางสังคมทำให้เกิดศาสนาต่าง ๆ ซึ่งศาสนาในสังคมไทยที่มีได้แก่ ศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ศาสนาคริสต์ ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ศาสนาของชาวจีนและศาสนาของชาวเขา ความเชื่อในศาสนาแสดงออกในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้นับถือศาสนานั้น ๆ บนโลกในปัจจุบันนี้ (บุญชริกานารี, 2563)

1.3 พิธีกรรม ความเชื่อ และความศรัทธา

พิธีกรรม คือ พฤติกรรมที่มนุษย์พึงปฏิบัติต่อความเชื่อทางศาสนาของตนไม่ว่าจะเป็นศาสนาใด ๆ ก็ตามต่างก็มีการปฏิบัติต่อศาสนาของตนตามความเชื่อและความศรัทธาของตนในแต่ละศาสนา จึงก่อให้เกิดเป็นพิธีกรรมทางศาสนาด้วยความเชื่อและความศรัทธาถือเป็นกิจกรรมบูชาหรือการปฏิบัติในการทำพิธี ล้วนแต่เกี่ยวข้องกับชีวิต ความเป็นอยู่ประจำวันทั่วไปและอ้างถึงความเชื่อเก่าแก่ของชาวหมู่บ้านในชนบททั้งสิ้นทุกอย่างบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของบุคคลผู้อยู่ในสังคมนั้น ๆ พิธีกรรมมักมีรูปแบบการพัฒนาอยู่เรื่อย ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับผู้คนในแต่ละถิ่นฐานที่อาศัย การใช้ชีวิต รูปแบบสังคมและพิธีกรรมมักเกิดขึ้นจากความเชื่อที่พบเจอในธรรมชาติ ที่เป็นเรื่องเหนือธรรมชาติ และถูกตีความจากผู้ศรัทธา สู่การเชื่อมโยงทางพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น สายฟ้าและฟ้าผ่าที่เกิดจากภัยธรรมชาติ สู่การบอกเล่าของเรื่องเทพเจ้าในกรีกและโรมัน เป็นต้น (พระไพศาล วิสาโล, 2548)

ความเชื่อและความศรัทธา คือ ความคิดหรือความรู้สึกที่มนุษย์มีต่อสิ่งที่พบเจอจากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเป็นความคิดที่ไม่ถูกอ้างอิงจากการทางวิทยาศาสตร์ แต่เป็นความเชื่อที่เกิดจากความศรัทธา ประสบการณ์ส่วนตัว หรือวัฒนธรรม รวมถึงความเชื่อมั่นในความหวังและเป้าหมายที่มีความเชื่อว่าจะเกิดขึ้นจริงในอนาคต ความศรัทธามักเกี่ยวข้องกับจิตใจที่เต็มไปด้วยความแน่วแน่และความเคารพหรือความเชื่อในใจ เช่น ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อในโชคกลาง หรือในความดี เป็นต้น

ตัวอย่างความเชื่อและความศรัทธา

ความเชื่อและความศรัทธามักเกี่ยวเนื่องมาจากความคิด ความรู้สึกที่มนุษย์ที่พบเจอจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาและประสบการณ์ต่าง ๆ ในอดีตความเชื่อและความศรัทธามักมีที่มาจากธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัวที่เหนือการควบคุมโดยมนุษย์ เช่น ฝน พายุ อากาศและแสงที่มนุษย์ให้ความสำคัญและความศรัทธาสู่ความเชื่อ กลายเป็นสัญลักษณ์และพิธีกรรมในแต่ละศาสนา ตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 แสงถูกมนุษย์แทนค่าจากความเชื่อแทนความศักดิ์สิทธิ์ ความรู้และการศรัทธา โดยได้ชื่อว่า “ยุคแห่งแสงสว่าง” (Age of Enlightenment) เพราะเป็นยุคแห่งการริเริ่มความรู้ การหาเหตุผล และในยุโรปคือยุคที่ได้รับความรู้จากพระเจ้าในศาสนาต่าง ๆ มีการฟื้นฟูศาสนาและการตื่นตัวทางศาสนาผ่านคัมภีร์และหลักคำสอน เช่น การส่งมิชชันนารี องค์ความรู้ทางศาสนาจึงไม่ได้จำกัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นนำหรือศูนย์กลางศาสนาแผ่ขยายไปสู่ประชาชนทั่วไปในหลายภูมิภาคให้เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต ในโลกตะวันออกได้นำหลักคำสอน พิธีกรรมและความเชื่อ ไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ โดยผ่านการเผยแพร่คำสอนและหลักคำสอนผ่านพระสงฆ์ นักจาริก และพิธีกรรมต่าง ๆ แสงในทางศิลปะ ถูกใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อความศิลปะอันศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ การวาดภาพพระคัมภีร์และพิธีกรรม (Halo) รอบศีรษะนักบุญ หรือการออกแบบหน้าต่างกระจกสีในโบสถ์ การใช้แสงในพิธีกรรม เช่น การจุดเทียนขอพรเพื่อเชื่อมโยงกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (มูตีย์, 2564)

ศาสนาและความเชื่อเกี่ยวกับแสง

แสงในความเชื่อและการศรัทธา คือ สัญลักษณ์ที่สื่อถึงองค์เทพ ความหวังแบบสากล

- ศาสนาคริสต์ แสงเป็นสัญลักษณ์ของพระเจ้าความรอด และความหวัง
- ศาสนาอิสลามคำว่า "นूर" (nūr) หมายถึงแสงในภาษาอาหรับ ใช้แทนพระเจ้าและการนำทางทางจิตวิญญาณ แสงยังเป็นสัญลักษณ์ของความรู้และการเปิดเผยในคัมภีร์กุรอาน
- ศาสนายูดาห์ แสงในเทศกาลฮานุกกะห์ (Hanukkah) สื่อถึงปาฏิหาริย์และความหวัง
- ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู คือ เหนือความมืด ความดีเหนือความชั่ว
- ศาสนาพุทธ แสงหมายถึงปัญญา การตรัสรู้ เช่น การตรัสรู้ใต้ต้นโพธิ์ของพระพุทธเจ้า

และในศตวรรษที่ 19 ได้มีการนำความหมายของแสงในความเชื่อและการศรัทธายังคงมีบทบาทที่สำคัญในทางศาสนาและวัฒนธรรมและกลายมาเป็นพิธีกรรม โดยนำหลักแนวคิด “การตรัสรู้” (Enlightenment/Illumination) ไปใช้ในเชิงปรัชญาและจิตวิญญาณ เช่น การบรรลุสภาวะรู้แจ้งในพุทธศาสนา หรือการแสวงหาความจริงในชีวิต จนกระทั่งศตวรรษที่ 20 แสงยังคงเป็นสัญลักษณ์ของ

ความหวัง การเยียวยา และการนำทางในชีวิตสมัยใหม่ ในทางพิธีกรรมถูกปรับเปลี่ยนและได้รับอิทธิพลจากหลากหลายความเชื่อและวัฒนธรรม โดยยังคงมีที่มาและความศรัทธาที่สอดคล้องกันจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น การจุดเทียนในงานไว้อาลัย หรือการใช้แสงไฟในเทศกาลเพื่อสร้างความรู้สึกศรัทธาและความสามัคคี เป็นต้น (Museum-press, 2021)

ตารางสรุปความหมายของศาสนาและความเชื่อ ความศรัทธาเกี่ยวกับแสง

ศาสนา	ความหมายโดยย่อเกี่ยวกับแสง	สัญลักษณ์
ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู	พลังชีวิต ความบริสุทธิ์ และชัยชนะของความดีเหนือความชั่ว	เทียน/ประทีป (Diya), ดิวาลี (เทศกาลแสงไฟ), รัศมีเทพเจ้า
ศาสนาพุทธ	ปัญญา การตรัสรู้ และการขจัดความมืดแห่งกิเลส	รัศมี (Halo) รอบพระพุทธรูป, เทียน, โคมไฟในพิธีกรรม
ศาสนาอิสลาม	พระเจ้า ความรู้ และการนำทางทางจิตวิญญาณ	แสง (Nur) ในคัมภีร์กุรอ่าน, ดาวและจันทร์เสี้ยว (สัญลักษณ์ทั่วไป)
ศาสนาคริสต์	พระคริสต์ ความจริง ความบริสุทธิ์ และชีวิตนิรันดร์	เทียน, รัศมีรอบพระเยซู, ไฟในพิธีกรรมต่าง ๆ
ศาสนาซิกข์	เกียรติยศ ความศรัทธา และความสว่างไสวในชีวิต	คันด้า (Kanda) ที่มีรูปร่างคล้ายดวงอาทิตย์

ตารางที่ 1 สรุปความหมายและสัญลักษณ์ในทางศาสนา (ปลายฝน, 2568)

ความศรัทธาและศาสนาที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมร่วมกัน

1) ในพระพุทธศาสนาแสงเป็นสัญลักษณ์ของปัญญาและการตรัสรู้พระพุทธเจ้าทรงเปรียบปัญญาเป็นแสงสว่างที่ขจัดความมืดแห่งอวิชชา (ความไม่รู้)

- ธรรมจักร (กงล้อแห่งธรรม) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญในพระพุทธศาสนา สื่อถึงการหมุนเวียนของธรรมะและการเผยแผ่ปัญญาให้ส่องสว่างแก่โลก
- วัดและพิธีกรรมยังคงใช้แสงเทียนและโคมไฟ เพื่อเชื่อมโยงสิ่งศักดิ์สิทธิ์และพระธรรม

- แสงในพุทธมหายานจีนยังสื่อถึงการตรัสรู้และการหลุดพ้นจากวัฏจักรแห่งทุกข์ (สังสารวัฏ) โดยเน้นว่าการปฏิบัติธรรมและการศึกษาคำสอนจะนำไปสู่แสงแห่งปัญญา

2) ในศาสนาพราหมณ์-ฮินดู แสงเป็นสัญลักษณ์ของชีวิต ปัญญา และชัยชนะของความดีเหนือความชั่ว

- เทศกาลดีปาวลี (Diwali) หรือเทศกาลแห่งแสงไฟ เป็นการเฉลิมฉลองชัยชนะของแสงสว่างเหนือความมืด
- แสงยังเชื่อมโยงกับเทพเจ้าสำคัญ เช่น พระวิษณุ พระศิวะ และพรหม ซึ่งถือกำเนิดจากแสงและเป็นต้นกำเนิดของจักรวาล
- พิธีกรรมและเทศกาลต่าง ๆ ใช้แสงเป็นองค์ประกอบหลักในการเสริมสร้างความศรัทธา

ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของความเชื่อและความศรัทธาในยุคปัจจุบันเกิดลัทธิบริโภคนิยม การเปลี่ยนแปลงของสังคมที่รวดเร็ว คนรุ่นใหม่มีแนวคิดในการค้นหาความสุขและความหมายของชีวิต ทำให้เข้าใจ เข้าถึงความศรัทธาในศาสนาแบบดั้งเดิมลดลง จนบางกลุ่มคนถือว่าไม่มีศาสนาที่นับถือและไม่เชื่อในศาสนาและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและวิถีชีวิตทำให้คนรุ่นใหม่ละเลยการเข้าวัด ทำบุญ ฟังธรรม แม้ในวันสำคัญทางศาสนา โดยหันไปมุ่งเน้นความบันเทิงและการบริโภคในเมืองมากขึ้นและเกิดการนำความเชื่อในด้านไสยศาสตร์มาผสมกับความเชื่อในศาสนาจนเกิดเป็นการมูเตลู โดยมีการพัฒนาเป็นรูปแบบใหม่ที่ทันสมัยให้สอดคล้องกับบริบทการใช้ชีวิตทางสังคมมากยิ่งขึ้น (สุริยา แสงอินตา, 2024)

สรุปได้ว่าในสังคมที่มนุษย์เป็นผู้กำหนดพฤติกรรมรูปแบบ แนวคิด ทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างความเชื่อในแต่ละท้องถิ่นในสังคมแต่ละยุคสมัยที่ให้สอดคล้องกับการอยู่อาศัย ปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของยุคสมัย เช่น การเข้ามาของศาสนาแต่ละศาสนาในประเทศไทยซึ่งแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกัน การทำพิธีกรรมที่ไม่เหมือนกันในแต่ละภูมิภาคแต่มีความสอดคล้องกันในแง่ของความเชื่อ ที่ได้รับอิทธิพลมาและนำมาผสมกับความเชื่อดั้งเดิม สู่การเผยแพร่ความเชื่อ ความศรัทธาในแง่ของหลักคำสอน ศาสนาและวัฒนธรรม

1.4 เขตแหล่งศักดิ์สิทธิ์ในกรุงเทพมหานคร

ในปัจจุบันมีกระแสการท่องเที่ยวหลังยุคโควิด-19 หมดไป ทำให้พฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนไป ต้องการออกไปใช้ชีวิต ท่องเที่ยว พบเจอผู้คน ทำให้ชีวิตมีความสุขมากยิ่งขึ้น เหตุเพราะผลจากการใช้ชีวิตในช่วงโควิด-19 ที่เต็มไปด้วยความเสี่ยงจากอันตราย โรคภัย การเจ็บปวดและภาวะความเสี่ยงจากปัญหาเศรษฐกิจ สังคม การใช้ชีวิต เช่น เศรษฐกิจซบเซา เกิดการเลิกจ้างงาน เป็นต้น ส่งผลผู้คนต้องค้นหาวิธีการคลายความเครียด ทุกข์ใจ และการไปไหว้พระ ขอพร มูเตลูเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในปัจจุบันที่เป็นกระแสนิยมทั้งในหมู่คน วัยรุ่น วัยทำงาน และนักศึกษา ซึ่งกรุงเทพมหานครมีแหล่ง

ท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสนามากมาย เป็นที่รวมหลากหลายวัฒนธรรมจึงมีย่านสำคัญที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและมูเตลูที่นิยมทั้งหมด 4 เขตสำคัญ ได้แก่ ห้วยขวาง สีลม ราชประสงค์ และพระนคร ในปัจจุบันเขตพื้นที่เหล่านี้รับการโปรโมทและสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในพื้นที่เหล่านั้น (Urbancreature, 2566) จากการค้นหาแหล่งพักผ่อนที่มีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในแง่ของการท่องเที่ยวในเชิงของธุรกิจหรือพหุพาณิชย์ และมีความสำคัญในแง่ของประวัติศาสตร์ การใช้ชีวิตของผู้คนในพื้นที่จากอดีตสู่ปัจจุบัน

วิเคราะห์เขตพื้นที่แหล่งสถานที่ศักดิ์สิทธิ์

แบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 เขตย่านสำคัญได้แก่ ห้วยขวาง สีลม ราชประสงค์ และพระนคร

1. เขตห้วยขวาง: ศูนย์รวมสายมูเตลูและเศรษฐกิจมู
 - ความสำคัญ: เป็นแหล่งเศรษฐกิจ มีตลาดกลางคืนร้านอาหาร และแหล่งช้อปปิ้งครบวงจร
 - สถานที่สำคัญ: เทวาลัยพระพิฆเนศ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของชาวไทยและต่างชาติ



ภาพที่ 3 เทวาลัยพระพิฆเนศเขตห้วยขวาง (ปลายฝน, 2567)

2. เขตสีลม: วัดแขกและพิธีกรรมสำคัญ
 - ความสำคัญ: เป็นศูนย์กลางของพิธีกรรมฮินดูและพิธีนวราตรีที่มีชื่อเสียง
 - สถานที่สำคัญ: วัดแขกเป็นที่นิยมของผู้ศรัทธาและนักท่องเที่ยวสายมู



ภาพที่ 4 วัดแขกเขตสีลม (ปลายฝน, 2567)

3. เขตราชประสงค์: ศูนย์รวมเทพเจ้าและแหล่งมูเตลูทันสมัย

- ความสำคัญ: ราชประสงค์เป็นย่านธุรกิจและการท่องเที่ยวที่มีสถานที่สำคัญ
- สถานที่สำคัญ: พระแม่ลักษมี ณ เกษรวิลเลจ, ท้าวมหาพรหมเอราวัณ และพระพิฆเนศลานเซ็นทรัลเวิลด์



ภาพที่ 5 พระพิฆเนศลานเซ็นทรัลเวิลด์ (ปลายฝน, 2567)

4. เขตพระนคร: วัดสำคัญทางประวัติศาสตร์และศูนย์รวมจิตใจจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

- ความสำคัญ: พระนครเป็นย่านที่มีวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีความหลากหลายในด้านของศาสนาที่มีความคล้ายคลึงกัน เป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ มีสถาปัตยกรรมงดงาม และมีความสำคัญในการทำพระราชพิธี

- สถานที่สำคัญ: มีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์จำนวนมากที่สุด เช่น วัดพระแก้ว ศาลหลักเมือง วัดสุทัศน์ เทพรามฯ วัดโพธิ์ วัดราชนาคดา เทวสถานพระนคร เป็นต้น



ภาพที่ 6 วัดโพธิ์ (ปลายฝน, 2567)

สรุปแล้วทั้ง 4 เขตในกรุงเทพมหานครมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มสายท่องเที่ยวและสายบุญที่หลากหลายนครบถ้วน จึงทำให้เขตห้วยขวางเป็นศูนย์กลางของสายบุญบุญที่มาจากช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ ด้านเขตสีลมเป็นศูนย์รวมพิธีกรรมฮินดูและวัดแขกที่มีชื่อเสียง เขตราชประสงค์รวมเทพเจ้าและสถานที่ขอพรที่ทันสมัยเข้าถึงง่ายเพราะใกล้ย่านศูนย์การค้าใหญ่ เขตพระนครเป็นย่านวัดสำคัญและศูนย์รวมจิตใจของพุทธศาสนิกชน และอีกที่ปัจจัยที่สำคัญคือการเดินทางในแต่ละเขตมีความสะดวกจึงทำให้ทั้ง 4 เขตนี้เป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวสายบุญที่ต้องการประสบการณ์ทางศาสนา วัฒนธรรม และความเชื่อในกรุงเทพมหานคร (Fornsgolf, 2567)

ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตพื้นที่กรณีศึกษา คือ วัดสุทัศน์ราชวรวิหาร ย่านเสาชิงช้า เขตพระนคร เนื่องด้วยย่านเสาชิงช้าเป็นย่านที่มีประวัติศาสตร์ และในปัจจุบันเป็นย่านนิยมจากการค้นหาการท่องเที่ยวที่ผู้คนหรือนักท่องเที่ยวนิยมไปไหว้พระขอพร การเดินทางสะดวก สถานที่แต่ละจุดสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่อไปได้ เป็นย่านเมืองเก่าที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีแหล่งของกินขึ้นชื่อ ราคาถูก อีกทั้งมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ความศรัทธาในการทำพิธีทางศาสนาที่มีความคล้ายคลึงกัน

1.5 ย่านเสาชิงช้า

ย่านเสาชิงช้าในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เสาชิงช้าถือเป็นสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นตั้งอยู่หน้าวัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร และลานคนเมือง ใกล้กับเทวสถานโบสถ์พราหมณ์ เปรียบเสมือน “สะดือเมือง” ของกรุงเทพฯ สื่อถึงอำนาจรัฐ ความมั่นคง และความศักดิ์สิทธิ์ เสาชิงช้าสร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อปี พ.ศ. 2327 หลังจากสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ได้เพียง 2 ปี โดยมีจุดประสงค์เพื่อใช้ประกอบพระราชพิธีตรียัมพวาย ตรีปวาย หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “พิธีโล้ชิงช้า” ซึ่งเป็นพิธีกรรมทางศาสนาพราหมณ์ที่มีมาแต่โบราณ ย่านเสาชิงช้าเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางศาสนาและวัฒนธรรมอย่างมาก เช่น พิธีพราหมณ์-ฮินดูร่วมสมัยพุทธ โดยมีวัดและศาสนสถานจากหลากหลายศาสนาอยู่ใกล้เคียงกัน ปัจจุบันเสาชิงช้าไม่ได้ใช้ในพิธีโล้ แต่เป็นแลนด์มาร์ควัฒนธรรมคู่เมืองไทย สะท้อนถึงความเชื่อ พิธีกรรมโบราณ และภาพลักษณ์แห่งกรุงเทพมหานคร ถูกนำเสนอในงานศิลปะ วรรณกรรม และภาพยนตร์มากมาย (ปิยะนุช นาคคง, 2556)



ภาพที่ 7 เสาชิงช้า (ปลายฝน, 2567)

สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในย่านเสาชิงช้า

1. วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดสุทัศน์)

เป็นวัดพุทธเก่าแก่ที่มีความสำคัญในประวัติศาสตร์กรุงเทพฯ และเป็นศูนย์รวมความเชื่อของชาวพุทธ มีพระอุโบสถและพระประธานที่งดงาม จิตรกรรมภาพวาดเปรต ขึ้นชื่อเรื่องการขอขมาแก้กรรม



ภาพที่ 8 วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร (ปลายฝน, 2567)

2. วัดเทพมณเฑียร สมาคมฮินดูสมาชิกราชวงศ์

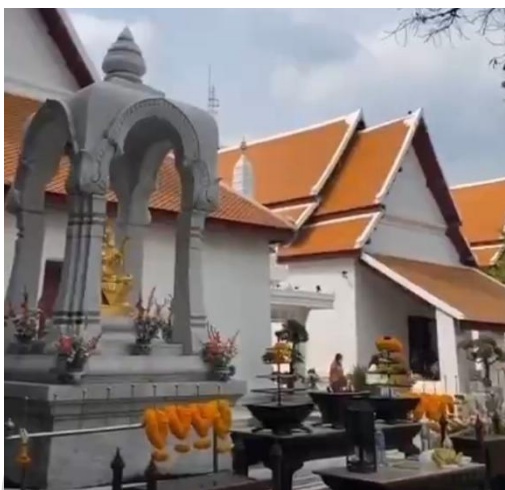
วัดเทพมณเฑียรเป็นศูนย์รวมการประกอบพิธีกรรมและกิจกรรมทางศาสนาฮินดู มีบทบาทในการรักษาวัฒนธรรมและความเชื่อของชาวฮินดูในประเทศไทย เป็นที่ตั้งของสมาคมฮินดูสมาชิกราชวงศ์ ซึ่งเป็นองค์กรที่ดูแลกิจกรรมและพิธีกรรมฮินดูในกรุงเทพฯ



ภาพที่ 9 วัดเทพมณเฑียร (ปลายฝน, 2567)

3. เทวสถานพระนคร (โบสถ์พราหมณ์)

เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมพราหมณ์-ฮินดูที่สำคัญในกรุงเทพฯ สะท้อนถึงความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรมของพื้นที่และอดีตเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมศาสนาของราชวงศ์จักรี



ภาพที่ 10 เทวสถานพระนคร (ปลายฝน, 2567)

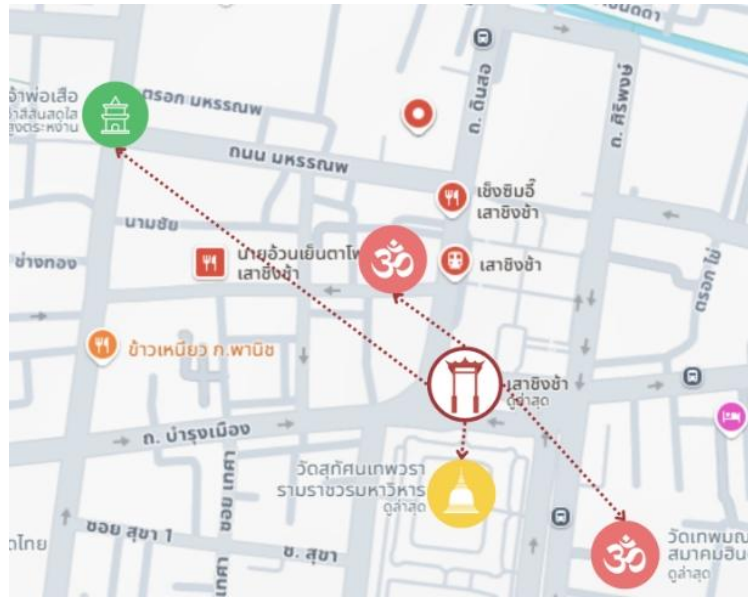
4. ศาลเจ้าพ่อเสือ

เป็นศาลเจ้าจีนที่มีชื่อเสียงและเก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ สร้างขึ้นตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 เพื่อบูชาเจ้าพ่อเสือ (เสียนเทียนซ่งตี้) มีการผสมผสานความเชื่อระหว่างไทย-จีน

- ศาลเจ้าพ่อเสือดั้งอยู่บริเวณถนนตะนาว ใกล้กับวัดสุทัศน์และวัดเทพธิดา
- เป็นจุดศูนย์กลางของชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่และเป็นสถานที่ขอพรเรื่องโชคลาภ การงาน และแก้ปีชง



ภาพที่ 11 ศาลเจ้าพ่อเสือ (ปลายฝน, 2567)



ภาพที่ 12 แผนที่แสดงสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ย่านเสาชิงช้า (Kairi, 2566)

จุดเชื่อมโยงและความสำคัญ

1. ความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม: ย่านเสาชิงช้าเป็นตัวอย่างของความกลมกลืนทางศาสนาและวัฒนธรรมในกรุงเทพฯ ที่มีทั้งศาสนาพุทธ ศาสนาฮินดู-พราหมณ์ และศาสนาจีน (ลัทธิเต๋า) อยู่ร่วมกันอย่างสันติ

2. ศูนย์กลางจิตใจและชุมชน: สถานที่เหล่านี้เป็นศูนย์รวมความเชื่อและกิจกรรมทางศาสนาในชุมชน ทั้งพิธีกรรม การสักการะ และเทศกาลต่าง ๆ

3. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมร่วม: การตั้งอยู่ใกล้กันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและผสมผสานวัฒนธรรม เช่น การจัดงานประเพณีร่วม การแลกเปลี่ยนความเชื่อ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนต่างชาติและท้องถิ่น

4. บทบาททางสังคม: ศาลเจ้าพ่อเสือและวัดต่าง ๆ ในย่านนี้ไม่เพียงแต่เป็นสถานที่สักการะ แต่ยังเป็นแหล่งรวมกิจกรรมทางสังคม เช่น การเก็บเงิน การจัดงานประจำปี และการช่วยเหลือชุมชน

โดยสรุปย่านเสาชิงช้าเป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร โดยมีวัดและศาสนสถานจากหลายศาสนาอยู่ใกล้เคียงกันอย่างกลมกลืน แสดงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของกรุงเทพฯ ในฐานะเมืองหลวงที่มีความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง

1.6 วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดสุทัศน์)

วัดสุทัศน์ตั้งอยู่ในย่านพระนครชั้นใน ถูกสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2350 ซึ่งเป็นศูนย์กลางของกรุงเทพมหานครยุคต้น และมีเสาชิงช้าเป็นโบราณสถานสำคัญตั้งอยู่หน้าวัด ซึ่งเป็น "สะดือเมือง" หรือศูนย์กลางพระนครตามความเชื่อพราหมณ์ เป็นวัดประจำรัชกาลที่ 8 และมีพระประธานสำคัญ ได้แก่ พระศรีศากยมุนี (พระโต) พระพุทธตรีโลกเชษฐ และพระพุทธเสฏฐมุนี มีประวัติและเรื่องเล่าทางจิตวิญญาณ เช่น เปรตวัดสุทัศน์ ที่เพิ่มความน่าสนใจและความศักดิ์สิทธิ์ให้กับสถานที่ อีกทั้งมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดที่มีประวัติศาสตร์ เรื่องเล่า และความศรัทธา ดังนี้



ภาพที่ 13 วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร (ปลายฝน, 2567)

9 สิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด

จากการสำรวจและศึกษาข้อมูล พบว่าภายในวัดสุทัศนเทพวรารามเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป และสิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญหลายองค์ มีความโดดเด่นทั้งในด้านศิลปกรรม ประวัติความเป็นมา และความศรัทธาของชาวพุทธ ดังนี้

1. **พระพุทธศรีศากยมุนี** เป็นพระประธานในพระวิหารหลวง หล่อด้วยสำริดและมีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดยได้อัญเชิญมาจาก วัดมหาธาตุ จังหวัดสุโขทัย
2. **พระสุนทรวิภาณี** เป็นเทพธิดาที่เชื่อกันว่าเป็นผู้คอยคุ้มครองพระธรรมและพระไตรปิฎก เป็นอีกองค์ศักดิ์สิทธิ์ซึ่งมีความสำคัญต่อพระพุทธศาสนา

3. **พระพุทธตรีโลกเชษฐ์** เป็นพระพุทธรูปสมัยรัตนโกสินทร์ ปางมารวิชัย ด้านหน้ารายล้อมด้วยพระอสีติมหาสาวก 80 รูป ที่ปั้นและระบายสีสมจริง โดยมีป้ายระบุชื่อพระสาวกทุกองค์
4. **พระกริ่งใหญ่** ประดิษฐานอยู่ด้านหลังพระอุโบสถ หล่อด้วยสำริดปิดทอง เป็นพระที่ศิษย์ได้สร้างขึ้น เพื่อสักการะเจ้าอาวาสวัดสุทัศน์ รูปที่ 7
5. **ท้าวเวสสุวรรณ** ตั้งอยู่ด้านข้างพระกริ่งใหญ่ หล่อด้วยสำริดเคลือบสีเขียว เป็นท้าวเวสสุวรรณอีกองค์หนึ่ง ที่มีรูปลักษณะโดดเด่นและแตกต่างจากทั่วไป เชื่อกันว่า หากได้สักการะแล้วจะนำความร่ำรวยและโชคลาภมาให้
6. **พระพุทธรูปสมเด็จพระสังฆราชแพ** เป็นพระพุทธรูปสมเด็จพระสังฆราชแพ สมเด็จพระสังฆราชพระองค์ที่ 12 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ และอดีตเจ้าอาวาสวัดสุทัศน์พระองค์ที่ 4 โดยพระองค์เป็นพระคณาจารย์ผู้มีชื่อเสียงในการสร้างพระกริ่ง ทั้งนี้พระกริ่งของสมเด็จพระสังฆราชแพได้กลายเป็นพระเครื่อง ซึ่งเป็นที่นิยมและมีมูลค่าสูง
7. **พระพุทธธังสี มุทราภัย (หลวงพ่อกุหลาบ)** เป็นพระพุทธรูปปางประทานอภัย ที่ได้จากทองสัมฤทธิ์ซึ่งเหลือจากการหล่อพระพุทธรูปองค์อื่น ๆ ผู้คนจึงเรียกว่า “หลวงพ่อกุหลาบ” เชื่อกันว่า หากได้สักการะแล้วจะมีเงินทองเหลือใช้ ไม่ขัดสน
8. **พระพุทธเสฏฐมุนี (หลวงพ่อกลิ่น)** ประดิษฐานอยู่ในศาลาการเปรียญ เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ที่มีความเป็นมาเชื่อมโยงกับสมัยรัชกาลที่ 3 โดยนำ “กลิ่น” ที่ได้จากการปราบปรามฝิ่นมาหล่อเป็นพระพุทธรูป
9. **ต้นพระศรีมหาโพธิ์** เป็นโพธิ์ 2 ต้น ที่นำพันธุ์มาจากพุทธคยา ประเทศอินเดีย และจากศรีลังกา โดยพระศรีมหาโพธิ์เป็นสัญลักษณ์ของพระพุทธเจ้าที่ได้ตรัสรู้ใต้ต้นโพธิ์

โดยสรุปแล้ววัดสุทัศน์เป็นสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม รวมทั้งมีผู้เข้าชมและท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งชาวไทยและต่างชาติแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในแง่ของการท่องเที่ยว สถานที่ที่พร้อมสำหรับการรองรับและความศรัทธา อีกทั้งการเดินทางที่สะดวกจากขนส่งสาธารณะ พื้นที่จอดรถ และสถานที่โดยรอบแหล่งของกินต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ วัดสุทัศน์จึงเหมาะสมที่จะเป็นพื้นที่ศึกษาในการออกแบบแอปพลิเคชันไหว้พระ ขอพร และมุเตอ เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ครบถ้วนและลึกซึ้งในบริบทของความเชื่อของชาวพุทธได้อย่างแท้จริง (ทองต่อกล้วยไม้ ณ อยุธยา, 2024)

1.7 แนวคิดวิวัฒนาการทางด้านศาสนาโรเบิร์ต เอ็น. เบลลาห์ (Robert N. Bellah)

โรเบิร์ต เอ็น. เบลลาห์ (Robert N. Bellah) ได้นำเสนอกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มีความแตกต่างเพิ่มขึ้นและมีความซับซ้อนมากขึ้นในองค์กร เกิดเป็นระบบทางสังคมหรือหน่วยงานทางสังคม มีความสามารถที่จะปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดีขึ้น เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ที่เป็นอิสระกับสิ่งแวดล้อมมากกว่าสังคมในอดีตที่มีความซับซ้อนน้อยกว่าและต้องพึ่งพิงสิ่งแวดล้อมมากกว่า วิวัฒนาการจะเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้หันกลับไม่ได้หรือจำต้องผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เป็นสายตรงสายเดียว รูปแบบหรือโครงสร้างที่เรียบง่ายยังสามารถอยู่รอดและพัฒนาควบคู่ไปกับรูปแบบที่ซับซ้อน วิวัฒนาการไม่ได้ มีความหมายในเชิงอภิปราย แต่เป็นข้อสรุปจากประสบการณ์ว่ารูปแบบและโครงสร้างที่ซับซ้อนมากกว่า มักจะพัฒนามาจากรูปแบบโครงสร้างที่ซับซ้อนน้อยกว่า โดยมีการแบ่งแนวทางของการวิวัฒนาการ 5 ระยะของศาสนาความซับซ้อนของสังคม (ปราณี วงษ์เทศ, 2563) ได้แก่

ระยะ	ลักษณะเด่น	ตัวอย่างและความหมาย
ระยะดั้งเดิม (Primitive)	พิธีกรรมเชิงสัญลักษณ์พื้นฐาน ไม่ซับซ้อน ศรัทธาใน ภูตผี ปีศาจ มักเกี่ยวข้องกับเรื่องเหนือธรรมชาติ	ศาสนาเผ่า การใช้พิธีเพื่อความสัมพันธ์และความเป็นกลุ่มก้อน
ระยะโบราณ (Archaic)	มีการจัดระบบของความเชื่อและพิธีกรรม ซับซ้อนมากขึ้น	เกิดบรรยากาศของศาสนาที่มีชนชั้นและระบบสัญลักษณ์ยกระดับ
ระยะประวัติศาสตร์ (Historical)	เกิดศาสนา มีหลักคำสอนที่ชัดเจน เผยแพร่และมีการอธิบายแนวคิด ชีวิตและโลกหลังความตาย	ปรากฏในศาสนาจักรวาลใหญ่ เช่น ฮินดู พุทธ คริสต์ อิสลาม
ระยะใหม่ตอนต้น (Early modern)	สัญลักษณ์ศาสนายุคลูกกลาม เรื่องความเป็นปัจเจก	เช่น การปฏิรูปโดยโปรเตสแตนต์
ระยะใหม่ (Modern)	ศาสนาแบบตัวบุคคลที่หลากหลายและปรับได้ มีเหตุผลและวิทยาศาสตร์	ระบบสัญลักษณ์ผสมผสาน ไม่มีองค์กรทางศาสนาหลัก

ตารางที่ 2 การแบ่งแนวทางการวิวัฒนาการของศาสนา 5 ระยะ (ปลายฝน, 2568)

ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีวิวัฒนาการทางศาสนาของโรเบิร์ต เอ็น. เบลลาห์ (Robert N. Bellah) มาวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในศาสนาภายในประเทศไทย ซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบการเข้ามาของศาสนาที่มีผลต่อความศรัทธาของคนไทย โดยที่ทฤษฎีนี้เชื่อมโยงได้ว่าความศรัทธาได้วิวัฒนาการจากความเชื่อที่มีต่อเรื่องเหนือธรรมชาติของกลุ่มคนพื้นเมือง มีการพัฒนาความเชื่อโดยการจัดระบบของพิธีกรรมเกิดเป็นกลุ่มความเชื่อและสังคมในพื้นที่นั้น จากนั้นเกิดการเผยแพร่ของศาสนาที่มีหลักคำสอนหรือมีผู้ที่เป็นศาสดาเอกผู้คอยดูแล ทำให้การเข้ามาของแต่ละกลุ่มศาสนามีการผสมผสานแนวความเชื่อและปรับใช้กับความเชื่อของกลุ่มคน สังคมในพื้นที่นั้น ๆ กระทั่งในสังคมปัจจุบันมีการปรับรูปแบบแนวคิดความเชื่อที่มีเหตุและผลไปตามบุคคล

1.8 หลักการวิจัยเพื่อออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Research)

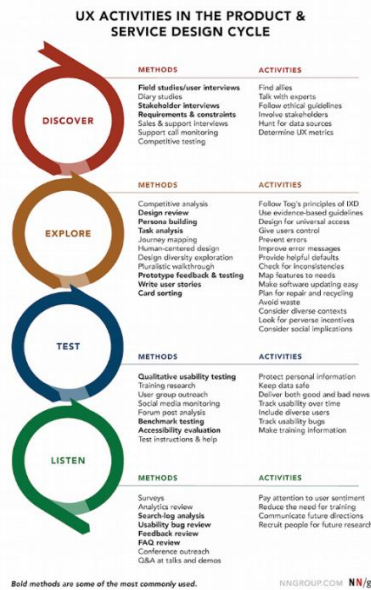
เป็นกระบวนการเพื่อช่วยเพื่อทำความเข้าใจปัญหาหรือความต้องการต่าง ๆ และข้อมูลรายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับผู้ใช้/กลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมวิธีการทำ UX Research ในขั้นตอนต่าง ๆ กิจกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) Suparat (2565) นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 กิจกรรม คือ

1. Discover (การค้นพบ) คือ การกำหนดสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งานเพื่อค้นหาความต้องการ ปัญหา หรือเป้าหมายต่าง ๆ จากการสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกต เป็นต้น

2. Explore (การสำรวจ/การวิเคราะห์) คือ การนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเจาะลึก เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาหรือความต้องการ โดยวิธีการเช่น การวิเคราะห์การแข่งขัน การตรวจสอบการออกแบบ การสร้างบุคลิก การวิเคราะห์งาน การทำแผนที่เส้นทาง การตอบรับและการทดสอบต้นแบบ และการเขียนเรื่องราวของผู้ใช้

3. Test (การทดสอบ) คือ เป็นขั้นตอนของการตรวจสอบคุณภาพของสิ่งที่ผู้ออกแบบต้องการพัฒนาว่าสามารถใช้งานได้จริงหรือไม่ อย่างไร ตรงกับความต้องการ หรือช่วยแก้ไขปัญหาของผู้ใช้งานได้หรือไม่ โดยมีการทดสอบ คือ การทดสอบการใช้งานเชิงคุณภาพ และการทดสอบมาตรฐานการประเมินความสามารถในการเข้าถึง

4. Listen (การรับฟัง) คือ กระบวนการสุดท้ายเพื่อที่จะทำให้ผู้ออกแบบเข้าใจถึงปัญหาความต้องการ โดยการรับฟังจากผู้ใช้งาน เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพของผลงานที่ได้ออกแบบ



ภาพที่ 14 UX Activities in The Product & Service Design Cycle (Susan Farrell, 2560)

เครื่องมือในการออกแบบการวิจัยผู้ใช้

เป็นวิธีการวิจัยหลัก ๆ ที่เป็นที่ยอมรับและมุ่งเน้นในการค้นหาและรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้ที่มีประสิทธิภาพ เป็นออกเป็น 2 วิธีการ ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

เป็นวิธีการในการเน้นการหาสาเหตุของผู้ใช้เชิงลึกและรอบด้านเพื่อให้ผลของข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพและเป็นจริงที่สุด โดยอาศัยความเข้าใจ เอาใจใส่ ตั้งใจอย่างลึกซึ้งในการสอบถามสัมภาษณ์และสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้ ซึ่งข้อมูลที่ตีรับฟังต้องได้จากการวางตัวเป็นกลาง ไม่ใส่ความคิดเห็นส่วนตัว เพื่อจะได้เข้าถึงข้อมูลด้านลึกและเข้าใจผู้ใช้จริง

2. การวิจัยเชิงปริมาณ

เป็นวิธีการในการเน้นการศึกษาเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในจำนวนมากด้วยการใช้หลักทางสถิติ ผลลัพธ์จากข้อมูลเป็นตัวเลขและสัดส่วนหรือการประเมินผลของข้อมูลจากการวัดค่า แนวโน้ม และภาพองค์รวมของชุดข้อมูลนั้น ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งในการวิจัยเชิงปริมาณจำเป็นต้องอาศัยการวางแผนการเก็บข้อมูลตั้งแต่ต้น ใช้ในการเชื่อมโยงของหัวข้อคำถาม-คำตอบ-ตัวแปร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ รวมถึงต้องอาศัยความชำนาญในการสังเคราะห์ วิเคราะห์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากที่สุด (Suparat, 2565)

วิธีการ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ
ตั้งใจฟังและ ค้นหาสิ่งลึก (Listen and Dive Deep)	<ul style="list-style-type: none"> - In-depth Interview สัมภาษณ์เชิงลึก - Focus Group สนทนากลุ่ม - Contextual Inquiry สัมภาษณ์ในสภาพแวดล้อม สถานการณ์จริงและให้ผู้ใช้แสดงให้เห็น 	<ul style="list-style-type: none"> - Survey/Online Questionnaire แบบสอบถาม - Analytics Review ข้อมูลวิเคราะห์การใช้งาน เช่น จำนวนคนเข้าเว็บไซต์ จำนวนคลิก - Frequently Asked Questions (FAQ) Review คำถามที่พบบ่อย
สำรวจชุดคีย์ (Explore)	<ul style="list-style-type: none"> - Ethnography Research/Participant Observation ศึกษาวิจัย-สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม - Customer Experience Journey เส้นทางประสบการณ์ลูกค้า/ผู้ใช้ตั้งแต่ต้นจนจบ - Empathy Mapping แผนภาพทำความเข้าใจผู้ใช้ - Competitor Analysis วิเคราะห์คู่แข่ง 	<ul style="list-style-type: none"> - Card Sorting การจัดเรียงการ์ด
ทดสอบ (Test)	<ul style="list-style-type: none"> - Concept Scenario ทดสอบแนวความคิด-สถานการณ์ - Design Review ทดสอบงานออกแบบ - Usability Testing ทดสอบการใช้งาน 	<ul style="list-style-type: none"> - Concept Scenario ทดสอบแนวความคิด-สถานการณ์ - Design Review ทดสอบงานออกแบบ - A/B Testing ทดสอบ-เปรียบเทียบแนวทาง รูปแบบ
ประเมินผล (Evaluation)	<ul style="list-style-type: none"> - User Feedback ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้จริง - Problem Solution ระบุปัญหาและแก้ไข 	<ul style="list-style-type: none"> - Eye Tracking - User Feedback ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้จริง - Problem Solution ระบุปัญหาและแก้ไข - Result Evaluation ประเมินผลลัพธ์ เช่น วัดระดับความพึงพอใจ (Satisfaction) วัดระดับความนิยม (Popularity)

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ (ปลายฝน, 2568)

ด้วยวิธีการวิจัยโดยใช้หลักการวิจัยเพื่อออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Research) นั้นทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้มีวิธีการที่หลากหลายและทำให้ได้ข้อมูลในด้านลึกที่ช่วยทำให้การตัดสินใจ หรือการค้นหาคำความต้องการ ปัญหาที่แท้จริงของผู้ใช้นั้นได้คุณภาพ ความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมแนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งานผสมผสานเสมือนจริงกับแอปพลิเคชันบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้หลักการวิจัยเพื่อออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Research) เพื่อค้นหาแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบที่เกิดจากปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งานให้เข้าถึงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้อย่างแท้จริง โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงเข้าใจถึงความต้องการและปัญหาที่แท้จริงของผู้ใช้งาน ผู้ใช้กระบวนการสร้างสรรค์ในการออกแบบผลงานและตัวต้นแบบผลงาน (Stanford University, 2022)

1.9 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

มาสโลว์ (Maslow) มีการพัฒนาทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการเป็นช่วงระยะเวลาานาน (เช่นงานตั้งแต่ปี ค.ศ. 1943 และยังมีการพัฒนาในลำดับถัดมาเช่นปี ค.ศ. 1962 หรือ ค.ศ. 1987) ทำให้หลายครั้งที่อาจเกิดความเข้าใจ ในปี ค.ศ. 1987 มาสโลว์ได้กล่าวว่าลำดับขั้นในทฤษฎีความต้องการไม่จำเป็นต้องตายตัว ซึ่งสามารถยืดหยุ่นได้ตามสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายนอก และความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่นในบางคน Self-Esteem อาจสำคัญมากกว่า หรือบางคนการทำงานสร้างสรรค์อยู่ในหมวดหมู่ Self-Actualization อาจเกิดขึ้นมากกว่าความต้องการพื้นฐานอื่น ๆ ความพอใจในความต้องการแต่ละขั้นนั้นไม่ได้เกิดขึ้นในสถานะที่มีพร้อมทุกอย่างหรือไม่มีเลย (All or None) นั้นหมายความว่ามันไม่จำเป็นที่จะต้องได้รับความพอใจ 100 เปอร์เซ็นต์ในความต้องการพื้นฐานแต่ละขั้น ก่อนที่ความต้องการขั้นถัดไปจะปรากฏขึ้น โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 5 ชั้นของความต้องการ



ภาพที่ 15 ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Wankawisant, 2564)

ขั้นที่ 1 Physiological Needs ความต้องการพื้นฐาน (ปัจจัย 4) สิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สุด เช่น อาหาร น้ำ อากาศ ที่พักอาศัย และการนอนหลับ หากไม่มีความต้องการขั้นพื้นฐานเหล่านี้ บุคคลนั้นก็จะไม่สามารถทำงานได้และจะไม่มีแรงจูงใจที่จะแสวงหาความต้องการในระดับที่สูงกว่า

ขั้นที่ 2 Safety Needs ความต้องการด้านความปลอดภัย ระดับที่สองของลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ คือ ความต้องการด้านความปลอดภัย ความต้องการเหล่านี้รวมถึงความปลอดภัยทางกายภาพ ความมั่นคงทางการเงิน สุขภาพ และการปกป้องตนเองจากสิ่งแวดล้อม หากไม่มีความต้องการเหล่านี้ บุคคลนั้นก็จะรู้สึกไม่ปลอดภัยและจะไม่สามารถมุ่งความสนใจไปที่ความต้องการในระดับที่สูงกว่าได้

ขั้นที่ 3 Love and Belonging Need ความต้องการทางด้านความสัมพันธ์ ระดับที่สามของลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ คือ ความรักและความเป็นเจ้าของ ความต้องการเหล่านี้รวมถึงความต้องการความเป็นเพื่อน มิตรภาพ ความใกล้ชิด และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หากไม่มีความต้องการเหล่านี้ บุคคลนั้นจะรู้สึกโดดเดี่ยวและไม่สามารถมุ่งความสนใจไปที่ความต้องการในระดับที่สูงกว่าได้

ขั้นที่ 4 Esteem Need ความต้องการการยอมรับ ระดับที่ 4 ของลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ คือ ความต้องการมีคุณค่า ความต้องการเหล่านี้รวมถึงความต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง การเคารพตนเอง การได้รับการยอมรับ และความสำเร็จ หากไม่มีความต้องการเหล่านี้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไร้ค่าและจะไม่สามารถมุ่งความสนใจไปที่ความต้องการในระดับที่สูงกว่าได้

ขั้นที่ 5 Self-Actualization ความสมบูรณ์แบบจุดสูงสุดของความต้องการนั้น คือ ความสมบูรณ์แบบในชีวิตหรือเรียกได้ว่าอยากเป็นทุก ๆ อย่างที่อยากเป็นในฐานะมนุษย์คนหนึ่งที่สามารถจะทำได้ โดยมาสโลว์เชื่อว่ามนุษย์นั้นสามารถพัฒนาขีดความสามารถและใช้มันอย่างเต็มที่ เพื่อไปสู่ความสมบูรณ์แบบมากที่สุด โดยการที่จะมาสู่ในขั้นนี้ได้ นั้นมนุษย์ต้องได้รับการตอบสนองจากทั้ง 4 ขั้นอย่างดีที่สุดก่อน (Basheer, 2567)

การนำทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ไปใช้ในการออกแบบ

ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จำแนกระดับความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น โดยเริ่มจากความต้องการพื้นฐาน ไปสู่ความต้องการสูงขึ้นตามลำดับ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบระบบได้ดังนี้

1.1. Physiological Needs (ความต้องการพื้นฐาน)

ความต้องการพื้นฐาน ผู้ใช้งานระบบต้องการรับรู้ เข้าถึงข้อมูลการใช้งานขั้นพื้นฐาน เช่น ตัวระบบสามารถโหลดได้รวดเร็ว ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบั๊ก เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูล เช่น ที่ตั้งวัด, กำหนดการประกอบพิธีกรรม, วิธีสักการะพระ และสถานศักดิ์สิทธิ์ได้อย่างราบรื่น

1.2. Safety Needs (ความปลอดภัย)

ต้องให้ผู้ใช้รู้สึกปลอดภัยเมื่อเข้าใช้แอปพลิเคชัน โดยให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ระบบยืนยันตัวตน, การเก็บรักษาข้อมูล อย่างปลอดภัย และมีระบบแจ้งเตือน

1.3. Love and Belonging (ความสัมพันธ์)

การที่เข้าถึงผู้คนได้ง่าย โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างระบบและผู้ใช้งาน เช่น การมีกิจกรรมในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้ได้มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

1.4. Esteem Needs (การยอมรับ)

ผู้ใช้สามารถได้รับการยอมรับ การเป็นคนสำคัญและความภูมิใจจากการใช้งานบนแอปพลิเคชัน เช่น การออกแบบพีเจอาร์ที่ตั้งค่าเฉพาะส่วนบุคคล, แต้มบุญ หรือตัวบ่งบอกความสำเร็จ

1.5. Self-Actualization (ความสมบูรณ์ในชีวิต)

ความต้องการในระดับสูงสุด ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสิ่งที่ต้องการมากที่สุด เช่น การให้ผู้ใช้เข้าถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้ง่าย สะดวก หรือการให้ความรู้และศึกษาหลักธรรม เพื่อส่งเสริมให้ผู้ใช้สามารถค้นหาตัวตน ความต้องการและการแก้ไขมากที่สุด

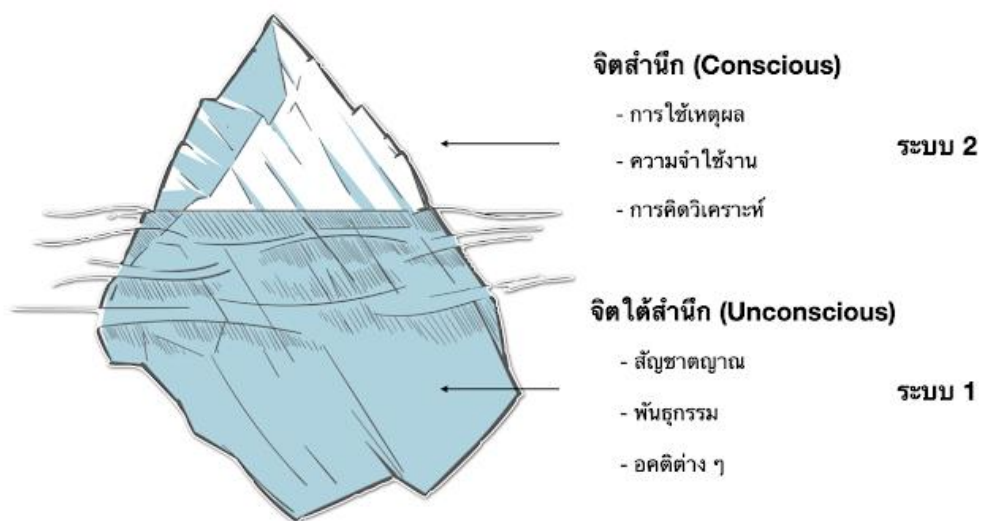
1.10 ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud)

มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่ตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและเป็นผู้กำหนดชีวิตของตนเองเนื่องจากประสบการณ์ส่วนใหญ่ของชีวิต อารมณ์ ความเชื่อ ความรู้สึก และแรงขับเคลื่อนเป็นรากฐานของประสบการณ์ ถูกเก็บไว้ภายในจิตไร้สำนึก หรือจิตสำนึกไม่สามารถเข้าถึงได้ แต่ส่วนที่มนุษย์เข้าถึงได้ เป็นเพียงส่วนเล็กน้อยของภาพรวมของจิตของบุคคลเท่านั้น โดยมีคำกล่าวที่ว่า เมื่อเรตัดสินใจเลือกทำบางอย่างด้วยตัวเองจริง ๆ แล้วจิตไร้สำนึกตัดสินใจให้เราไปก่อนหน้านั้นแล้วประมาณ 2-3 วินาที ไม่ใช่เรารู้ตัว ที่เป็นคนตัดสินใจ (Boonsupa, 2564) โดยที่ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ (Freud's Theory of Motivation) ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) เป็นนักจิตวิทยาชาวออสเตรีย พบว่าอิทธิพลที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ ประกอบด้วย แรงจูงใจและบุคลิกภาพ สิ่งที่กำหนดบุคลิกภาพและพฤติกรรมของมนุษย์ มีดังนี้

2.1. อีต (Id) เป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมออกมาตามความต้องการขั้นพื้นฐานที่เป็นจริงของมนุษย์โดย ไม่มีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับค่านิยมของสังคม พฤติกรรมที่เกิดจากอีต (id) อาจจะดีหรือไม่ดีก็ได้ เช่น ความต้องการทางเพศ ความก้าวร้าว ความพอใจ ฯลฯ

2.2. อีโก้ (Ego) เป็นความต้องการได้รับการยกย่อง ความภาคภูมิใจ ความเคารพในสถานภาพของ บุคคล อีโก้ คือการควบคุมด้วยเหตุผลของมนุษย์เพื่อรักษาความสมดุลจากความต้องการ เป็นการแสดง พฤติกรรมออกมาให้เหมาะสมกับกาลเทศะด้วยเหตุผลที่เป็นจริง เช่น การเดินทางท่องเที่ยว ฯลฯ

2.3. ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นการแสดงพฤติกรรมออกมาตามค่านิยมของสังคมและมาตรฐาน ของศีลธรรม ซุปเปอร์อีโก้จะรับไว้และปฏิบัติตามสิ่งสำคัญ คือ ซุปเปอร์อีโก้มีหน้าที่ยับยั้งการกระทำ การแสวงหาความพอใจของบุคคลให้ปฏิบัติตามข้อบังคับของสังคม



ภาพที่ 16 ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ (Boonsupa, 2564)

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ หากสามารถเข้าใจและเข้าถึงความต้องการของผู้ใช้ จะส่งผลให้การออกแบบสามารถตอบสนองความต้องการเชิงลึกของผู้ใช้ โดยจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งความต้องการขั้นพื้นฐานจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) และแรงขับภายในจิตใจของมนุษย์จากทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) สามารถใช้แนวความคิดไปประกอบกับการศึกษาหลักการตลาดในการวิเคราะห์ความต้องการปัญหา เพื่อการสร้างสรรค์ผลงาน เนื้อหาให้ตรงและเหมาะสมกับผู้ใช้งานมากที่สุด โดยได้ทำการวิเคราะห์ จากทฤษฎี ดังนี้

การนำทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ไปใช้ในการออกแบบ

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ ได้จำแนกโครงสร้างบุคลิกภาพออกเป็น 3 ส่วนคือ Id, Ego และ Superego โดยสามารถนำมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบระบบได้ดังนี้

2.1. Id (แรงขับพื้นฐาน)

ผู้ใช้มีความต้องการและต้องตอบสนองได้ทันที เช่น อยากค้นหาวิทยุอัตโนมัติ อยากดูว่าเดือนนี้มีพิธีอะไรบ้าง อยากตรวจสอบข้อมูลของสถานที่มุ่งเตลูก่อนที่จะเดินทาง

2.2. Ego (เหตุผลและความสมดุล)

ผู้ใช้เริ่มใช้เหตุผลและวิจรณ์ญาณเพื่อตัดสินใจ เช่น อยากรู้ข้อมูลเพิ่มเติมก่อนตัดสินใจ เช่น บทความรีวิว, เส้นทาง, วิธีเตรียมตัวก่อนเข้าวัด เพื่อใช้เหตุผลประกอบการตัดสินใจ

2.3. Superego (ค่านิยมและศีลธรรม)

ผู้ใช้มีต้องการที่จะทำสิ่งที่ถูกต้องและสอดคล้องตามค่านิยม เช่น อยากรู้ปฏิบัติตัวให้ถูกต้องตามศาสนา ข้อปฏิบัติ วิธีการและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ เช่น ทำบุญ หรือบริจาค

สรุปได้ว่าการนำทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์และทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ ช่วยให้ส่งเสริมการวิเคราะห์ความต้องการและปัญหาจากผู้ ใช้ เพื่อเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ผู้การใช้กระบวนการสร้างสรรค์ในการออกแบบผลงานและตัวต้นแบบได้อย่างรอบด้าน ทั้งในมิติของความจำเป็นพื้นฐาน (Physiological, Safety) ด้านสังคม (Love and Belonging, Esteem) ไปจนถึงความสมบูรณ์สูงสุด (Self -Actualization) อีกทั้งยังสามารถตอบสนองแรงจูงใจของผู้ใช้ ทั้ง Id, Ego และ Superego โดยวิธีการดังกล่าวทำให้การออกแบบสอดคล้องพฤติกรรมของผู้ใช้ได้อย่างแท้จริงที่ช่วยแก้ไขความต้องการและส่งผลเชิงบวกต่อผู้ใช้ ทั้งในด้านร่างกายในชีวิตจริงและในทางจิตใจ (ต้องรัก จิตรบรรเทา, 2560)

ตารางการวิเคราะห์การเปรียบเทียบทฤษฎี

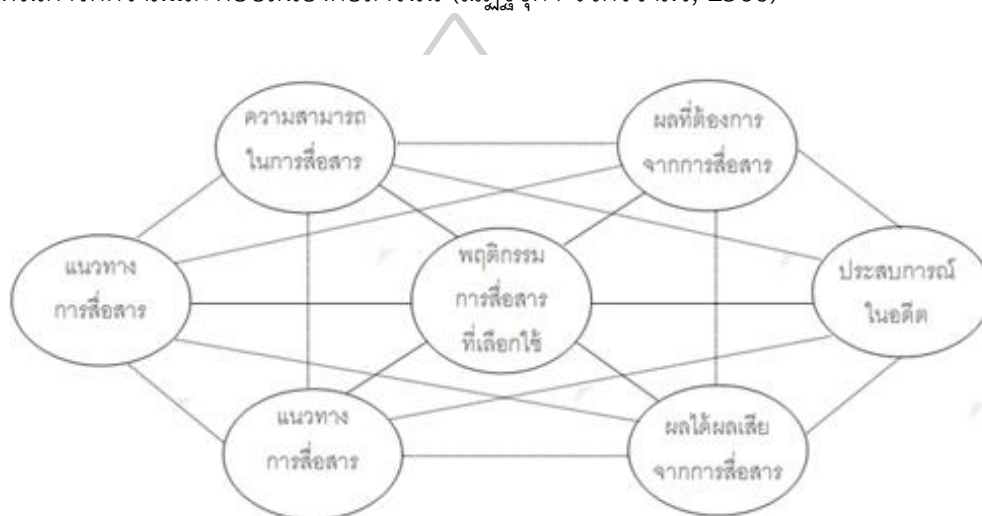
ระดับความต้องการ	จิตวิเคราะห์	ปัญหา/ความต้องการ/แรงจูงใจ	ฟีเจอร์บนแอปพลิเคชัน
Physiological	Id	ข้อมูลหลากหลายแหล่ง, ไม่ครบ, ซ้ำซ้อน, การพึ่งพาแรงด่วน	ข้อมูลสถานที่, บทสวด, ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบนแอปพลิเคชัน
Safety	Ego	การตัดสินใจ, ทางเลือก	ฟีเจอร์ขอตามพร, มูไกล์ฉันทัน
Love & Belonging	-	กิจกรรม, สังคม	กิจกรรม, พิธีกรรม, บอร์ดข่าวสาร, ชื่อดัว-บริจาค
Esteem	Superego	ประวัติ การแนะนำ, การแจ้งเตือน ช่วงเวลาสำคัญ	Profile ตามดวง, สีประจำ, การเสริมดวง
Self-actualization	-	การให้ข้อมูล INSIDEและถูกต้อง	มุตามไกด์

ตารางที่ 4 ตารางการวิเคราะห์การเปรียบเทียบทฤษฎี

2. การศึกษาแนวคิดและหลักการตลาดเพื่อวิเคราะห์รูปแบบความต้องการของผู้ใช้งาน

2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theories)

การสื่อสาร (Communication) เป็นกระบวนการส่งและตีความสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจ หรือการตอบสนองระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ทั้งนี้ ผู้ส่งสารมีบทบาทในการเริ่มส่งข้อความหรือความคิดออกไป ในขณะที่ผู้รับสารมีหน้าที่ในการตีความและตอบสนองต่อสารนั้น (ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี, 2566)



ภาพที่ 17 มายแมมทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theories) (Seksanrmutl, 2556)

1. วิธีการสื่อสาร หากจำแนกตามลักษณะการส่งและรับสารสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ
 - 1.1. การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) เป็นการส่งสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับเพียงฝ่ายเดียว โดยไม่มีการตอบกลับหรือโต้ตอบ เช่น ข่าวประกาศ วิทยุกระจายในอดีต
 - 1.2. การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) เป็นการสื่อสารซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กัน โดยผู้ส่งและผู้รับสามารถส่งสารและตอบสนองกันได้ เช่น การสนทนา และการสื่อสารหากจำแนกตามจำนวนผู้สื่อสารและช่องทางที่ใช้ยังสามารถแบ่งได้เป็น
 - การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)
 - การสื่อสารกลุ่ม (Group Communication)
 - การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)
2. สำหรับตัวแบบการสื่อสาร ที่ใช้ในการอธิบายนิยามและกระบวนการสื่อสารนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้
 - 2.1. ตัวแบบเชิงเส้น (Linear Model) เช่น ตัวแบบของแชนน์และวีเวอร์ ที่นำเสนอว่า การสื่อสารเริ่มจากผู้ส่งสารส่งข้อความไปยังผู้รับสาร โดยมีช่องทางและสัญญาณรบกวนเป็นตัวแปร

2.2. ตัวแบบสองทาง (Interactive Model) เป็นตัวแบบที่จะมีข้อเสนอเพิ่มเติมว่า ผู้รับสามารถส่งสารกลับไปหาผู้ส่งได้ ทำให้การสื่อสารเป็นกระบวนการโต้ตอบ

2.3. ตัวแบบเชิงปฏิสัมพันธ์และบริบท (Transactional Model) เป็นตัวแบบซับซ้อน ที่มองว่าทั้งผู้ส่งและผู้รับมีบทบาทเท่าเทียมกัน และการสื่อสารขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหรือบริบท เช่น วัฒนธรรมและสังคม ที่มีผลต่อความเข้าใจและการตีความสาร

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เป็นทฤษฎีที่จะใช้ในการอธิบายในเชิงจิตวิทยาว่า เจตนา (Intention) ที่จะกระทำอะไรสักอย่างนั้น เป็นผลมาจาก 3 ตัวแปรสำคัญ คือ

1. ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) หากผู้ที่มีความเชื่อว่าพฤติกรรมนั้นส่งผลดีหรือมีคุณค่า จะมีความโน้มเอียงที่จะกระทำ

2. บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) หากบุคคลรับรู้ว่าคนรอบข้าง เช่น ครอบครัวหรือเพื่อนฝูง อยากให้กระทำอะไร ก็มักจะมีความตั้งใจที่จะกระทำนั้นตามแรงสนับสนุน

3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) : หากบุคคลมีความเชื่อว่าตนสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้สำเร็จ โดยมีความสามารถและเงื่อนไขเพียงพอ จะส่งผลให้ความตั้งใจที่จะกระทำนั้นสูงขึ้น

กล่าวได้ว่า หากมีการส่งสารหรือสื่อสาร เพื่อมุ่งให้บุคคลมีความตั้งใจที่จะกระทำอะไรแล้ว ผู้ส่งจำเป็นต้องคำนึงถึง 3 ตัวแปรนี้ เพื่อให้การสื่อสารมีอิทธิพลสูงสุด

การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication)

การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นวิธีการใช้ภาษาและวิธีนำเสนอสาร เพื่อให้ผู้รับสารมีความคิดหรือพฤติกรรมเปลี่ยนไป โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หากผู้ส่งสารมีความเชี่ยวชาญ จริงใจ หรือน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับข้อเสนอ หรือแนวคิดนั้น ๆ

2. เหตุผลและข้อเท็จจริง (Reasoning) หากการนำเสนอมีเหตุผลที่หนักแน่นและมีข้อเท็จจริงที่สนับสนุนแนวคิด จะช่วยให้ข้อเสนอมีความหนักแน่น น่าเชื่อ และดูเป็นจริง

3. การกระตุ้นอารมณ์ (Emotional Appeal) หากข้อความหรือแนวคิดที่สามารถกระตุ้นความรู้สึกได้ เช่น ห่วงใย หวังดี หรือน่าเศร้า ส่งไปยังผู้รับสารทำให้เกิดแรงจูงใจที่เพิ่มมากขึ้น

กล่าวได้ว่า ทฤษฎีและแนวคิดการสื่อสาร ที่ได้กล่าวมา ทำให้ช่วยให้เข้าใจถึงกระบวนการส่ง และรับสาร ที่ไม่ได้เป็นเพียงการส่งข้อความเพียงฝ่ายเดียว มีกระบวนการที่ซับซ้อนที่มีเงื่อนไข โดย ต้องอาศัยการตีความ เพื่อเข้าใจถึงความหมายของสารนั้น ๆ อีกทั้งทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนยังช่วย อธิบายในเชิงจิตวิทยาว่า หากจะให้บุคคลมีความตั้งใจที่จะทำอะไร จำเป็นต้องคำนึงถึงทัศนคติ บรรทัดฐาน และความตั้งใจของบุคคล เช่น การโฆษณาแก้ปวดเพื่อสื่อสารว่าใช้แก้อาการปวดหัว เพื่อสื่อสารไปยังผู้รับสารที่มีอาการปวดหัวเพื่อให้คนนั้นเข้าใจและต้องการ เป็นต้น ในขณะที่ การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นวิธีการนำเอาข้อคิด ในการส่งสารให้เกิดแรงจูงใจ โดยอาศัยความ น่าเชื่อถือ เหตุผล และอารมณ์ เพื่อส่งผลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้รับสาร

โดยผู้วิจัยได้นำเอาทฤษฎีและแนวคิดการสื่อสารมาปรับใช้ในการสื่อสารเนื้อหาสื่อบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร เพื่อส่งมอบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) ให้สมบูรณ์มากที่สุด โดยตัวแบบเชิงปฏิสัมพันธ์และบริบทช่วยให้การสื่อสารมีความเป็นสองทางและสมจริง ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนช่วยให้ออกแบบฟีเจอร์ให้สอดคล้องกับความคิด พฤติกรรมและแรงจูงใจ ของผู้ใช้ สุดท้ายนี้การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ กระตุ้นให้ผู้ใช้มีความสนใจ อยากใช้ และกลับมาใช้ซ้ำ อีก ส่งผลให้สื่อบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานครเป็นแพลตฟอร์มที่มอบคุณค่า ประสบการณ์ และความศรัทธา ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้ให้มากที่สุด

2.2 กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ความเชื่อ (Marketing)

เป็นการตลาดที่นำเอาความเชื่อ ความศรัทธาในเรื่องดวงชะตา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์เข้ามาใช้ในการทำการตลาดสินค้า หรือบริการต่าง ๆ โดยมีผลสำรวจจากสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ในหัวข้อ “พฤติกรรมคนไทยกับความเชื่อเรื่องโชคลาง” พบว่า คนไทยกว่า 70% เชื่อเรื่องโชคลาง และมีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าและบริการที่ช่วยเสริมดวงชะตามากกว่าสินค้าอื่น ๆ (สวนดุสิตโพล, 2566) เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายสายมู หรือคนที่มีความเชื่อเรื่องโชค และสิ่งมงคลนั่นเอง โดยสินค้า หรือบริการที่สามารถใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ Marketing ได้ มักเป็นสินค้าหรือบริการที่ผ่านการปลุก เสกด้วยพิธีพุทธาภิเษก หรือเทวาภิเษก มีการใช้เลขมงคล สีมงคลตามวันเกิด หรือใช้ภาพสัญลักษณ์สิ่ง ศักดิ์สิทธิ์ หรือแม้แต่สัญลักษณ์ราศีต่าง ๆ ซึ่งการทำการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ทางความเชื่อนี้เสมือนเป็น การเพิ่มความมั่นใจ รู้สึกสบายใจ และพร้อมเผชิญกับความท้าทายต่าง ๆ ของผู้บริโภค



ภาพที่ 18 ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theories) (AD ADDICT TH, 2566)

2.3 ลักษณะและรูปแบบของ Marketing

1. การออกแบบสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความเชื่อให้สามารถใช้งานหรือกลมกลืนกับของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สินค้า Limited Edition ที่มีสัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์, ใช้เลขมงคล, สีประจำราศี หรือภาพเทพเจ้า และสินค้าที่ผ่านพิธีกรรมปลุกเสก
2. การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสายมู เช่น แจกวัตถุมงคล, จัดพิธีทำบุญ, ปลอญนกปลอญปลา Workshop หรือกิจกรรมเสริมดวงการสร้าง Content ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ศาสตร์ลึกลับ
3. บทความ ดูดวง วิดีโอการร่วมมือกับ Influencer สายมู เพื่อโปรโมตสินค้าและบริการการสนับสนุนกิจกรรมทางศาสนาและความเชื่อเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (AD ADDICT TH, 2566)

ข้อดี	ข้อควรระวัง
ช่วยสร้างความผูกพันกับลูกค้าโดยตรง เพราะสินค้าและบริการถูกออกแบบให้สอดคล้องกับความเชื่อและความต้องการส่วนบุคคล	ต้องสื่อสารอย่างเป็นกลางและเคารพความเชื่อที่หลากหลาย หลีกเลี่ยงการดูถูกหรือเหมารวม
กระตุ้นยอดขายด้วยการสร้างความรู้สึกลูกคามีคุณค่าพิเศษและเสริมโชคชะตา	ไม่ควรโฆษณาหรือสัญญาเกินจริงจนทำให้เกิดความงมงายหรือหลอกลวงผู้บริโภค
สร้างชุมชนลูกค้าที่มีความเชื่อและความสนใจเหมือนกัน	เน้นคุณภาพของสินค้าและบริการการใช้ความเชื่อเป็นจุดขาย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในระยะยาว
เป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับตลาดในภูมิภาคที่มีวัฒนธรรมและความเชื่อเกี่ยวกับโชคลางและสิ่งศักดิ์สิทธิ์เข้มแข็ง เช่น เอเชีย	ระมัดระวังเรื่องจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

ตารางที่ 5 ตารางการเปรียบเทียบข้อดี-ข้อควรระวังกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ความเชื่อ (Muketing)

โดยสรุป Muketing คือกลยุทธ์การตลาดที่นำความเชื่อและศรัทธาในเรื่องโซคกลาง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และศาสตร์ลึกลับมาผสมผสานกับการวางแผนการตลาด เพื่อสร้างความโดดเด่นและดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สายมูเตลู โดยกลยุทธ์นี้ได้รับความนิยมมากขึ้นในยุคดิจิทัลเพราะผู้คนในปัจจุบันแสวงหาความมั่นใจและกำลังใจผ่านความเชื่อด้วยเหตุนี้การทำกลยุทธ์การตลาดแบบ Muketing จะต้องทำอย่างระมัดระวัง เคารพความเชื่อและความศรัทธาที่หลากหลาย และไม่โฆษณาเกินจริง เพื่อรักษาภาพลักษณ์และค่าน้ำเชื่อถือของแบรนด์และผลิตภัณฑ์นั้น (Sopa, 2567)

2.4 กลยุทธ์ด้านการออกแบบธุรกิจ (Business Model Canvas)

เป็นการวางแผนด้านธุรกิจที่ช่วยทำให้ออกแบบ ภาพรวมของธุรกิจ โดยการวางกลยุทธ์ทางการตลาดวิเคราะห์การตลาด รวมถึงสินค้าบริการ ลูกค้าของแบรนด์ ทั้งนี้การวางภาพรวมนี้ทำให้นักการตลาดคาดการณ์ได้ว่า ธุรกิจจะสามารถยกระดับการทำตลาดได้อย่างไร หรือ พัฒนาในส่วนไหนเป็นพิเศษเพื่อให้ธุรกิจเติบโตได้ในระยะยาว (Consulting, 2566)

Business Model Canvas มีองค์ประกอบ ทั้งหมด 9 ส่วน

1. พาร์ทเนอร์หรือพันธมิตร (Key Partners)

คือ เครือข่ายพันธมิตรที่ช่วยสนับสนุนธุรกิจ เช่น ซัพพลายเออร์ หรือพันธมิตรทางธุรกิจ

2. กิจกรรมหลัก (Key Activities)

กิจกรรมสำคัญที่ธุรกิจต้องทำเพื่อดำเนินงานและส่งมอบคุณค่า เช่น การผลิต การตลาด หรือ การวิจัยและพัฒนา

3. ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ทรัพยากรหลัก เป็นทรัพยากรสำคัญที่ธุรกิจจำเป็นต้องมี เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ทรัพยากรเหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรเชิงปัญญา และทรัพยากรมนุษย์

4. จุดเด่นของสินค้าหรือบริการ (Value Proposition)

สิ่งที่ธุรกิจนำเสนอเพื่อแก้ปัญหา หรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น สินค้า บริการ หรือประสบการณ์ที่โดดเด่นจุดเด่นของสินค้าและบริการ ในเครื่องมือ Business Model Canvas เพื่อให้ได้จุดเด่นของธุรกิจได้ที่แม่นยำ และนำไปพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

5. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)

วิธีการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การให้ลูกค้าสมัครสมาชิก การให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล ผลิตภัณฑ์ หรือกระทั่งบริการหลังการขาย การให้บริการแบบเชื่อมต่อกันเป็นชุมชน

6. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)

ใช้ระบุว่าเป็นใครคือกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ และลูกค้าแต่ละกลุ่มมีลักษณะอย่างไร โดยการจำแนกกลุ่มลูกค้า โดยการวิเคราะห์จากพฤติกรรม เป้าหมายของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

7. ช่องทางการสื่อสารและการจำหน่าย (Channels)

วิธีการที่นำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ และวิธีการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า รวมทั้งการจำหน่ายสินค้าและบริการทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ และอื่น ๆ ซึ่งการเลือกช่องทางการสื่อสาร และจำหน่ายสินค้าขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประเภทของผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่าง ๆ

8. กลยุทธ์การเงิน (Revenue Streams)

ช่องทางที่ธุรกิจสร้างรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ เช่น รายได้จากการสมัครสมาชิกรายเดือน รายได้จากการเช่าสัญญา รายได้จากการโฆษณา

9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

การวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนในธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ผู้ดำเนินธุรกิจเห็นค่าใช้จ่าย และโครงสร้างต้นทุนขององค์กรได้อย่างชัดเจน โดยโครงสร้างต้นทุนประกอบไปด้วย

- ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs): เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิตหรือการให้บริการ เช่น เช่าพื้นที่สำนักงาน ค่าเช่าอาคาร ค่าเช่าอุปกรณ์ เป็นต้น
 - ต้นทุนผันแปร (Variable Costs): เป็นค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิตหรือการให้บริการ เช่น วัตถุดิบ ค่าแรงงานต่อชิ้นงาน ค่าพลังงานที่ใช้ในกระบวนการผลิต เป็นต้น
 - ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (Other Expenses): เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพิ่มเติมนอกเหนือจากต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร เช่น ค่าโฆษณาและการตลาด ค่าบริการที่จ้างเพิ่มเติม เป็นต้น
- โดยการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนจะช่วยให้ผู้ดำเนินธุรกิจเข้าใจว่าแต่ละส่วนประกอบมีความสำคัญ และมีผลต่อค่าใช้จ่ายอย่างไร

KEY PARTNER	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
<ul style="list-style-type: none"> • 3d 1 แห่ง • GOOGLE MAP API • ร้านค้าของสินค้าสามัญ • MEDIA DONUT (DIGITAL MEDIA AGENCY) 	<ul style="list-style-type: none"> • กระแสบ้านทางวิศวกรรม 3D บูดดู กิ่งแบบ OWN-CONTENT & UGC • การให้ข้อมูลของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานและจุดเด่นของสถานที่เป็น • AR NAVIGATION นำทางให้สำหรับรถที่จอดรถในวัด • PRAYER GUIDE แอปพลิเคชันการไหว้และขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างแนวทางให้การไหว้พระ: ขอพร • ลดการสร้างขยะ: แอปพลิเคชันการขอพร • สร้างโอกาสการรายได้ผ่านพินิจอรรถสิทธิ์และพาริกันอร์ <ul style="list-style-type: none"> ○ ดอกไม้ รูปเทียน ถัดจตุล ○ ร้านค้าออนไลน์ของวัด ○ บริการผ่านแอป ○ โฆษณาและสปอนเซอร์ ○ พรีเมียมพินิจอรรถ 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างระบบสมาชิก • สร้างระบบร้านค้า • ข่าวสารจากทางวัด 	<ul style="list-style-type: none"> • กลุ่มผู้ใช้งาน GEN Y • ผู้ดูแลพระ • เจ้าของร้านค้า • ผู้ใช้งานต่างชาติ • ผู้มีสัญชาติ
KEY RESOURCES	CHANNELS	COST STRUCTURE	REVENUE STREAMS	
<ul style="list-style-type: none"> • วัด 1 แห่ง • APPLICATION • กลุ่มผู้ใช้งาน • ร้านค้า 	<ul style="list-style-type: none"> • APP STORE • GOOGLE PLAY 	<ul style="list-style-type: none"> • ต้นทุนในการดำเนินการ • ต้นทุนในการโปรโมท • ต้นทุนในการสร้างเทคโนโลยี เช่น AR, APPLICATION, SERVER • ต้นทุนการพัฒนาแอป • ค่า LICENSE 3d (ถ้ามี) 	<ul style="list-style-type: none"> • จากเป็นแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ APPLICATION (COMMISSION) • เบอริชั่นจากการฝากร้านค้า (TRANSACTION FEE) • จากการโปรโมทโฆษณาแฝง (SPONSORSHIP) • พรีเมียมพินิจอรรถ (IN-APP PURCHASE) 	

ภาพที่ 19 Business Model Canvas (ปลายฝน, 2568)

สรุป Business Model Canvas คือ เครื่องมือสำคัญที่จะช่วยในการวางแผนธุรกิจ เป็นทฤษฎีการวางแผนธุรกิจที่ได้รับความนิยม และใช้ในการออกแบบเพื่อปรับปรุงแนวทางธุรกิจขนาดเล็กและใหญ่ทั่วโลก ซึ่ง Business Model Canvas ตัวอย่างธุรกิจที่ได้ยกตัวอย่างในข้างต้น ทำให้เห็นถึงการวิเคราะห์รายละเอียดเชิงลึกและภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบต่าง ๆ ของธุรกิจ เพื่อให้สามารถระบุปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจได้อย่างชัดเจน

จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัยค้นพบว่า ในการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งานบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานครนั้น การที่จะนำข้อมูลเพื่อไปออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับผู้ใช้งานต้องวิเคราะห์แนวทางของผลิตภัณฑ์ในนี้ก็คือ แอปพลิเคชัน โดยนำกลยุทธ์ Muketing และ Business Model Canvas มาวิเคราะห์แนวทางการสร้างสรรค์เพื่อให้ตรงกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ด้าน	Muketing (กลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ความเชื่อ)	Business Model Canvas (BMC)
เป้าหมายหลัก	ดึงดูดลูกค้าที่มีความเชื่อในโชคลาง สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และมูเตลู	การออกแบบแอปพลิเคชัน ให้ไว้พระขอพร
จุดเด่น	ใช้ความเชื่อและพิธีกรรมเป็นจุดขาย สร้างความมั่นใจและการศรัทธา	วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า คุณค่า ช่องทาง รายได้ ต้นทุน และพันธมิตร
ช่องทางสื่อสาร	การใช้สื่อออนไลน์ ด้านสายมู โซเชียลมีเดีย และกิจกรรมสายมู	วางแผนช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและ ความสัมพันธ์ เช่น แอป, โซเชียลมีเดีย
รายได้	ขายสินค้ามูเตลู บริการเสริม และโฆษณา	กำหนดช่องทางรายได้ เช่น การขาย สินค้า บริการสมัครสมาชิก
ทรัพยากรและ พันธมิตร	ร่วมมือกับวัด ร้านค้า และผู้เชี่ยวชาญด้าน ความเชื่อ	ระบุทรัพยากรหลักและพันธมิตร เช่น เทคโนโลยี ทีมงาน พาร์ทเนอร์
กิจกรรมหลัก	จัดกิจกรรมสายมู สร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับ ความเชื่อ	กิจกรรมหลัก เช่น พัฒนาฟีเจอร์ ดูแล ลูกค้า และการตลาด
ความสัมพันธ์ กับลูกค้า	สร้างความสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมและเนื้อหาที่ ตอบโจทย์ความเชื่อ	วางแผนการสื่อสาร และบริการหลังการขาย
ต้นทุน	ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรม การผลิตคอนเทนต์ และการตลาด	วางแผนโครงสร้างต้นทุน เช่น ค่า เทคโนโลยี ค่าแรง และการตลาด
ข้อควรระวัง	เคารพความเชื่อ หลีกเลี่ยงโฆษณาเกินจริง	วางแผนธุรกิจอย่างรอบคอบและยั่งยืน

ตารางที่ 6 ตารางการเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ Muketing และ Business Model Canvas

(ปลายฝน, 2568)

สรุปการผสมผสานกลยุทธ์ Marketing และการออกแบบธุรกิจโดยใช้ Business Model Canvas ช่วยการออกแบบแอปพลิเคชันตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้สายมูได้อย่างครบถ้วน ทั้งในแง่ของการตลาดที่สร้างความมั่นใจและความสบายใจและการวางแผนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ที่สอดคล้องกับความเชื่อและใช้ข้อมูลจาก Business Model Canvas ที่จะใช้ให้แอปพลิเคชันมีฐานของการตลาดที่มั่นคงและสามารถต่อยอดให้เชิงของการทำธุรกิจได้ (Investree, 2566)

3. การศึกษาแนวคิดและหลักการออกแบบเพื่อค้นหาแนวทางการสร้างสรรค์ต้นแบบให้สอดคล้องและมีประสิทธิภาพต่อกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

3.1 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ User experience

การออกแบบประสบการณ์ต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้งาน โดยในที่นี้การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันที่ดี ต้องคำนึงถึงฟังก์ชันการใช้งานให้สอดคล้องกับการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน ให้ตอบโจทย์การใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ราบรื่น ต้องอาศัยการศึกษา สังเกตการณ์ตอบรับปฏิสัมพันธ์ พฤติกรรม ผ่านประสบการณ์ของผู้ใช้งานและมีเครื่องมือและเทคนิคต่าง ๆ ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัล เช่น เว็บไซต์และแอป ซึ่งมอบประสบการณ์ที่ราบรื่นและสนุกสนานแก่ผู้ใช้ (writer, 2564)

หลักการออกแบบ User Experience (UX)

1. มีประโยชน์ (Useful) ทุกองค์ประกอบที่คุณมาไว้บนหน้าเว็บไซต์ เช่น ปุ่ม, คอนเทนต์ ต้องเป็นประโยชน์ สามารถช่วยเหลือ และตอบคำถามในสิ่งที่ผู้ใช้งานกำลังตามหาอยู่ได้
2. ใช้งานได้ง่าย (Usable) การออกแบบ Sitemap หรือ Interface ต้องเรียบง่าย ง่ายต่อการเข้าถึง และทำให้ผู้ใช้รู้สึกไม่ซับซ้อน
3. เป็นที่น่าพอใจ (Desirable) รูปภาพและองค์ประกอบอื่น ๆ สามารถใช้กระตุ้นอารมณ์ ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกพอใจ ชื่นชม และอยากสร้าง Conversion ให้เว็บไซต์
4. ค้นหาได้ (Findable) ต้องออกแบบเว็บไซต์ที่สามารถนำทางให้ลูกค้าไปยังคอนเทนต์หรือส่วนต่าง ๆ ที่พวกเขาต้องการได้อย่างง่ายดาย
5. เข้าถึงได้ (Accessible) ต้องทำให้ไม่ว่าใครก็ตามสามารถเข้าถึงคอนเทนต์และทุกองค์ประกอบบนเว็บไซต์ได้
6. น่าเชื่อถือ (Credible) ข้อมูล, ข้อความ หรือคอนเทนต์บนเว็บไซต์ของคุณควรเป็นความจริง ไม่หลอกลวง และมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งาน

ขั้นตอนในการออกแบบ User Experience (UX)

โดยใช้หลักการคิดเชิงการออกแบบ (Design Thinking) กระบวนการที่ว่าด้วยการคิดเชิงการออกแบบที่มุ่งเน้นแนวทางเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหา โดยการวิเคราะห์รูปแบบ ความต้องการ ปัญหาที่แท้จริงจากกลุ่มผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง (Human Centered) เพื่อค้นหาแนวทางการสร้างสรรค์นวัตกรรม สินค้า บริการและโซลูชันที่ตอบโจทย์กับปัญหา ความต้องการของผู้ใช้งานอย่างแท้จริง โดยการคิดเชิงการออกแบบมีลักษณะเป็นกระบวนการที่วนซ้ำและเปิดกว้างสำหรับการค้นหาแนวความคิดและการทดลองต้นได้ผลลัพธ์ที่เหมาะสม แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ในการใช้ในกระบวนการออกแบบ ดังนี้

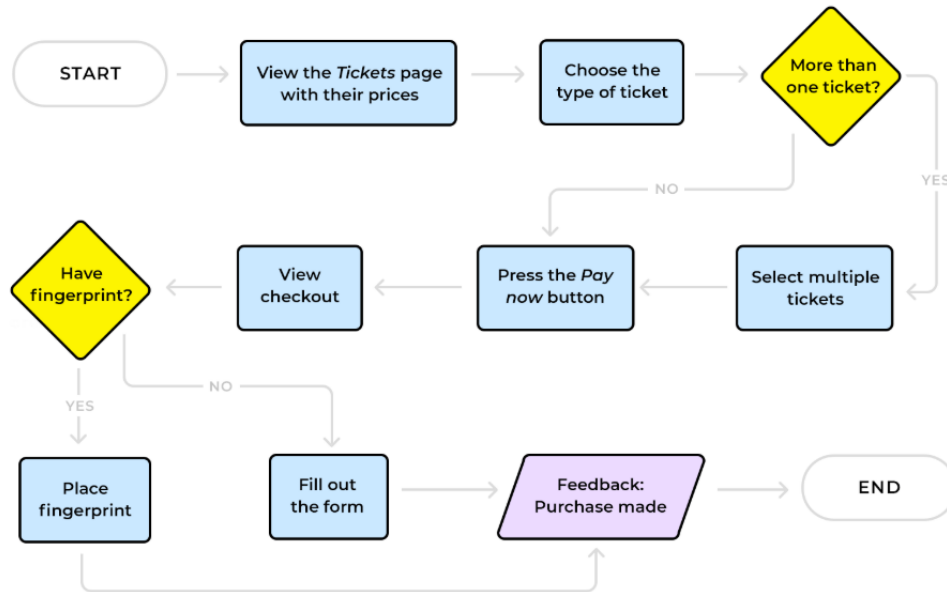
1. Empathy คือ การเข้าอกเข้าใจ ถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งาน โดยไม่เอาแนวคิดความรู้สึกของผู้ออกแบบเป็นศูนย์กลาง

- ผู้ใช้งานที่มีฐานข้อมูลจากการทำ User Interview เป็นหลัก เพื่อสอบถามปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งาน และเก็บรวบรวมข้อมูลมาทำการออกแบบและแก้ปัญหา นั้น ๆ

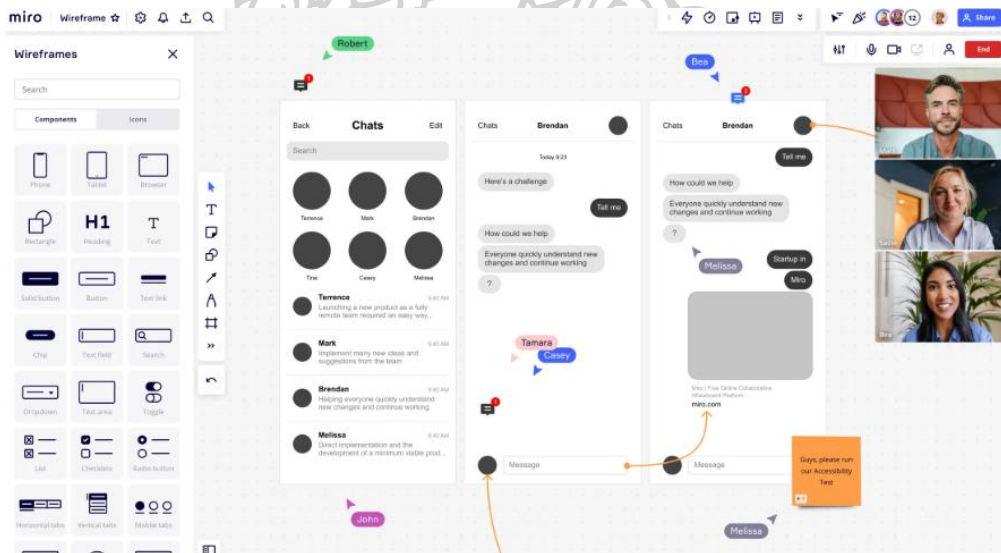
- ผู้ใช้งานใหม่ ที่ต้องการแนวทาง ความต้องการให้กับทางผู้ใช้งาน โดยใช้วิธีการทำ Survey, Observing, Sampling และ Simulation

2. Define คือ การสรุปข้อมูล จำแนกหัวข้อของปัญหา เพื่อจะได้จัดเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาที่ต้องแก้ไข

3. Ideate คือ การนำเอาข้อมูลที่ได้มาคิดแนวทางการสร้างสรรค์ มาหาวิธีการแก้ปัญหาตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานได้อย่างไร โดยหลังจากนั้นจะทำการออกแบบโดยใช้ UX Flow Chart แผนภาพที่แสดงลำดับขั้นตอนที่ผู้ใช้งานดำเนินการบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (Jennifer Pelegrin, 2567) มันเป็นเหมือนแผนที่ที่ช่วยให้นักออกแบบเข้าใจวิธีการที่ผู้ใช้โต้ตอบกับผลิตภัณฑ์และระบุจุดที่อาจเกิดปัญหา เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้ และการออกแบบ Wire Frame คือ ผังความคิดรายละเอียดของโครงการของการออกแบบโครงร่าง เสมือนพิมพ์เขียวที่แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างของเว็บไซต์ แอป หรือโครงการ เป็นเพียงแค่ผังความคิดโครงสร้างและองค์ประกอบหลัก ๆ เท่านั้น



ภาพที่ 20 UX Flowchart (Pelegri, 2024)



ภาพที่ 21 UX Wireframe (Miro, 2025)

4. Prototype คือ การออกแบบ ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการนั้น ๆ เพื่อผู้ใช้งมมองเห็นภาพรวมที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด

5. Usability Testing ขั้นตอนการทดสอบ จะใช้หน้าจอที่ใกล้เคียงกับหน้าจอที่ใช้งานจริงจากกระบวนการ Create Prototype มาเป็นสิ่งที่ให้ผู้ใช้งานได้ทดลองใช้งาน

สรุปการออกแบบ User experience เป็นวิธีการออกแบบการแก้ไขปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ โดยการวางแผนจากการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ความต้องการปัญหา เพื่อสร้างเครื่องมือสินค้าและบริการ เป็นเหมือนสื่อกลางเพื่อเชื่อมต่อ และเกิดปฏิสัมพันธ์ให้การเข้าถึงที่ง่ายขึ้นของผู้ใช้กับสินค้าและบริการต่าง ๆ (BorntoDev, 2565)

3.2 การออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน User Interface

การออกแบบส่วนต่อประสาน (Interface Design) คือจอภาพแสดงการใช้งาน หรือในแง่ของการออกแบบ เป็นเหมือนการออกแบบรูปแบบ ภาพลักษณ์ ในที่นี้คือการออกแบบแอปพลิเคชัน ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการใช้งานของผู้ใช้ (User) โดยลักษณะของ Interface ที่ดีควรที่จะใช้งานได้ง่าย สบายงาม ไม่ยุ่งยาก และให้สอดคล้องการความต้องการของผู้ใช้งานจากนั้นจึงทำการออกแบบหน้าจอกการใช้งาน แบ่งการออกแบบเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. Mood board เป็นสื่อกลางที่สื่อสารกันระหว่างผู้ออกแบบและผู้ใช้งาน ให้มองเห็นความรู้สึกทางอารมณ์ สไตล์ของงานนั้น ๆ ทิศทาง โทนสี แสง เป็นต้น ที่ผู้ออกแบบจะทำการออกแบบให้กับผู้ใช้งานได้เห็นและรับรู้ เข้าใจภาพรวมทั้งหมดตรงกัน โดยการออกแบบจะเหมาะสมกับการสร้าง CI หรือ Corporate Identity หรือการค้นหาแนวทางการออกแบบให้รูปแบบใหม่ ๆ ไม่กำหนด



ภาพที่ 22 Mood board (Fish, 2565)

2. Visualize คือการนำ Mood & Tone มาทำการออกแบบร่วมกัน Prototype เพื่อให้ได้ UX และ UI สบายงามตามที่ได้ออกแบบและพัฒนา มา และนำไปให้ Developer สามารถนำไปพัฒนาต่อ เพื่อให้สามารถนำมาใช้ได้จริง

สรุปแล้วการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน User Interface ไม่ใช่แค่ความสวยงามเท่านั้น แต่ต้องให้ความสำคัญกับการจัดวางโครงสร้าง (Layout) สี สัน และรูปทรงต่าง ๆ เพื่อรองรับการใช้งานบนหน้าจอ ให้แสดงผลได้ตรงตามเป้าหมายของธุรกิจ (Demeter, 2562)

3.3 เทคโนโลยีการออกแบบผสมผสานเสมือนจริง

เทคโนโลยีความจริงเสริม เป็นเทคโนโลยีที่ผสานโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกเสมือนเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ใช้สามารถมองเห็นภาพที่มีลักษณะเป็นวัตถุเสมือนจริง บนตำแหน่งของพื้นที่โลกความจริง ผ่านการรวมสภาพแวดล้อมจริง (Physical World) กับ วัตถุเสมือน (Virtual) เข้าด้วยกันในเวลาเดียวกัน โดยเป็นการผสมผสานระหว่าง คอมพิวเตอร์วิทัศน์ (Computer Vision) ทำให้คอมพิวเตอร์เข้าใจภาพรูปแบบเดียวกับการมองเห็นของมนุษย์ โดยรวมกับซอฟต์แวร์ข้อมูลเชิงพื้นที่ (Mapping) การบอกตำแหน่ง (Localization) และผสมผสานเทคโนโลยีระบบติดตามความลึกของสภาพแวดล้อม (Depth Tracking) เข้าด้วยกัน จากนั้นส่งผ่านเทคโนโลยีอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่น มือถือ แท็บเล็ต เป็นสื่อกลาง (พรชัย เตชะธนาเศรษฐ์, 2562)



ภาพที่ 23 เทคโนโลยีการออกแบบผสมผสานเสมือนจริง (IT24Hrs, 2566)

หลักการของเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR)

เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) เป็นการผสมผสานระหว่างโลกจริง (Physical World) กับวัตถุเสมือน (Virtual Objects) ที่แสดงผลแบบ 3 มิติในตำแหน่งที่สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมจริงแบบเรียลไทม์ โดยอาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์วิทัศน์ (Computer Vision) เพื่อให้คอมพิวเตอร์เข้าใจภาพและตำแหน่งของวัตถุในโลกจริง รวมทั้งระบบ Mapping, Localization และ Depth Tracking เพื่อให้วัตถุเสมือนถูกวางอย่างแม่นยำและสมจริงบนหน้าจอ

เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้

1. โปรแกรมพัฒนาเช่น Unity, Blender, Android Studio และ Vuforia
2. ระบบติดตามตำแหน่ง (GO Location) และความลึกของสภาพแวดล้อม
3. การแสดงผลผ่านอุปกรณ์พกพาที่มีกล้องและเซ็นเซอร์



ภาพที่ 24 เทคโนโลยี AR (พชร, 2563)

สรุปจากการศึกษาเทคโนโลยีการออกแบบผสมผสานเสมือนจริงกับการใช้งานในสถานที่จริง ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมในการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งานบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร โดยหากมองจากกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่การใช้งานจริง เทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) มีการใช้งานที่สะดวกและรวดเร็วที่สุด และทำให้ผู้ใช้ได้เข้าถึงเทคโนโลยีเสมือนเพื่อสร้างประสบการณ์ที่สมจริงและมีความหมายทางจิตใจ เพื่อช่วยส่งเสริมการเข้าถึงของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ และเพิ่มความน่าสนใจบนแอปพลิเคชันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้คนที่ต้องการค้นหาที่พึ่งพาทางจิตใจได้ค้นพบแนวทางการเข้าถึงที่สะดวกง่าย ทันใจกลุ่มผู้ใช้งานมากที่สุด (พชร, 2563)

3.4 ออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design)

การออกแบบการสื่อสารด้วยการใช้ภาพ สัญลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้ด้วยตา ทำหน้าที่เป็นเหมือนสื่อกลางในการสื่อสารสิ่งนั้น ๆ ที่จะถูกสื่อสารออกผ่านทางองค์ประกอบศิลป์ เช่น รูปภาพ สัญลักษณ์ ตัวอักษร โดยที่ผู้ออกแบบ หรือที่เรียกว่า กราฟิกร์ดีไซน์ เป็นผู้สร้างสรรค์ ผ่านคอมพิวเตอร์ หรือ การใช้อุปกรณ์ทางศิลปะ (Buachoey, 2565)

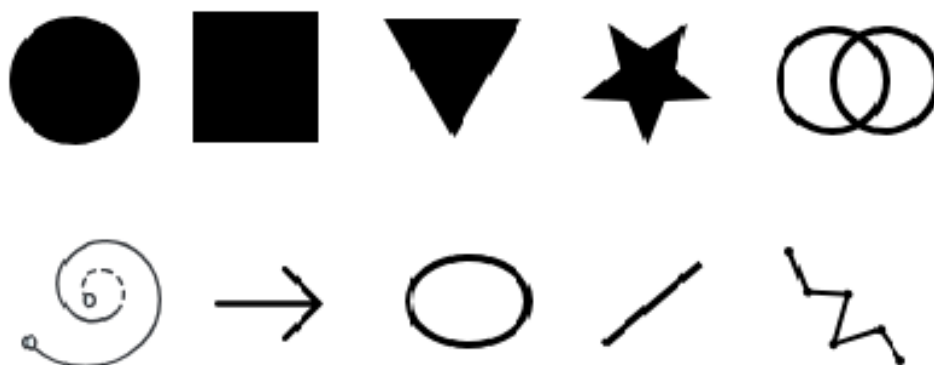
เรขศิลป์ หรืองานออกแบบเรขศิลป์ ที่จริงแล้วก็คือชื่อภาษาไทยของคำว่า “กราฟิกร์ดีไซน์” ที่มาจากคำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษ Graphic Design ที่คุ้นหูคนทั่วไปมากกว่า คำว่า เรขศิลป์ หมายถึงการ

ออกแบบรูปภาพ สัญลักษณ์ที่มองเห็นด้วยตา ซึ่งเรียกว่าเป็นทัศนศิลป์อย่างหนึ่ง และมีหน้าที่สื่อความหมายจากสัญลักษณ์สู่ความหมาย

หลักการและองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบเรขศิลป์

1. การใช้สี (Color) สีใช้สื่อความหมาย กำหนดอารมณ์และความรู้สึก สร้างบุคลิก มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและนำเสนอแบรนด์

2. รูปทรงและเส้น (Shape & Line) รูปทรงคือพื้นที่สองมิติที่ถูกกำหนดโดยขอบหรือสี และเส้นคือร่องรอยของจุดที่เรียงต่อกัน มีมิติ มีความยาว ไม่มีความกว้าง ใช้ในการสร้างโครงสร้าง กำหนดพื้นที่ (คณะจิตวิทยา, 2561)



ภาพที่ 25 รูปทรงและเส้น (Shape & Line) (Artistcoveries, 2021)

ลักษณะของเส้น

- รูปทรงเรขาคณิต (Geometrical)

เป็นรูปทรงที่มีโครงสร้างชัดเจนและแม่นยำ เช่น วงกลม สามเหลี่ยม สีเหลี่ยม สีเหลี่ยมผืนผ้า ฯลฯ มักถูกสร้างขึ้นด้วยเครื่องมือและมีความสมมาตร

คุณสมบัติ : ให้ความรู้สึกเป็นระเบียบ มีความมั่นคง และควบคุมได้

- รูปทรงอิสระ (Organic or Free Form)

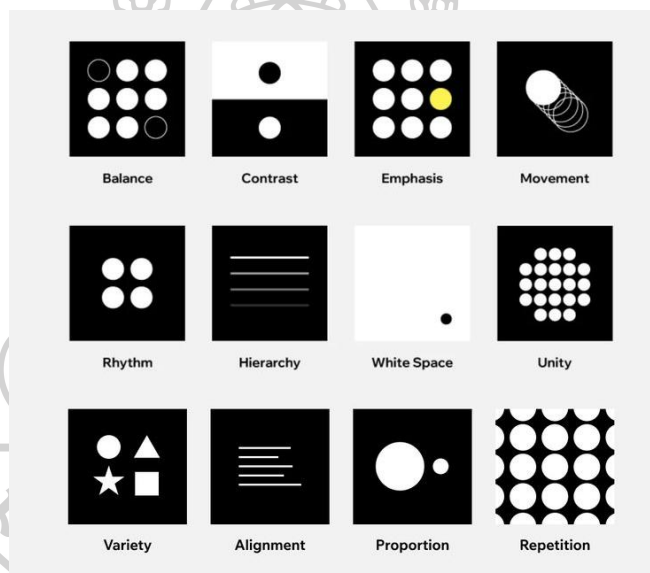
เป็นรูปทรงที่ไม่มีโครงสร้างแน่นอน เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือถูกสร้างขึ้นโดยมนุษย์อย่างอิสระ เช่น รูปทรงของใบไม้ ก้อนหิน เปลวไฟ คลื่นน้ำ

คุณสมบัติ : ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ อ่อนโยน และมีชีวิตชีวา

ลักษณะของเส้นและความหมายทางจิตวิทยา

- เส้นตั้ง (Vertical Line): สื่อถึงความสูงส่ง แข็งแรง มั่นคง เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง
- เส้นนอน (Horizontal Line): ให้ความรู้สึกสงบ นิ่ง ผ่อนคลาย และความกว้าง
- เส้นเฉียง/เส้นทะแยงมุม (Diagonal Line): สื่อถึงความเคลื่อนไหว ความเร็ว และไม่มั่นคง
- เส้นหยัก/ซิกแซก (Zigzag Line): มีพลัง ความขัดแย้งหรืออันตราย
- เส้นโค้ง (Curved Line): ให้ความรู้สึกนุ่มนวล อ่อนโยน และเคลื่อนไหวอย่างลื่นไหล
- เส้นประ (Dashed Line): สื่อถึงความไม่ต่อเนื่อง ขาดหาย หรือความไม่ชัดเจน

3. การจัดวางองค์ประกอบ (Layout & Composition) การจัดวางภาพ ข้อความ และองค์ประกอบต่าง ๆ มาร้อยเรียงเพื่อให้สมดุล เป็นระเบียบ ดูดี สบายตา



ภาพที่ 26 การจัดวางองค์ประกอบ (Layout & Composition) (Cvetković, 2567)

- เอกภาพ (Unity) การจัดวางให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กลมกลืนกัน เป็นกลุ่มก้อน
- สมดุล (Balance) มีได้ทั้งสมดุลสมมาตรและอสมมาตร
- ความกลมกลืน (Harmony) การทำให้องค์ประกอบต่าง ๆ ดูเข้ากันอย่างเหมาะสม
- ความขัดแย้ง (Contrast) การสร้างความแตกต่างระหว่างองค์ประกอบ เช่น สีเข้มกับสีอ่อน ขนาดใหญ่กับขนาดเล็ก
- การจัดระเบียบ (Alignment) การวางองค์ประกอบให้เป็นระเบียบ โดยใช้เส้นนำสายตา หรือ Grid ให้ดูต่อเนื่องและเป็นระบบ
- การใช้พื้นที่ว่าง (White Space/Negative Space) การเว้นพื้นที่ว่างรอบองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อให้ตาได้พักและเน้นย้ำจุดสำคัญ
- กฎสามส่วน (Rule of Thirds) การแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนเท่า ๆ กันทั้งแนวตั้งและ

แนวนอน แล้ววางองค์ประกอบหลักไว้บริเวณจุดตัดหรือเส้น

- จังหวะ การทำซ้ำ (Rhythm) การซ้ำหรือสลับเปลี่ยน เพื่อให้ดูมีความต่อเนื่อง
- จุดเด่น/สนใจ (Dominance/Focus) การใช้สี ขนาด หรือตำแหน่ง เพื่อเน้นให้ผู้ชมมอง

4. ตัวอักษร (Typography) ตัวอักษรมีบทบาทสูงในการสื่อความ หากออกแบบได้ถูกต้องจะช่วยให้ข้อความอ่านได้ดึงดูด และสื่อบุคลิกของแบรนด์

ประเภทของตัวอักษร

Type of Typeface

การแบ่งประเภทตัวอักษร จัดตามรูปร่างทางกายภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท

Aa

อักษรแบบมีฐาน

Serif

Aa

อักษรแบบไม่มีฐาน

San Serif

Qa

อักษรประดิษฐ์โบราณ

Antique

Aa

อักษรตัวเขียน

Script

ภาพที่ 27 ประเภทตัวอักษร (ดร.กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย, 2564)

ประเภทตัวอักษร (Typography Types)

ตัวอักษรในงานออกแบบกราฟิกแบ่งออกเป็นหลายประเภทตามลักษณะของรูปแบบและการใช้งาน ซึ่งแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะที่เหมาะสมกับงานและอารมณ์ที่ต้องการสื่อสาร ดังนี้

1. Serif (เซอริฟ)

- ลักษณะ: ตัวอักษรที่มีเส้นเล็ก ๆ ต่อออกมาที่ปลายตัวอักษร (Serifs)
- ความรู้สึก: ดูคลาสสิก เป็นทางการ มีความน่าเชื่อถือ
- การใช้งาน: เหมาะสำหรับงานพิมพ์ เช่น หนังสือ นิตยสาร หัวข้อข่าว และงานที่ต้องการความเป็นทางการ
- ตัวอย่างฟอนต์: Times New Roman, Georgia, Garamond

2. Sans-Serif (แซนส์-เซอริฟ)

- ลักษณะ: ตัวอักษรที่ไม่มีเส้นต่อปลายตัวอักษร ดูเรียบง่ายและทันสมัย
- ความรู้สึก: ดูสะอาดตา ทันสมัย และเป็นมิตร
- การใช้งาน: เหมาะสำหรับงานดิจิทัล เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และงานออกแบบที่ต้องการความเรียบง่าย
- ตัวอย่างฟอนต์: Arial, Helvetica, Verdana, Tahoma

3. ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or cursive typefaces)

- ลักษณะ: ตัวอักษรมีลักษณะเหมือนลายมือเขียน หรือลายเซ็น
- ความรู้สึก: อ่อนช้อย โรแมนติก เป็นกันเอง หรือหรูหรา
- การใช้งาน: นิยมใช้ในงานแต่งงาน การ์ดอวยพร โลโก้ หรือหัวข้อที่ต้องการความโดดเด่น
- ตัวอย่างฟอนต์: Brush Script, Pacifico, Lobster

4. ตัวพิมพ์แบบตัวตลกแต่ง (Display Typefaces)

- ลักษณะ: ตัวอักษรที่ออกแบบมาเพื่อดึงดูดความสนใจ มีรูปแบบหลากหลายและโดดเด่น
- ความรู้สึก: มีเอกลักษณ์ ชัดเจน และน่าสนใจ
- การใช้งาน: เหมาะสำหรับหัวข้อใหญ่ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา
- ตัวอย่างฟอนต์: Impact, Cooper Black, Bebas Neue

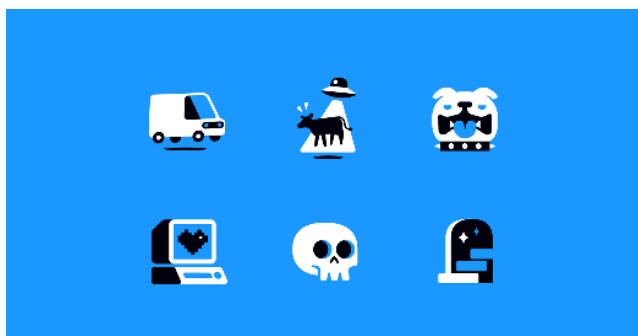
5. ภาพประกอบและไอคอน (Illustrations & Icons) เป็นองค์ประกอบอีกที่สิ่งที่สำคัญในการออกแบบ ใช้เพื่อเสริมความเข้าใจและความสวยงาม โดยที่ภาพประกอบถูกสร้างขึ้นเพื่ออธิบายหรือสื่อความหมายของแนวคิดหรือข้อความที่ต้องการสื่อสาร และ ไอคอน (Icon) คือ สัญลักษณ์ใช้แทนความหมายหรือฟังก์ชันเฉพาะแทนการสื่อสาร การบอกเล่าในงานออกแบบ

ประเภทของงานภาพประกอบและไอคอน

ประเภทหรือสไตล์ของงานภาพประกอบและไอคอน มีหลากหลายผู้วิจัยจึงหยิบยกประเภทที่เหมาะสมกับแนวทางในการออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันนี้

1. Flat Design

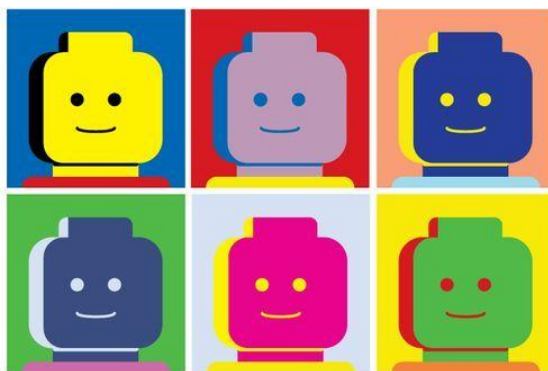
การออกแบบที่มีลักษณะแบน มีการลดทอนรายละเอียดลง ตัดส่วนที่ไม่จำเป็นออกไป รวมทั้งไม่มีมิติ ดูเป็นมิตร ดูง่าย



ภาพที่ 28 Flat Design (Pentagram, 2568)

2. Pop Art

เป็นการนำแนวคิดจากสังคมแห่งการบริโภค วัตถุนิยม ทำให้ศิลปะแสดงออกสิ่งที่ประชาชนคลั่งไคล้ สีสันของ Pop Art จะมีความเป็นสีเนื้อเดียวชัดเจน



ภาพที่ 29 Pop Art (Solomon, 2567)

3. Modern Retro

งานออกแบบที่มีความทันสมัยแบบย้อนยุค ด้วยการนำเอกลักษณ์ของยุค Retro มาปรับให้มีความทันสมัย ลดทอนรายละเอียดลง ทำให้ดูเรียบง่าย แต่ยังคงความเป็น Retro



ภาพที่ 30 Modern Retr (Kim, 2566)

4. Collage art

เป็นศิลปะของการตัดปะโดยใช้เทคนิค การตัดปะ และยังอาจผสมได้กับเทคนิคอื่น ๆ ของ การเขียนภาพเช่น Skatch หรือ painting



ภาพที่ 31 Collage art (Singularart, 2023)

5. Pixel art

แบ่งออกเป็นสองประเภทย่อย ได้แก่ ภาพสามมิติ และไม่ใช่ภาพสามมิติ ให้เกิดความรู้สึกถึงการย้อนยุค หรือนึกถึงความทรงจำในวิดีโอเกมคลาสสิก

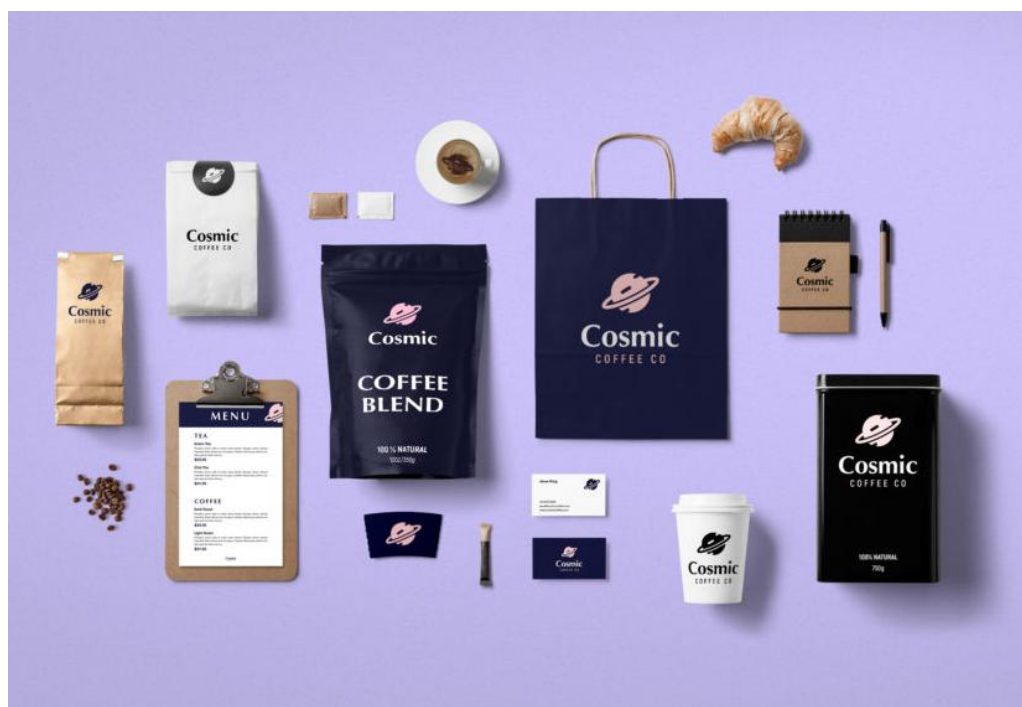


ภาพที่ 32 Pixel art (Böhm, 2024)

สรุปการออกแบบเรขศิลป์เป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารผ่าน ไม่ได้เป็นเพียงการตกแต่งให้สวยงามเท่านั้น หากคือ การสื่อสารความคิด, เรื่องราว, และอารมณ์ ไปสู่ผู้ชม เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามความมุ่งหมาย เช่น เพื่อให้เข้าใจ, จดจำ, หรือนำไปสู่การกระทำ เช่น อยากให้ซื้อ อยากให้แชร์ อยากให้มีความรู้สึกอะไรเพิ่มเติมเมื่อออกแบบได้ถูกต้อง โดยใช้ สี, รูป, ตัวอักษร, ภาพประกอบ, และการจัดองค์ประกอบ อย่างสมดุลและมีความหมาย จะส่งผลให้การสื่อสารมีพลัง, ดึงดูดความสนใจ, และมีเอกลักษณ์โดดเด่นอีกด้วย

3.5 การออกแบบอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity)

คือสื่อสารคีย์แมสเสจของแบรนด์ องค์กร การให้บริการ หรือผลงานนั้น ๆ เพื่อให้มีตัวตนที่โดดเด่นและแตกต่าง เป็นสิ่งที่เด่นชัดของแบรนด์ หรือสินค้านั้น ๆ เพื่อให้ลูกค้า กลุ่มเป้าหมายจดจำได้ตั้งแต่ ชื่อแบรนด์ โลโก้ น้ำเสียง สีโทน สโลแกน สัญลักษณ์ รูปภาพ ฟอนต์ตัวหนังสือ และรูปลักษณ์ ซึ่งเป็นวิธีการพื้นฐานในการรับรู้ถึงความแตกต่างของผู้บริโภค (Admin, 2567)



ภาพที่ 33 ตัวอย่างการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์ (Kim, 2567)

Corporate Identity (CI) หรือหลายคนอาจจะเรียกว่า Brand Identity ซึ่งเป็นการแสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) และสร้างลักษณะเฉพาะขององค์กร มีขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดและเพื่อสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภคให้ถึงภาพขององค์กรไปได้ตลอด

ดังนั้น การสร้างตัวตนของแบรนด์ เพื่อตอบสนองเป้าหมายทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจมีความโดดเด่น ให้แบรนด์เป็นที่น่าจดจำ ลูกค้ารับรู้ถึงสิ่งที่แบรนด์ต้องการที่จะสื่อสาร



ภาพที่ 34 ตัวอย่างการออกแบบโลโก้ (Peerawicht, 2019)

ประเภทของโลโก้ (Logo Design Types)

โลโก้มีหลายประเภทที่นิยมใช้ในการสร้างแบรนด์ โดยแต่ละประเภทมีลักษณะและการใช้งานที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. โลโก้ตัวย่อ (Lettermark หรือ Monogram Logo)
 - ใช้ตัวอักษรย่อของชื่อแบรนด์ (1-3 ตัวอักษร) เป็นสัญลักษณ์หลัก
 - เหมาะกับแบรนด์ที่มีชื่อยาว ต้องการความเรียบหรูและจดจำง่าย
 - ตัวอย่าง: IBM, CNN, P&G
2. โลโก้ตัวอักษร (Wordmark หรือ Logotype)
 - ใช้ชื่อเต็มของแบรนด์เป็นโลโก้ โดยเน้นการออกแบบตัวอักษรให้โดดเด่น
 - เหมาะกับแบรนด์ที่ชื่อสั้นและต้องการสร้างการจดจำชื่อ
 - ตัวอย่าง: Google, Coca-Cola, FedEx
3. โลโก้รูปภาพหรือสัญลักษณ์ (Pictorial Mark หรือ Logo Symbol)
 - ใช้ภาพหรือสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนแบรนด์โดยไม่มีตัวอักษร
 - เหมาะกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียงและต้องการสร้างภาพจำด้วยสัญลักษณ์
 - ตัวอย่าง: Apple, Twitter, Shell

4. โลโก้นามธรรม (Abstract Logo Mark)

- ใช้รูปทรงเรขาคณิตหรือรูปแบบนามธรรมที่ไม่ใช่ภาพตรง ๆ
- สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสื่อความหมายผ่านรูปทรง
- ตัวอย่าง: Nike, Audi, Google Drive

5. โลโก้มาสคอต (Mascot Logo)

- ใช้ตัวละครหรือตัวการ์ตูนเป็นตัวแทนแบรนด์
- สร้างความเป็นมิตรและเข้าถึงง่าย เหมาะกับแบรนด์ที่ต้องการบรรยากาศครอบครัว
- ตัวอย่าง: KFC, Pringles, Michelin

6. โลโก้เครื่องหมายผสม (Combination Mark)

- รวมทั้งตัวอักษรและสัญลักษณ์ภาพไว้ด้วยกัน
- สามารถวางเคียงข้างกัน ซ้อนกัน หรือรวมเป็นหนึ่งเดียว
- เหมาะกับแบรนด์ทั่วไปที่ต้องการทั้งชื่อและสัญลักษณ์
- ตัวอย่าง: Burger King, Lacoste, Lay's

7. โลโก้ตราสัญลักษณ์ (Emblem Logo)

- ตัวอักษรและภาพรวมอยู่ในกรอบเดียวกัน เช่น วงกลม โล่ หรือกรอบสี่เหลี่ยม
- มีรายละเอียดมาก มักใช้กับสถาบัน โรงเรียน หรือองค์กร
- ตัวอย่าง: Harley-Davidson, Starbucks, Harvard

3.6 ทฤษฎีและจิตวิทยาของสี

ในทางออกแบบทฤษฎีสี (Theory of color) หมายถึง ทฤษฎีของแม่สี เป็นจุดกำเนิดของการผสมสีเพื่อให้เกิดมาสีเพื่อเกิดเป็นสีและนำไปใช้สร้างงานศิลปะหรืองานออกแบบแขนงต่าง ๆ ในวงจรรสีมีวรรณะของสีแบบออกเป็น วรรณะร้อน (Warm tone) ทั้งหมด 7 สี และวรรณะเย็น (Cool tone) ทั้งหมด 7 สี ซึ่งจะมีสีม่วงและสีเหลืองที่อยู่ทั้ง 2 วรรณะ และสีมีค่าของสี (Hue) ความสดหรือ ค่าอิ่มตัว (Saturation/Chroma) น้ำหนักสี (Brightness/Value) สีเป็นสิ่งที่เร้าภายนอกที่มนุษย์สามารถรับรู้ได้ทางตาและก่อให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ กัน

1. สีวรรณะร้อนและเย็น (Warm and Cool Colors)

- 1.1. สีวรรณะร้อน: เช่น แดง ส้ม เหลือง ให้ความรู้สึกอบอุ่น กระตุ้น อารมณ์ตื่นเต้นและพลังงาน
- 1.2. สีวรรณะเย็น: เช่น น้ำเงิน เขียว ม่วง ให้ความรู้สึกสงบ สุขุม และผ่อนคลาย

2. ระบบสีหลักที่ใช้ในงานกราฟิก

2.1. RGB (Red, Green, Blue): ระบบสีสำหรับจอภาพ ใช้การผสมสีแสงแบบบวก (Additive)

2.2. CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black): ระบบสีสำหรับงานพิมพ์ ใช้การผสมสีแบบลบ (Subtractive)

2.3. HSB (Hue, Saturation, Brightness): ระบบสีที่อธิบายการรับรู้สีของมนุษย์ โดย Hue คือสี, Saturation คือความสดของสี, Brightness คือความสว่างของสี

2.4. LAB: ระบบสีที่ครอบคลุมทุกสีใน RGB และ CMYK โดยวัดค่าความสว่างและไล่สีจากเขียว-แดง น้ำเงิน-เหลือง

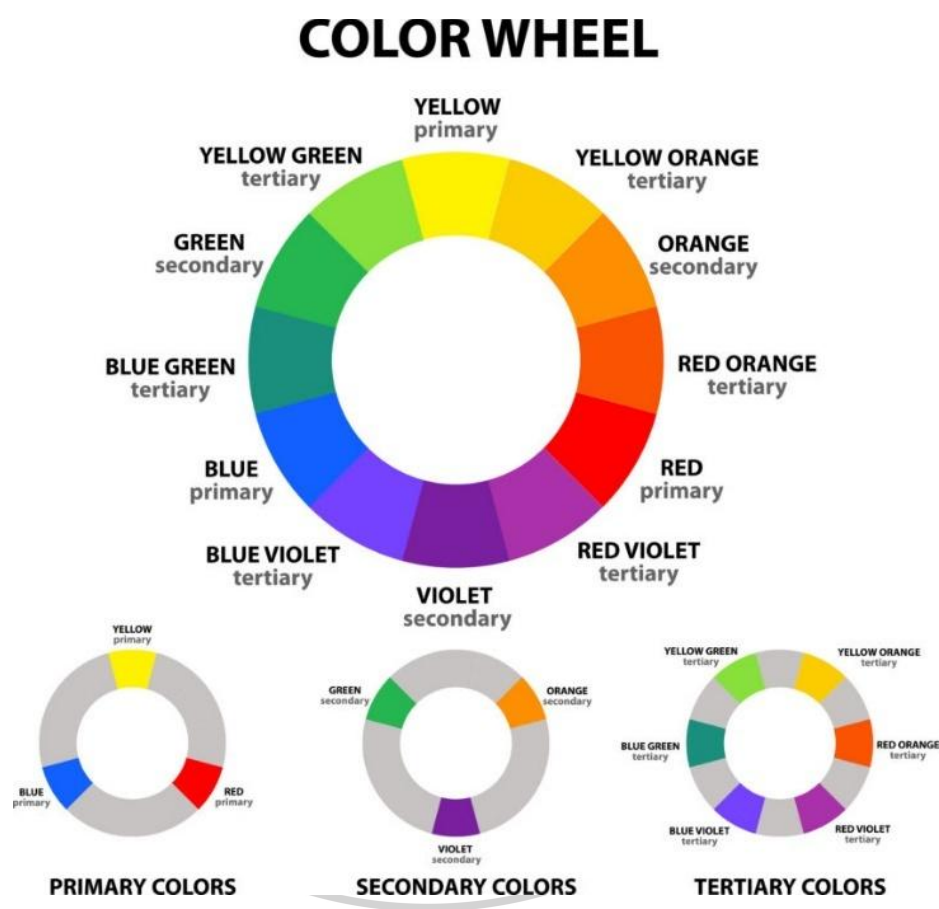
ความหมายของสีในจิตวิทยา

สี		ความหมายและอารมณ์ที่สื่อสาร
แดง		ความเร้าใจ พลังกำลัง ความรัก ความก้าวร้าว
ส้ม		ความอบอุ่น ความมีชีวิตชีวา กระตือรือร้น
เหลือง		ความร่าเริง ความเบิกบาน ความสุข
เขียว		ความสงบ ผ่อนคลาย
น้ำเงิน		สุขุม หนักแน่น ความปลอดภัย
ม่วง		ความมีเสน่ห์ ความลึกลับ หูหრა
ชมพู		ความอ่อนโยน สงบ
เทา		ความมั่นคง มีระเบียบ
น้ำตาล		ความมั่นคง เรียบง่าย
ดำ		เรียบง่าย หูหრა
ขาว		สงบ สะอาด

ตารางที่ 7 ตารางความหมายของสีในจิตวิทยา

การใช้สีในงานออกแบบ

1. การเลือกใช้สีควรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย
2. ใช้สีเดียว (Monochromatic) ร่วมกับสีขาว-ดำ เพื่อสร้างความสมดุลและมิติ
3. ใช้วงล้อสี (Color Wheel) เพื่อจับคู่สีที่เหมาะสม เช่น สีคู่ตรงข้าม (Complementary) หรือสีใกล้เคียง (Analogous) เพื่อความกลมกลืนและน่าสนใจ



ภาพที่ 35 วงล้อสี (bewiding, 2554)

สรุปทฤษฎีสีจากการศึกษา สีเป็นพื้นฐานสำคัญในการออกแบบกราฟิกและสื่อสารผ่านสี มีผลต่ออารมณ์และพฤติกรรมของผู้ใช้อย่างลึกซึ้ง การเข้าใจระบบสีและความหมายของสีช่วยให้นักออกแบบสามารถเลือกใช้สีได้อย่างเหมาะสม สร้างสรรค์ผลงานที่สื่อสารได้ตรงใจและมีประสิทธิภาพสูงสุด (คณະจิตวิทยา, 2561)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐญา ผลศิริ (2563) : การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก้บน

การเห็นสภาพปัญหาและโอกาสทางธุรกิจแก้บนที่จะช่วยแก้ไขปัญหาของผู้บนบานให้ดีขึ้นภายใต้กระแสความนิยมแนวคิดธุรกิจขี้เกียจ (Lazy Economy) โดยศึกษาสภาพปัญหาและพฤติกรรมกรรมการบนบานและนำมาพัฒนาการออกแบบแอปพลิเคชันและทำแบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายในเขตพื้นที่ราชประสงค์ กรุงเทพมหานคร และในรูปแบบออนไลน์ จำนวน 100 ชุด รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก้บนได้รับความสนใจ มีแนวโน้มในทัศนคติเชิงบวก ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีทางธุรกิจ เพราะการบนบานและการแก้บนเป็นเหมือนการสร้างขวัญกำลังใจ และเป็นความเชื่อที่มีมานาน จึงเหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาในช่วงเวลากระแสปัจจุบัน

จิตรภา คนฉลาด (2566) : การพัฒนาสื่อแอปพลิเคชัน 9 สถานที่สักการะในจังหวัดเลย ด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนผสานโลกจริง

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อแอปพลิเคชันเพื่อการรับรู้ 9 สถานที่สักการะในจังหวัดเลย ในสื่อสารข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันและภาพประกอบโดยใช้เทคโนโลยีโลกเสมือนผสานโลกจริง AR ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ 9 สถานที่ ได้แก่ วัดพระพุทธรูปท้าวควายเงิน พระธาตุศรีสองรัก วัดศรีสุนธาवास วัดศรีคุณเมือง พระธาตุสังฆะ วัดถ้ำผาปู่ ภูพุทธโธ วัดภูซางน้อย และวัดนรมิตวิปัสสนา การใช้แอปพลิเคชันควบคู่กับหนังสือ เส้นทาง 9 วัด ที่จะแสดงผลภาพ 9 วัดในรูปแบบ 3D และมีเสียง คำบรรยายข้อมูลที่สำคัญของแต่ละสถานที่ ด้วยการสแกนลงบนหนังสือ

ในงานวิจัยนี้ทำให้ได้ศึกษารูปแบบของการนำเทคโนโลยีเพื่อนำมาพัฒนาแนวทางการออกแบบโดยใช้เทคโนโลยีรูปแบบโลกเสมือนผสานโลกจริง AR ในการนำไปใช้ไปสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และการไหว้พระขอพร ในสถานที่จริงและใช้ต่อยอดแนวทางการสร้างสรรค์พีเจอาร์ต่าง ๆ บนแอปพลิเคชันต่อไป

พริยา เขยชิต (2562) : พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศกับการเปิดรับสื่อของกลุ่ม Gen Y ในกรุงเทพฯ และการตัดสินใจเดินทางหลังโควิด-19

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ในช่วงคนเจนเนอเรชันวาย กลุ่ม Gen Y หลังโควิด ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของกลุ่มคนในเจนเนอเรชันวายส่วนมาเป็นเพศหญิงช่วงอายุ 22-39 ปี ที่มีแนวคิดต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังจากการมาของโควิด-19 โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังจากโควิด-19 นั้นทำให้ผู้คนโยยหาการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นอันดับที่ 1 มากที่สุดและรูปแบบของการท่องเที่ยวเป็นในเชิงของธรรมชาติ และหากสำรวจความ

ต้องการและปัญหาที่ได้พบส่วนมากในช่วงสถานการณ์โควิดจะมีความเครียดและความวิตกกังวลจากโรคและความเสี่ยงต่อการเลิกจ้างงาน จึงทำให้หลังสถานการณ์มีความเสี่ยงที่ลดน้อยลงทำให้คนกลุ่มนี้หันมาส่งเสริมความต้องการและแก้ไขความเครียดด้วยการท่องเที่ยว

ในงานวิจัยนี้ทำให้ได้ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคนในช่วงเงินเนเรอช่นวาย ที่จากสถานการณ์โควิด-19 จนถึงปัจจุบันนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า จากหลากหลายปัจจัยนี้จึงส่งผลให้การท่องเที่ยวในรูปแบบการไปสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และการไหว้พระขอพร ได้รับผลจากปัจจัยและพฤติกรรมของคนเงินเนเรอช่นวาย เพื่อต้องการที่พึ่งพาและการศรัทธา โดยที่เดินทางไปในสถานที่จริง

ยุพารักษ์ ชนะบวรวัฒน์ (2560a) : การบนบานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาลักษณะและความเชื่อในการบนบานต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทย เพื่อนำมาวิเคราะห์การปฏิบัตินี้ตามหลักคำสอนในพระพุทธศาสนา และเสนอแนวทางการบนบานให้ถูกต้องและเหมาะสมตามพระธรรมอีกด้ยจากการวิจัยพบว่าในสังคมไทยมีความเชื่อและวิธีการบนบาน เพื่ออธิษฐานขอให้สมปรารถนาในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านหน้าที่การงาน การเงิน การเรียน ความรัก ครอบครัว สุขภาพ และความปลอดภัย โดยสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนนิยมบนบาน เช่น พระพุทธรูป รูปเคารพพระเกจิอาจารย์ และพระเครื่อง เมื่อได้สมความปรารถนาแล้ว ผู้บนบานมักแก้บนด้วยวิธีการหลายอย่าง ทั้งการถวายสิ่งของ การรำแก้บน การจัดมหรสพ ไปจนถึงการประกอบคุณความดี เช่น ทำบุญหรือช่วยเหลือสังคม อย่างไรก็ตาม วิทยานิพนธ์ได้เสนอว่า วิธีแก้บนด้วยการกระทำความดีนั้นสอดคล้องกับพระธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนาได้ดีที่สุดในขณะที่วิธีแก้บน เช่น การเปลื้องผ้ารำ เป็นวิธีปฏิบัติซึ่งขัดต่อพระธรรมอีกทั้งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้เสนอว่า หากชาวพุทธยึดถือวิธีการอธิษฐานให้ถูกต้อง โดยมีพระพุทธเจ้าเป็นแม่แบบ ตั้งใจที่จะรักษาสัจจะและกระทำความดี เพื่อส่งต่อค่านิยมและความถูกต้องไปสู่คนรุ่นต่อไป จะเป็นวิถึปฏิบัติที่จะนำไปสู่ความเจริญและความสงบในสังคมอีกด้วย

5. สรุปแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย

ในโลกปัจจุบัน บริบททางศาสนา สังคม และการดำเนินชีวิตของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับอดีตที่ศาสนาเป็นศูนย์กลางของความเชื่อและวิถีชีวิตของมนุษย์ ซึ่งเคยมีบทบาทหลักในการให้แนวทางในการดำเนินชีวิต ยึดเหนี่ยวจิตใจ สร้างเป้าหมาย ความหวัง และส่งอิทธิพลต่อการก่อรูปวัฒนธรรม ศิลปะ และค่านิยมในสังคมอย่างลึกซึ้ง ความเชื่อและความศรัทธา เป็นกลไกทางจิตวิทยาที่ช่วยตอบสนองต่อความไม่แน่นอน ความวิตกกังวล และความต้องการความมั่นคงในชีวิตของมนุษย์ ความเชื่อเหล่านี้อาจเกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคล หรือสืบทอดจากบริบททางวัฒนธรรม สังคม และศาสนา โดยเฉพาะในสังคมไทย ความเชื่อและศรัทธามักปรากฏออกผ่าน พิธีกรรมทางศาสนา เช่น การไหว้พระ ทำบุญ การบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือการบวช ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสบายใจ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และการเชื่อมโยงกับสิ่งเหนือธรรมชาติที่ยากจะอธิบาย และการมูเตลู เป็นเรื่องของความเชื่อในสิ่งศักดิ์และเครื่องราง หรือไถ่กรรม การดึงดูดความโชคดี หรือปัดเป่าความไม่ดีในชีวิต จากชุดความเชื่อและการศรัทธา เกิดวิวัฒนาการของความเชื่อและศาสนา มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปตามยุคสมัย จากความเชื่อในธรรมชาติ วิญญาณ จนถึงศาสนาที่มีระบบคำสอนและพิธีกรรมที่ชัดเจน การผสมผสานระหว่างความเชื่อดั้งเดิมกับศาสนาใหม่ ๆ เกิดเป็นวัฒนธรรมและพิธีกรรมที่หลากหลาย เช่น ความเชื่อพุทธ-พราหมณ์-ฮินดู และจีน ย่านเสาชิงช้าในกรุงเทพมหานครเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของพื้นที่ซึ่งมีการหลอมรวมความเชื่อที่แตกต่างกันไว้ในหนึ่งเดียว ทั้งเทวสถานพราหมณ์ วัดพุทธ และศาลเจ้า ทำให้มุมมองและพฤติกรรมของผู้คนที่มีในความเชื่อเปลี่ยน นำไปสู่แนวโน้มใหม่ของความเชื่อที่ไม่ยึดติดกับศาสนาใดศาสนาหนึ่งอย่างตายตัว แต่เปลี่ยนเป็นรูปแบบที่ยืดหยุ่นขึ้น เกิดเป็นกระแสความเชื่อยุคใหม่ที่เรียกว่า "สายมู" ซึ่งมาจากคำว่า “มูเตลู” (Mutelu) หมายถึง การเชื่อและปฏิบัติเพื่อเสริมดวงชะตา ดึงดูดโชค ลาภ ปัดเป่าความโชคร้าย หรือเสริมความมั่นใจในชีวิต โดยผ่านเครื่องราง วัตถุมงคล พิธีกรรม หรือการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และการแชร์ประสบการณ์ในโซเชียลมีเดียคนรุ่นใหม่

ผู้วิจัยจึงได้สรุปแนวคิดพฤติกรรมจากแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) และทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) นำไปสู่การสรุปแนวทางการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับสายมูเตลูกับการใช้การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้เพื่อให้เหมาะสมและเข้าถึงพฤติกรรม บริบทของผู้ใช้ในแนวคิดความเชื่อและความ

ศรัทธา จากการวิเคราะห์พฤติกรรมโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลักในงานวิจัยนี้ คือกลุ่มคน Gen Y นิยม “สายมู” เพราะเป็นทางเลือกในการสร้างความมั่นใจ เยียวยาจิตใจ และสร้างความหวังในยุคที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน



ภาพที่ 36 สรุปแผนผังความคิดแนวของการทบทวนวรรณกรรม (ปลายฝน, 2567)

บทสรุปและแนวทางการออกแบบ จากการวิเคราะห์พฤติกรรมดังกล่าว โดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมาย Gen Y ที่นิยมมูเคลงในฐานะทางเลือกในการเยียวยา เสริมความมั่นใจ และสร้างพลังบวกในยุคที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ทำให้แนวคิด “สายมู” ไม่ใช่เพียงความเชื่อแบบดั้งเดิม แต่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลอย่างกลมกลืน ผู้วิจัยจึงสรุปว่า หากต้องการออกแบบนวัตกรรม เช่น แอปพลิเคชันสายมู จำเป็นต้องเข้าใจโครงสร้างความเชื่อ พฤติกรรม และแรงขับเคลื่อนทางจิตใจของผู้ใช้งาน เพื่อออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านอารมณ์ สังคม และวัฒนธรรมในโลกที่ความเชื่อยังมีบทบาทอย่างยืดหยุ่นและทรงพลัง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยโดยใช้การวิจัย ประสพการณ์ผู้ใช้ (User Research) เชิงคุณภาพผสมผสานการเก็บข้อมูลด้วยเชิงปริมาณ ด้วยการ รวบรวมข้อมูลตั้งแต่การเก็บข้อมูลของผู้ใช้งานโดยวิธีการทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้ใช้ใน พื้นที่ การตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ การสัมภาษณ์ (Interview) กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในด้าน ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบทดสอบ และแบบสังเกตพฤติกรรม ซึ่งมีรายละเอียดและขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มประชากร

1. เจ้าหน้าที่สถานที่, ผู้ดูแล
2. กลุ่มวัยคือกลุ่มคน Gen Y เป็นกลุ่มคนในช่วงอายุ 27- 42 ปี
3. ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านต่าง ๆ ได้แก่
 - 3.1. ด้านศาสนา ความเชื่อ และการมูเตลู
 - 3.2. ด้านการออกแบบ

2. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มคนในช่วง Gen Y เป็นกลุ่มคนในช่วงอายุ 27- 42 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นกลุ่มคนช่วง วัยทำงาน ที่มีรูปแบบพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ ที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ทำอะไรได้ หลากหลาย ไม่ชอบเสียเวลากับเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ มีพฤติกรรมความเชื่อการไหว้พระขอพรและมูเตลู

2. เครื่องมือดำเนินการวิจัย

1. รวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม (Surveys)

การทำแบบสอบถาม ในการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มคน โดยการคัดเลือกกลุ่มผู้ค่า แบบสอบถามจากพฤติกรรมและแนวโน้มทางความเชื่อและความศรัทธาในด้านศาสนา หรือที่เรียกว่า กลุ่มคนสายมู และผู้ที่มาใช้บริการทางด้านจิตใจในสถานที่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ

การสำรวจโดยวิธีการทำแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนี้ มีจุดประสงค์เพื่อต้องการสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรม ปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งาน

- 1.1. ผ่านทาง Online Community ได้แก่ Facebook X กลุ่ม Line ผ่าน Google Sheet ทั้งหมด 250 คน
- 1.2. สัมภาษณ์เชิงลึกในการทำแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม ปัญหาและความต้องการ

ของผู้ที่มาไหว้พระขอพร และเจ้าหน้าที่คนดูแล 15 คน

2. รวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ (Interview)

การสัมภาษณ์ เป็นการค้นหาข้อมูลและแนวทางการคิดเห็นที่จะนำไปสู่แนวทางการออกแบบแอปพลิเคชันในด้านออกการออกแบบเนื้อหาและค้นหาแนวทางการออกแบบแอปพลิเคชันต่าง ๆ แบ่งออกเป็นทั้งหมด 2 รูปแบบในการสัมภาษณ์ ได้แก่

2.1. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศาสนา ความเชื่อ และการมูเตลู ทั้งหมด 3 คน ได้แก่

- พระมหานพต อภิชาโน (พระผู้ช่วยเจ้าอาวาส วัดโสมนัสราชวรวิหาร)
- ดร. เกวลิน อัครเดชเรืองศรี (ผู้ก่อตั้งโรงเรียนโหราศาสตร์ชลบุรี)
- คุณวิ โลภวิวัฒน์ (พิธีกรรายการ โลกวิวัฒน์ทางไทยรัฐสตูดิโอ)

โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ คัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับในศาสนา ความเชื่อ และการมูเตลู ที่มีความหลากหลายในแง่มุมต่าง ๆ เช่น การใช้ชีวิต การประกอบเป็นอาชีพ เพื่อค้นหาหลักการแนวคิดในเชิงความเชื่อและความศรัทธา

2.2. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบด้านเทคโนโลยี การออกแบบภาพลักษณ์ การออกแบบ UX และ UI Design ทั้งหมด 3 คน ได้แก่

- ผศ.ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ
- ดร.อรรคพล สามีวง
- ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตน์

โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ คัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับในการออกแบบด้านเทคโนโลยี การออกแบบภาพลักษณ์ การออกแบบ UX และ UI เพื่อแนวทางการออกแบบแอปพลิเคชัน

3. การทดสอบระบบ (Testing)

การคัดเลือกกลุ่มผู้ทดสอบ โดยกลุ่มจากผู้ที่มีพฤติกรรมและแนวโน้มทางความเชื่อและความศรัทธาในด้านศาสนา ที่เดินทางมาไหว้พระในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในเขตพื้นที่ศึกษา คือ วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร เพื่อทดสอบระบบการใช้งานของแอปพลิเคชันจากกลุ่มเป้าหมาย ทั้งหมด 47

4. การสังเกต (Observation)

โดยการสังเกตจากผู้ที่มาทดสอบระบบในเขตพื้นที่ศึกษา คือ วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร เพื่อสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้งานระหว่างการทดสอบ ทั้งหมด 47

3. กระบวนการวิจัย

1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1.1. สัมภาษณ์ (Surveys) โดยการทำแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้งาน

จากการทำแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่กลุ่มผู้ใช้งานไปใช้พื้นที่ในด้านสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระ ขอมพร และการมูเตลูภายในกรุงเทพมหานคร

- ช่วงอายุและเพศที่พบมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มคน Generation Y ช่วงอายุ 27-42 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายที่พบเจอมากที่สุด ซึ่งกลุ่มคนช่วงอายุนี้นี้เป็นช่วงคนวัยทำงานที่ในปัจจุบัน ผจญกับปัญหาในสังคม การใช้ชีวิต อีกทั้งเป็นช่วงวัยที่

ทำงานสร้างตัว หรือเริ่มมีครอบครัว และเพศที่พบมากที่สุด ได้แก่ เพศหญิง พบว่าส่วนมากในจำนวนผู้ที่เข้าวัดทำบุญ

- ด้านศาสนา คนส่วนใหญ่ที่อาศัยในประเทศไทยและการพำนักอาศัยนับถือ ศาสนาพุทธ เป็นส่วนมากและมีมุมมองว่าการไปไหว้พระ ทำบุญ ถือศีลเป็นเรื่องธรรมเนียมปฏิบัติที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันแต่ในขณะเดียวกัน ไม่จำเป็นจะต้องไหว้แค่ในศาสนาที่ตนเองนับถือ แต่สามารถไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ในศาสนาอื่น ๆ ตามความต้องการในขณะนั้นได้

- การไปไหว้ในสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คนส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่ไปไหว้พระในศาสนาที่ตนเองเคารพและศรัทธาจึงมีการปฏิบัติเป็นธรรมเนียมมาจนถึงปัจจุบัน และในประเทศไทยยังไปสถานที่และกราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ส่วนมาก ได้แก่ ศาสนาพุทธ (เถรวาท) รองลงมาเป็นศาสนาพุทธ (มหายาน) และศาสนาพราหมณ์-ฮินดู

- สายการเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คือ การไหว้พระ ขอมพร เพื่อเพิ่มความเป็นสิริมงคล

- สายพึ่งพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ แบ่งเป็น 3 แบบ ได้แก่ 1. ความสบายใจ ที่พึ่งทางใจ 2. การเสริมความเป็นสิริมงคล 3. การบูชา เช่น การทำธุรกิจ

- ด้านชื่อของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในกรุงเทพมหานครที่ผู้ใช้งานเลือกในการไปไหว้พระขอมพร 3 อันดับ ได้แก่ 1. ศาลหลักเมืองกรุงเทพมหานคร 2. วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร 3. ศาลเจ้าพระเสื้อี่ ย่านเสาชิงช้า และสถานที่ที่ผู้ใช้งานแนะนำเพิ่มเติม ได้แก่ 1. วัดเทพมณเฑียร สมาคมฮินดูสมาช 2. ศาลเจ้าแม่ทับทิม

- ด้านวิธีการเลือกสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ จากการเลือกวิธีการของผู้ใช้งาน คัดเลือกจาก 1. สถานที่ชื่อดัง ยอดฮิตในช่วงนั้น 2. สถานที่เก่าแก่ มีชื่อเสียง 3. สถานที่ใกล้ที่พักอาศัย, ที่ทำงาน

- ด้านรูปแบบเรื่องพรที่ขอ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ภาพรวมทั่วไป การงานการเรียน ความรักคู่ครอง การเงินธุรกิจ โชคลาภวาสนา และสุขภาพโรคร้าย

- การเลือกวิธีมูเตลูในชีวิตประจำวัน จากการเลือกของผู้ใช้งานส่วนมากที่นิยมในปัจจุบัน คือ 1. เครื่องประดับนำโชค 2. การใช้ภาพวอลเปเปอร์ 3. การเลือกใส่เสื้อผ้าตามสีมงคลตามวัน

- การเลือกวิธีมูเตลูเพื่อสร้างความสบายใจของผู้ใช้งานในชีวิตประจำวัน ได้แก่ 1. ขอมพรกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 2. เสี่ยงเซียมซี 3. ดูดวงกับนักพยากรณ์

- การเลือกหาข้อมูลในการไปไหว้พระ ขอมพรและมุเตลู่ ได้แก่ แพลตฟอร์ม Google, Facebook และคำแนะนำจากเพื่อน ครอบครัวหรือคนรู้จัก และในปัจจุบันคือการดูวีรืวตามสื่อโซเชียลออนไลน์

1.2. **ศึกษารวบรวมข้อมูล** ด้านพื้นที่สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในกรุงเทพมหานครและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.3. **การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศาสนา ความเชื่อและมุเตลู่** การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญโดยการคัดเลือกจากการทบทวนวรรณกรรมในการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีอันเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ใช้งาน

การสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญศาสนา ความเชื่อและมุเตลู่

พระมหานพดล อภิชาโน (พระผู้ช่วยเจ้าอาวาส วัดโสมนัสราชวรวิหาร)

มุมมองด้านศาสนาและความเชื่อ ท่านมองว่าการที่คนหรือมนุษย์มีการนับถือศาสนามากกว่า 1 ศาสนา และการนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ องค์เทพ ไม่ถือว่าเป็นการผิดหลักคำสอนในทางของผู้ที่นับถือในศาสนาพุทธ (นิกายเถรวาท) เพราะหลักคำสอนมองว่าสอนให้คำทำความดีละเว้นจากการทำชั่ว ซึ่งมองว่าในแก่นแท้ของหลักคำสอนทุก ๆ ศาสนามีรากคำสอนเรื่องเดียวกันคือ “การทำความดี” แต่การปฏิบัติในสังคมหรือบริบททางวัฒนธรรมแตกต่างกันตามการใช้ชีวิตของแต่ละภูมิภาค และด้านของความเชื่อเป็นของของจิตใจ มนุษย์มีความนึกคิดที่ซับซ้อน รวมไปถึงจิตใจเช่นกัน ความศรัทธา ความเชื่อเกิดจากแรงผลักดันจากความกลัว ความหวัง เพื่อค้นหาหนทางของการดับทุกข์หรือที่เรียกว่า “ความสบายใจ” จึงทำให้มนุษย์ทำบางอย่างเพื่อให้ตนเองมีความรู้สึกดีที่สุดใน เช่น การสร้างกุศโลบายในเรื่องคติธรรมเพื่อมาสั่งสอนผู้คนจากอดีตจนถึงปัจจุบันนี้ จึงทำให้เกิดเป็นแนวคิดของการเกิดศาสนาและความเชื่อ



ภาพที่ 37 สัมภาษณ์พระมหานพดล อภิชาโน (พระผู้ช่วยเจ้าอาวาส วัดโสมนัสราชวรวิหาร)

(ปลายฝน, 2568)

ดร. เกวลิน อัครเดชเรืองศรี (ผู้ก่อตั้งโรงเรียนโหราศาสตร์ชลบุรี)

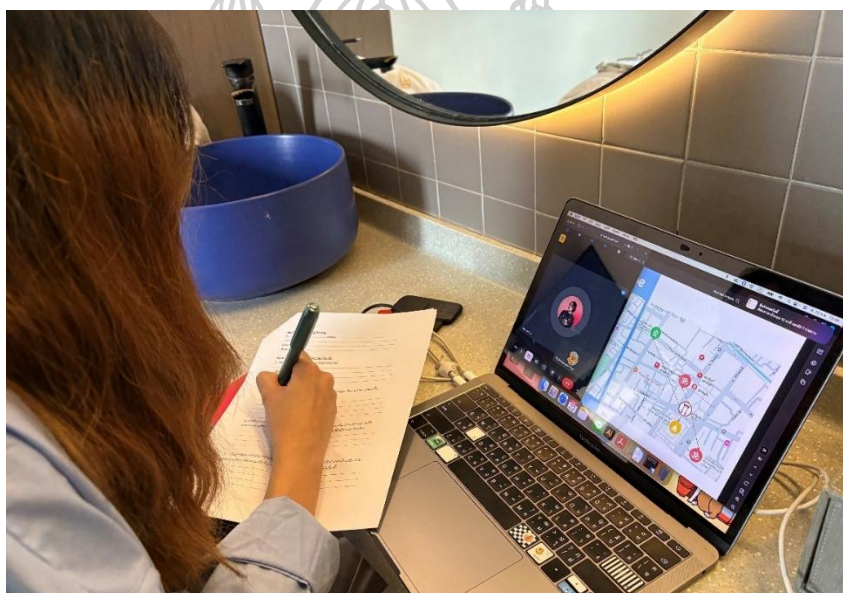
ศาสตร์การมูเตลู มีหลากหลายความเชื่อและหลากหลายรูปแบบ ทั้งหมดล้วนแล้วต่อเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนไทยมาตั้งแต่ยุคโบราณจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นศาสตร์ของตัวเลข ดวงดาว จักรวาล ไฟทาร์โร สีมงคล จนกระทั่งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้เหมือนเป็นการสร้างแรงกระตุ้น ความหวังและความมั่นใจที่จะทำให้ผู้คนทำสิ่งต่าง ๆ หากใช้ในทางที่ถูกที่ควรถือเป็นเรื่องดี แต่หากใช้ในทางที่ไม่ดีย่อมมีผลของกระทำที่ตามมา โดยพื้นฐานสิ่งเหล่านี้มาจากความเชื่อและแรงศรัทธา แต่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนพื้นดวงที่คนเรามีได้ แต่สามารถส่งเสริมให้ดีขึ้นได้โดยการใช้ศาสตร์เหล่านี้มาช่วย เป็นเรื่องของจิตใจของคน โดยมองว่าหากเมื่อคนรู้สึกว่ตนเองดวงตก ต้องการบูชา มูเตลูให้ชีวิตนั้นดีขึ้น สิ่งที่เขามาช่วยกระตุ้นทำให้จิตใจของคนดีขึ้นอาจเป็นการไปดูดวง หรือการบูชาพระ หรือในสมัยนี้คือสิ่งของก็ถูกปรับเปลี่ยนโดยนักการตลาดให้ดูใช้งานได้ง่ายกลมกลืนกับชีวิตประจำวัน เหมือนเป็นกลอุบายบางอย่างที่ทำให้ผู้คนสบายใจ



ภาพที่ 38 ดร. เกวลิน อัครเดชเรืองศรี (ผู้ก่อตั้งโรงเรียนโหราศาสตร์ชลบุรี) (ปลายฝน, 2568)

คุณวิ โลกวีวัฒน์ (พิธีกรรายการ โลกวีวัฒน์ทางไทยรัฐสตูดิโอ)

ในเรื่องการไหว้ ขอพร มีมุมมองว่าเป็นสิ่งที่ผู้คนปฏิบัติเป็นทำเนียมสืบต่อกันมาทางด้านความเชื่อและด้านของสังคมที่หล่อหลอมให้เราปฏิบัติ เกิดเป็นจารีต ประเพณี หากครอบครัวหรือกลุ่มคนในท้องถิ่นมีการไหว้ ขอพรที่ยึดมั่นกันมานานเกิดการสืบทอดแนวความคิดความเชื่อกันมา แต่ในสมัยปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปขึ้นอยู่กับทัศนคติ มุมมอง และจิตใจของคนผู้นั้น เพราะโลกมีการเชื่อมต่อกัน มีความหลากหลายและเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น จึงทำให้คิดว่า การจะไหว้แบบไหนหรือขอพรแบบไหนกับองค์เทพหรือพระองค์ใด ทำพิธีผิดหรือถูกแบบใด ไม่สำคัญเท่ากับสิ่งที่ต้องการขอ หรือความเชื่อความศรัทธาภายในจิตใจ และมองว่าการทำพิธีต่าง ๆ เช่นการท่องบทสวดก่อนที่จะขอพรนั้น เป็นเหมือนกลวิธีที่ทำให้คนผู้นั้น ทำจิตใจให้สงบ ไม่วอกแวก และตั้งสมาธิต่อก่อนที่จะขอพร เป็นต้น



ภาพที่ 39 คุณวิ โลกวีวัฒน์ (พิธีกรรายการ โลกวีวัฒน์ทางไทยรัฐสตูดิโอ) (ปลายฝน, 2568)

จากการสัมภาษณ์จึงได้แนวทางข้อสรุปดังนี้ ความเชื่อและศรัทธาเป็นแรงผลักดันและเครื่องมือทางจิตใจ มองว่าความเชื่อ ศรัทธา และวิถีปฏิบัติเหล่านี้ เป็นวิธีที่จะช่วยให้มนุษย์มีความสบายใจ ความหวัง กำลังใจและแรงผลักดันที่จะใช้ชีวิตต่อไป แก่นแท้อยู่ที่ “ความสบายใจและความเป็นคนดี” ถึงวิถีปฏิบัติจะแตกต่างกัน เช่น กราบไหว้ บูชา ตั้งสมาธิ ดูดวง ห้อยเครื่องราง หรือนับถือหลายศาสนา แต่ทุกวิธีมีเป้าหมายเดียวกันคือ อยาให้ตนเองและคนรอบข้างมีความสุข เป็นคนดี หลีกเลียงความผิด และใช้ชีวิตได้อย่างมีความหมาย ความเชื่อเป็นวิถีทางสังคมและจิตวิทยาความเชื่อเหล่านี้มักถูกส่งต่อกันมาเป็น ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ทั้งนี้เพราะมนุษย์มีความซับซ้อนด้านความคิดและจิตใจ โดยใช้ความเชื่อเป็นวิธีการแก้ความทุกข์ หาที่พึ่งหรือตอบสนองความต้องการทางใจ

1.3. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญโดยการคัดเลือกจากการ ทบทวนวรรณกรรมในการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีอันเกี่ยวเนื่องกับกลุ่มผู้ใช้งานเพื่อค้นหาแนว ทางการออกแบบเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับผู้ใช้งาน

การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบ

ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบในด้านเทคโนโลยี การออกแบบ UX และ UI Design และความคิดเห็นด้านแนวทางการออกแบบ เพื่อใช้ในการสร้าง Prototype ในด้านของการ ออกแบบภาพรวมของแอปพลิเคชัน ตลอดจนภาพลักษณ์ของสิ่งที่จะปรากฏอยู่บนแอปพลิเคชัน

ตารางสรุปแนวทางด้านการออกแบบ จากผู้เชี่ยวชาญ

การออกแบบ	ผศ.ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ	ดร.อรรคพล ลำม่วง	ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตนา
1.ลักษณะของเทคโนโลยีเสมือนที่เหมาะสำหรับการสร้างปฏิสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลเรื่องการไหว้ ขอมรส และบุเตตุ			
ด้านเทคโนโลยี	AR (Onsite), (Geolocation)	AR (Onsite), (Geolocation)	AR (Onsite), (Geolocation)
2.ลักษณะของการออกแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับการสื่อสารเรื่องการไหว้ ขอมรส และบุเตตุ			
ภาพรวม การสื่อสาร	ภาพประกอบสื่อ 2D	ภาพประกอบสื่อ 2D	ภาพประกอบสื่อ 2D
ภาพประกอบ การสื่อสาร	ภาพถ่าย+Motion Graphic	ภาพถ่าย	ภาพถ่าย
การออกแบบ Interaction Design	Interactive หรือ AR	Interactive หรือ AR	Interactive หรือ AR
3.แนวทางรูปแบบ Graphic Design ของสื่อสไตล์ แนวทางโทนสีและจิตวิทยาสีของการสร้างอัตลักษณ์บนแอปพลิเคชัน			
Graphic Design	Flat Design, Pop Art, Modern Retro	Flat Design	Flat Design, Modern Retro
Color Tone	Pastel / Bright ขาว/แดง/ม่วง	Retro / Bright ขาว/ม่วง/ส้ม	Retro / Earth Tone ส้ม/ม่วง/ชมพู
4.รูปแบบของ Typography และลักษณะของ Icon ที่เหมาะกับการออกแบบสื่อบนแอปพลิเคชัน			
Typography	Sans-Serif Typefaces	Sans-Serif Typefaces	Sans-Serif Typefaces
Icon	Minimalistic / Flat	Bright Colors / Flat	Minimalistic / Flat

ตารางที่ 8 ตารางสรุปแนวทางด้านการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ

ผศ.ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ

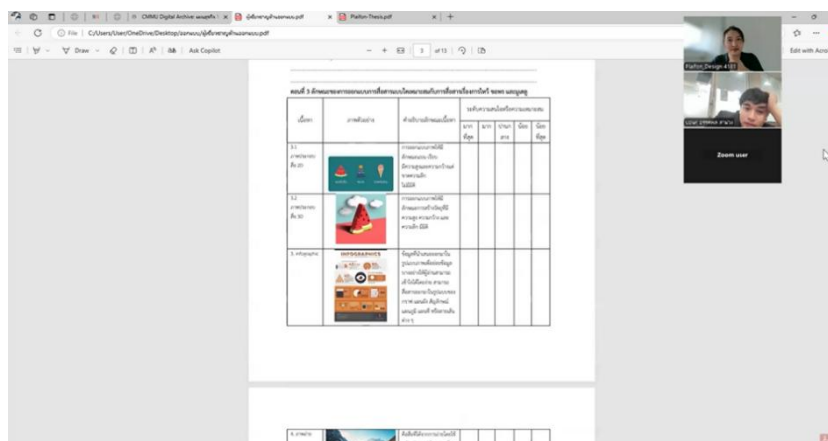
แนวทางการออกแบบแอปพลิเคชัน โดยสรุปภาพรวมจากความคิดเห็นของท่าน ผศ.ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ ให้แนวทางในการใช้เทคโนโลยีในด้าน AR Immersive Experience ในการใช้งานในพื้นที่จริงเนื่องจากรูปแบบการใช้มีความสะดวกและเข้าถึงผู้คนได้หลากหลาย ด้านการออกแบบสื่อแนะนำให้ใช้สื่อ 2D เป็นภาพประกอบและใช้ภาพถ่ายเป็นการสื่อสารข้อมูล แนวทางการออกแบบภาพลักษณ์ให้ใช้ภาพรูปแบบ Flat Design, Pop Art หรือ Modern Retro โทนมืดที่ใช้สีถึงการมูเตลู คือ สีม่วง ขาว แดง รูปแบบการใช้ฟอนต์คือเน้นทันสมัย อ่านง่าย ไม่มีหัว และไอคอนแบบ Minimal หรือ Flat Design



ภาพที่ 40 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผศ.ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ (ปลายฝน, 2568)

ดร.อรรคพล ล่ำม่วง

แนวทางการออกแบบแอปพลิเคชัน โดยสรุปภาพรวมจากความคิดเห็นของท่าน ดร.อรรคพล ล่ำม่วง ให้แนวทางในการใช้เทคโนโลยีในด้าน AR Immersive Experience ในการใช้งานในพื้นที่จริง สอดรับกับกลุ่มเป้าหมายที่มาใช้งานที่มีความทันสมัยและเทคโนโลยีไม่ได้มีความซับซ้อนด้านการใช้งาน อุปกรณ์เข้าถึงงาน ด้านการออกแบบสื่อแนะนำให้ใช้สื่อ 2D เป็นภาพประกอบและใช้ภาพถ่ายเป็นการสื่อสารข้อมูล แนวทางการออกแบบภาพลักษณ์ให้ใช้ภาพรูปแบบ Flat Design เนื่องจากเป็นสากลโลก มีความเรียบง่าย ไม่ตกเทรนด์ โทนมืดที่ใช้สีถึงความศรัทธาและผู้ใช้งาน คือ สีส้ม ชมพู ขาว รูปแบบการใช้ฟอนต์คือเน้นทันสมัย อ่านง่าย ไม่มีหัว และไอคอนแบบ Bright Color หรือ Flat Design



ภาพที่ 41 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ดร.อรรถพล ล่ำมั่ง (ปลายฝน, 2568)

ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตน์

แนวทางการออกแบบแอปพลิเคชัน โดยสรุปภาพรวมจากความคิดเห็นของท่าน ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตน์ ให้แนวทางในการใช้เทคโนโลยีในด้าน AR Immersive Experience ในการใช้งานในพื้นที่จริงเพราะการรองรับของอุปกรณ์ที่สะดวก ด้านการออกแบบสื่อแนะนำให้ใช้สื่อ 2D ภาพประกอบ และใช้ภาพถ่ายเป็นการสื่อสารข้อมูล แนวทางการออกแบบภาพลักษณ์ให้ใช้ภาพรูปแบบ Flat Design เนื่องจากเป็นสากลโลก มีความเรียบง่าย ไม่ตกเทรนด์ โทนสีที่ใช้สีถึงความศรัทธาและผู้ใช้งานคือ สีส้ม ชมพู ขาว รูปแบบการใช้ฟอนต์คือเน้นทันสมัย อ่านง่าย ไม่มีหัว และไอคอนแบบ Minimal หรือ Flat Design ความคิดเห็นเพิ่มเติมคือ ข้อเสนอแนะสำหรับการออกแบบการแบ่งโทนสีการออกแบบและการใช้ไอคอน ไม่ควรไล่โทนสี Gradient เพราะไม่เหมาะสมสำหรับการใช้ในสถานที่กลางแจ้ง และให้ออกแบบแอปในรูปแบบ Web App เพื่อการเข้าถึงที่หลากหลาย สะดวกต่อผู้ใช้



ภาพที่ 42 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตน์ (ปลายฝน, 2568)

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นประเด็นการศึกษาเพื่อค้นหารูปแบบการสร้างตัวต้นแบบที่เหมาะสมกับการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งานด้วยเทคโนโลยีผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้ใช้งานได้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการไหว้พระ ขอพร และมุเตลู่ ให้มากที่สุด โดยใช้การศึกษาที่เริ่มต้นกระบวนการวิจัยโดยใช้การวิจัยประสบการณ์ผู้ใช้ (User research) ด้วยการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลตั้งแต่การเก็บข้อมูลของผู้ใช้งาน เพื่อนำปัญหา ความต้องการของผู้ใช้งานมาออกแบบฟีเจอร์ต่าง ๆ เพื่อให้ตอบโจทย์การใช้งาน รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเพื่อออกแบบ Content และดีไซน์การใช้งานให้ตอบรับกับกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยนำเรื่องของเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริงมาช่วยออกแบบบนแอปพลิเคชัน เพื่อให้เหมาะสม สอดคล้องกับการใช้งานและแก้ไขปัญหาของผู้ใช้งาน โดยผู้วิจัยใช้การตรวจสอบย้อนกลับในเรื่องของการออกแบบด้านเทคโนโลยี การออกแบบ UX และ UI Design จึงได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือในการวิจัย และนำข้อมูลทำการวิเคราะห์ อ้างอิงถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายโดยวิเคราะห์ถึงปัญหา ความต้องการและแรงจูงใจเพื่อออกแบบฟีเจอร์ (Features) การใช้งานหลักบนแอปพลิเคชันนี้

LIST OF FEATURES

PROBLEM	MOTIVATION	FEATURES
ข้อมูลหลากหลายแหล่ง การค้นหาที่ซ้ำซ้อน	การรวบรวมข้อมูลและนำมาจัด หมวดหมู่ เช่น ข้อมูลทั่วไป, วิธีการไหว้	สถานที่ > ข้อมูลสถานที่
ความไม่แน่ใจและการ ตัดสินใจของผู้ใช้งาน	การเพิ่ม OPTION ต่างๆเพื่อช่วย แนะนำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจได้ง่ายขึ้น	ขอตามพวง / กิจกรรม / พิธีกรรม
ต้องการที่พึงพอใจ ในเวลาเร่งด่วน	การเพิ่มแนวทาง โดยใช้ AR IMMERSIVE EXPERIENCE เพื่อให้ผู้ใช้ สามารถขอพรได้ในเวลาที่ต้องการ	พรทันใจ (AR)
ต้องการคำแนะนำและ ข้อมูล INSIDE	การนำเอาเรื่องราวภายในวัดหรือสถานที่ ศักดิ์สิทธิ์ มานำเสนอ โดยสรุปในเวลาสั้น โดย MOTION GRAPHIC และ AR IMMERSIVE EXPERIENCE	MORE MU
ประวัติและการแจ้งเตือน ของช่วงเวลาที่สำคัญ	สามารถเก็บสะสมเมื่อทำ GAMIFICATION เพื่อแลกของที่ระลึก และการเก็บประวัติ ACHIEVEMENT	PROFILE และ TICKET

ภาพที่ 43 การออกแบบ ฟีเจอร์ (Features) (ปลายฝน, 2568)

เพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดโดยจะมีสรุปเพื่อสามารถต่อยอดทางธุรกิจเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาของการท่องเที่ยวภายในประเทศได้มากยิ่งขึ้นและแอปพลิเคชันนี้แค่เพียงเครื่องมือในการนำทางไปไหว้พระ แต่คือ “แพลตฟอร์มสไตล์สายมู” ที่รวมเส้นทาง พิธีกรรม ความเชื่อ และการค้าสิ่งศักดิ์สิทธิ์ไว้ในระบบดิจิทัล สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ และสามารถต่อยอดไปสู่บริการเชิงพาณิชย์-จิตวิญญาณได้อย่างยั่งยืน โดยการวิเคราะห์แนวทางด้านการต่อยอดเชิงธุรกิจในการออกแบบโมเดลทางธุรกิจของแอปพลิเคชันนี้

Business Model Canvas

KEY PARTNER	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
<ul style="list-style-type: none"> วัด 1 แห่ง GOOGLE MAP API ร้านค้าของสินค้าสายมู MEDIA DONUT (DIGITAL MEDIA AGENCY) 	<ul style="list-style-type: none"> การแนะนำหนทางเกี่ยวกับการไหว้ บูชา ดู กิ่งแบบ OWN-CONTENT & UGC การให้ข้อมูลของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานและจุดเด่นของสถานที่นั้น AR NAVIGATION นำทางให้สำหรับการทำกิจกรรมในวัด PRAYER GUIDE แนะนำขั้นตอนการไหว้และขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างแนวทางให้กับการไหว้พระ: ขอพร ลดการสร้างขยะ และมลภาวะทางอากาศ สร้างโอกาสการรายได้ผ่านฟีเจอร์ดิจิทัลและพาร์ตเนอร์ <ul style="list-style-type: none"> ดอกไม้ รูปเทียน ธูปธูป ร้านค้าออนไลน์ของวัด บริจาคผ่านแอป โฆษณาและสปอนเซอร์ พรีเมียมฟีเจอร์ต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างระบบสมาชิก สร้างระบบร้านค้า ข่าวสารจากทางวัด 	<ul style="list-style-type: none"> กลุ่มผู้ใช้งาน GEN Y ผู้ดูแลเพจ เจ้าของร้านค้า ผู้ใช้งานต่างชาติ ผู้ศรัทธา
KEY RESOURCES	CHANNELS	COST STRUCTURE	REVENUE STREAMS	
<ul style="list-style-type: none"> วัด 1 แห่ง APPLICATION กลุ่มผู้ใช้งาน ร้านค้า 	<ul style="list-style-type: none"> APP STORE GOOGLE PLAY 	<ul style="list-style-type: none"> ต้นทุนในการดำเนินงาน ต้นทุนในการโปรโมท ต้นทุนในการสร้างเทคโนโลยี เช่น AR, APPLICATION, SERVER ต้นทุนการพัฒนาแอป ค่า LICENSE วัด (ถ้ามี) 	<ul style="list-style-type: none"> จากเป็นแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ APPLICATION (COMMISSION) เปอร์เซ็นต์จากการทำร้านค้า (TRANSACTION FEE) จากการโปรโมทโฆษณาแฝง (SPONSORSHIP) พรีเมียมฟีเจอร์ (IN-APP PURCHASE) 	

ภาพที่ 44 การออกแบบ Business Model Canvas (ปลายฝน, 2568)

3. กำหนดแนวทางการออกแบบและพัฒนาต้นแบบ การออกแบบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสู่การพัฒนาต้นแบบ จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่านในการนำมาพัฒนาต้นแบบ

4. ทดสอบการใช้งาน โดยการนำต้นแบบในการออกแบบไปทดสอบและทำแบบสังเกตผู้ใช้งาน ขณะที่ทดสอบโดยกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 30 คนในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร ย่านเสาชิงช้า เขตพระนคร

5. สรุปและอภิปรายผล

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

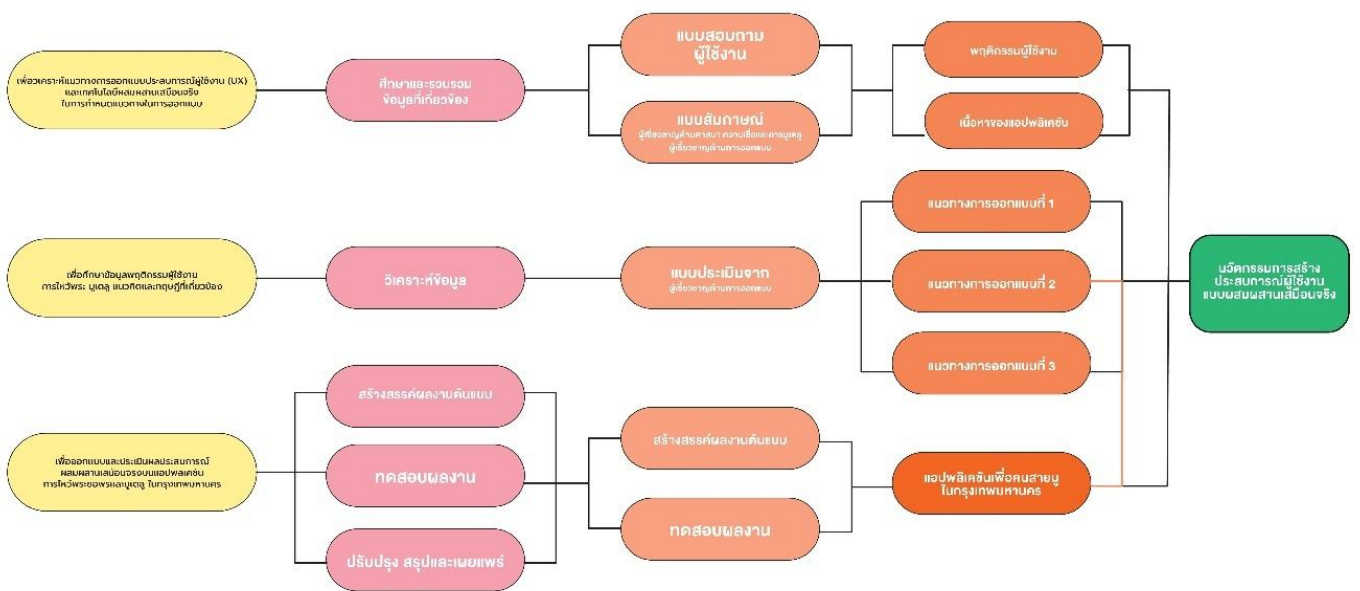
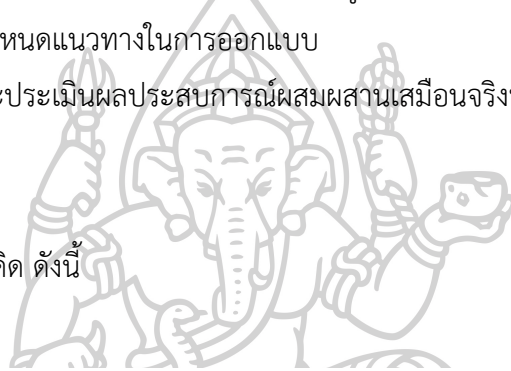
บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบบการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์จากการรวบรวมจากขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยในบทที่ 3 เพื่อนำมาออกแบบแนวคิดในการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อสายมูเตลู ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้อ้างอิงโดยศึกษาตามขบวนการและขั้นตอนในการวิจัยต่าง ๆ ในการค้นหาแนวทางการออกแบบสู่การสร้างสรรคผลงานต้นแบบ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การไหว้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริงในการกำหนดแนวทางในการออกแบบ
3. เพื่อออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร

โดยสรุปเป็นแผนผังแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 45 แผนผังความแนวความคิดสรุปการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร (ปลายฝน, 2568)

1. ผลลัพธ์การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การไหว้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพฤติกรรมจากปัญหา และความต้องการของผู้ใช้งานในสถานที่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ย่านต่าง ๆ และผู้คนที่มีความเชื่อและศรัทธาในด้านศาสนา หรือที่เรียกว่า กลุ่มคนสายมู และผู้ที่ใช้บริการทางด้านจิตใจ ผ่านแบบสอบถามบนสื่อโซเชียลทั้งหมด 250 คน และการสัมภาษณ์แบบสอบถามผู้ใช้ในสถานที่จริงทั้งหมด 15 คน ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งาน อีกทั้งการสอบถามแนวทางความคิดเห็นผู้ใช้เชี่ยวชาญด้านศาสนา ความเชื่อและการมูเตลู ค้นพบว่าความเชื่อและศรัทธาเป็นแรงผลักดันและเครื่องมือทางจิตใจ เป็นวิธีที่จะช่วยให้มนุษย์มีความสบายใจ, ความหวัง, กำลังใจและแรงผลักดันที่จะใช้ชีวิตต่อไป แก่นแท้อยู่ที่ “ความสบายใจและความเป็นคนดี” แต่มีวิธีปฏิบัติหรือการแสดงออกที่แตกต่างขึ้นอยู่กับบริบทสังคมในแต่ละศาสนา ทั้งนี้เพราะมนุษย์มีความซับซ้อนด้านความคิดและจิตใจ โดยใช้ความเชื่อเป็นวิธีการแก้ความทุกข์ หาที่พึ่งหรือความต้องการทางด้านจิตใจ

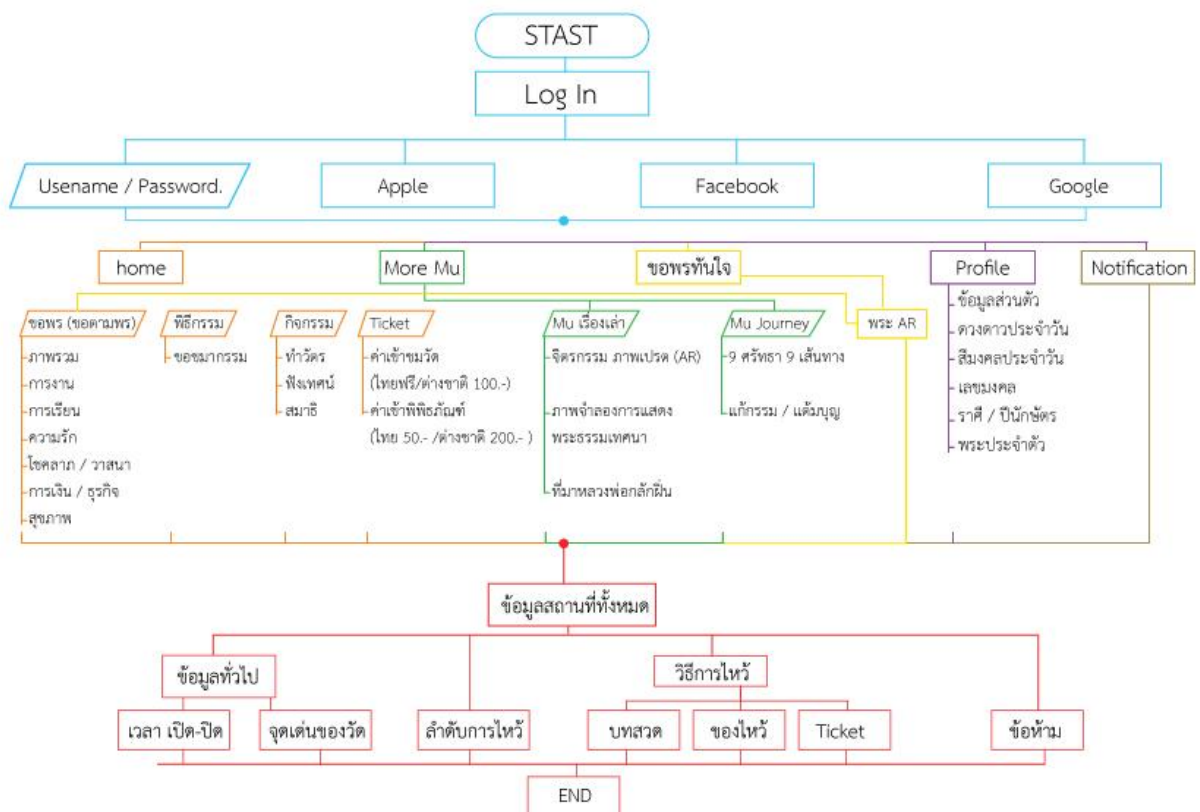
จึงพบว่ากลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มคนในช่วง Gen Y เป็นกลุ่มคนในช่วงอายุ 27- 42 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นกลุ่มคนช่วงวัยทำงาน ที่มีรูปแบบพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ ที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ทำอะไรได้หลากหลาย ไม่ชอบเสียเวลากับเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ มีพฤติกรรมกับความเชื่อ การไหว้พระ ขอพรและมูเตลู คือสามารถไหว้ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์โดยไม่ยึดติดกับศาสนา ขึ้นอยู่กับความต้องการและเรื่องที่ไม่สบายใจ หรือความนิยมในช่วงเวลานั้น



ภาพที่ 46 ภาพกลุ่มคนวัยทำงาน เพศหญิง (Pattarat, 2565)

2. ผลลัพธ์การเพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริงในการกำหนดแนวทางในการออกแบบ

จากการศึกษาข้อมูล ได้ถึงวิเคราะห์ปัญหา และความต้องการจากพฤติกรรมผู้ใช้งาน อีกทั้งเนื้อหาเกี่ยวข้องกับในด้านสถานที่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ในกรุงเทพมหานครค้นพบว่า ย่านเสาชิงช้ามีโมเดลเนื้อหาการใช้พื้นที่ในการออกแบบแอปพลิเคชันที่สามารถนำไปต่อยอดธุรกิจและการสร้างสรรค์แอปพลิเคชันสำหรับกลุ่มคนสายมูเตลู เนื่องจากมีความหลากหลายด้านศาสนา ความเชื่อและพิธีกรรมทำให้ผู้คนมีตัวเลือกในการใช้งานที่หลากหลาย รวมถึงความนิยมในการมาทำกิจกรรมของแต่ละศาสนาที่มีความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการด้านความเชื่อ ความศรัทธาและสายมูเตลู และในพื้นที่การศึกษาของวิจัยฉบับนี้ ได้แก่ วัดสุทัศนเทพวรารามราชวรมหาวิหาร เพราะมีปัจจัยในเรื่องความเชื่อ การนับถือด้านศาสนาและความหลากหลายในด้านการให้พรของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ครบ อีกทั้งยังมีพื้นที่กว้างขวางมีความสำคัญตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้การออกแบบในส่วนของ User Experience นี้เป็นการจำลองที่สามารถนำไปต่อยอดในสถานที่อื่น ๆ ได้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อนำมาออกแบบการใช้งานบนแอปพลิเคชัน จึงได้ทำการออกแบบฟิวเจอร์และฟังก์ชันการใช้งานบนแอปพลิเคชันดังนี้



ภาพที่ 47 Flowchart ในการออกแบบ User experience (ปลายฝน, 2568)

หลังจากการออกแบบ Flowchart แผนผังลำดับขั้นตอนหรือโครงสร้างการทำงานของระบบ ที่แสดงให้เห็นเส้นทางการใช้งาน (User Flow) ตั้งแต่เริ่มต้นเข้าสู่ระบบจนถึงการใช้งานฟีเจอร์ต่าง ๆ

1. โครงสร้างหลักของ Flowchart

Flowchart ในภาพนี้เป็นกรอกแบบ UX สำหรับแอปพลิเคชันสายมูเตลู (ขอพร ไหว้พระ) โดยมีโครงสร้างหลักดังนี้

- **การเข้าสู่ระบบ (Log In):**
 - ผู้ใช้สามารถเข้าสู่ระบบได้หลายวิธี เช่น Username/Password, Facebook, Google
- **เมนูหลักหลังเข้าสู่ระบบ:**
 - ประกอบด้วย Home, More Mu, ขอพรทันใจ, Profile, Notification
- **ฟีเจอร์และหมวดหมู่ย่อย:**
 - **Home:**
 - ขอพร (ขอความรัก การงาน การเงิน ฯลฯ)
 - พิธีกรรม (ขอพร ขอบุญพร)
 - กิจกรรม (ทำวัตร ฟังเทศน์ สมาธิ)
 - Ticket (ค่าทำบุญวัด ค่าพิธีกรรม)
 - **More Mu:**
 - Mu เรื่องเล่า (กิจกรรม AR ภาพถอดรหัส พระธาตุมงคล ฯลฯ)
 - Mu Journey (9 วัด 9 เส้นทาง แผนที่มู ฯลฯ)
 - พระ AR
 - **ขอพรทันใจ:**
 - ข้อมูลสถานที่ทั้งหมด (ข้อมูลทั่วไป วิธีการไหว้ การไหว้ ข้อห้าม)
 - **Profile:**
 - ข้อมูลส่วนตัว สถิติการขอพร ฯลฯ
 - **Notification:**
 - แจ้งเตือนกิจกรรม ฤกษ์ดี ฯลฯ
- **รายละเอียดข้อมูลสถานที่:**
 - ข้อมูลทั่วไป (เวลาเปิด-ปิด จุดเด่น)
 - การไหว้
 - วิธีการไหว้ (บทสวด ของไหว้ Ticket)
 - ข้อห้าม

2.1 วิเคราะห์การออกแบบ UX ให้ตอบโจทย์ผู้ใช้งาน

Flowchart นี้แสดงให้เห็นถึงการวางโครงสร้างแอปพลิเคชันที่เน้นประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายสายมูเตลูในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีความต้องการที่หลากหลาย เช่น การขอพรในเรื่องต่าง ๆ การเข้าร่วมพิธีกรรม การค้นหาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การติดตามกิจกรรม แยกตามประเภทการใช้งานดังนี้

1. ความชัดเจนของ User Flow

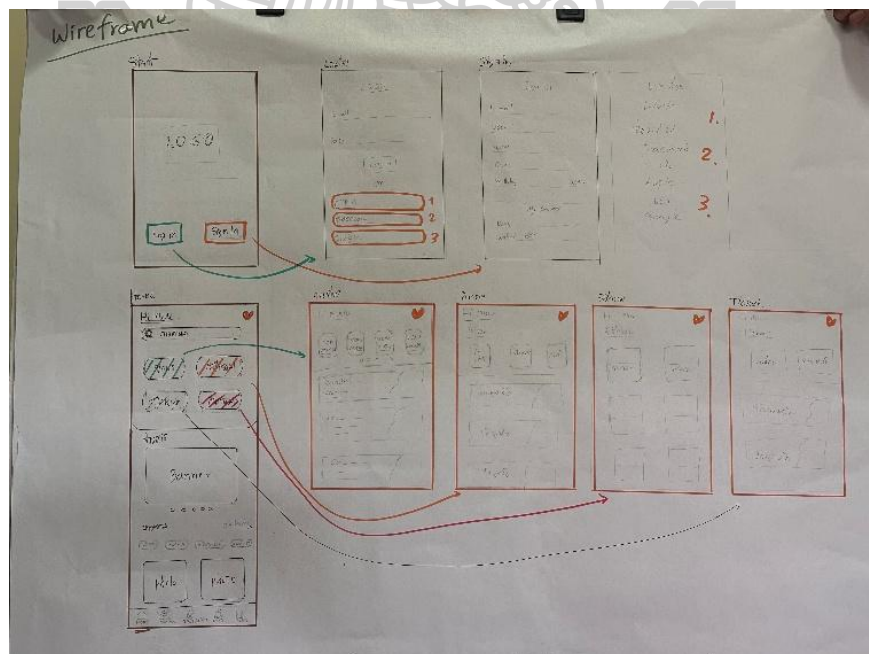
- มีการแยกหมวดหมู่พีเจอร์อย่างชัดเจน ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือฟังก์ชันที่ต้องการได้ง่าย
- การนำเสนอเส้นทางเข้าสู่แต่ละพีเจอร์ เช่น การขอพร การดูข้อมูลสถานที่ การเข้าร่วมกิจกรรม ฯลฯ มีความเป็นลำดับขั้นตอน ช่วยลดความสับสน
- มีการรวมข้อมูลสำคัญ เช่น เวลาทำการ จุดเด่น วิธีการไหว้ ข้อห้าม ฯลฯ ไว้ในหน้าข้อมูลสถานที่เดียวกัน ทำให้ผู้ใช้สะดวกในการวางแผนเดินทางและเตรียมตัว

2. การออกแบบโดยนำเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) และประสบการณ์ผู้ใช้

- มีการนำเสนอพีเจอร์ AR (Augmented Reality) เพื่อเพิ่มมิติประสบการณ์เสมือนจริง เช่น Mu เรื่องเล่า, พระ AR
- ระบบ Ticket ช่วยให้ผู้ใช้งานจองหรือชำระค่าทำบุญ/พิธีกรรมได้สะดวกผ่านแอป
- พีเจอร์ Notification ช่วยแจ้งเตือนกิจกรรมสำคัญและฤกษ์ดี เพิ่มความผูกพันกับผู้ใช้

3. การสร้างความเป็นส่วนตัวและการติดตามผล

- ผู้ใช้สามารถดูข้อมูลส่วนตัว และหน้า Profile ที่สามารถปรับเปลี่ยนตามดวงของผู้ใช้งาน
- มีระบบแจ้งเตือนและบันทึกกิจกรรมประจำวัน



ภาพที่ 48 Sketch Wire Frame ในการออกแบบ User experience (ปลายฝน, 2568)

หลังจากวิเคราะห์ เนื้อหา พีเจอร์ จึงทำการออกแบบ Flowchat และ Wire Frame เพื่อสร้างแนวทางการออกแบบตัวต้นแบบ (Prototype) ทั้งหมด 3 แนวทางการออกแบบ ดังนี้

2.2 ด้านการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน User Interface

แนวทางการออกแบบ User Interface จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการออกแบบเป็นภาพรวมทั้ง 3 แนวทางการออกแบบ โดยที่เริ่มจากการออกแบบแนวทางภาพรวม Mood Board ทั้ง 3 แนวทาง และได้นำมาออกแบบฟังก์ชันการใช้หน้า เริ่มจากภาพรวมบนแอปพลิเคชัน การใช้ตัวอักษร การใช้โทนสี ภาพประกอบ Icon Design และรวมถึง 3D ที่จะใช้ในเทคโนโลยี AR Immersive Experience ดังนี้

1. Mood Board

ภาพองค์ประกอบรวมเพื่อให้ผู้ออกแบบ ได้เข้าใจถึงแนวทางการออกแบบ ความรู้สึกอารมณ์ เพื่อมีมุมมองทิศทางการออกแบบเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 แนวทาง ได้แก่

แนวทางที่ 1

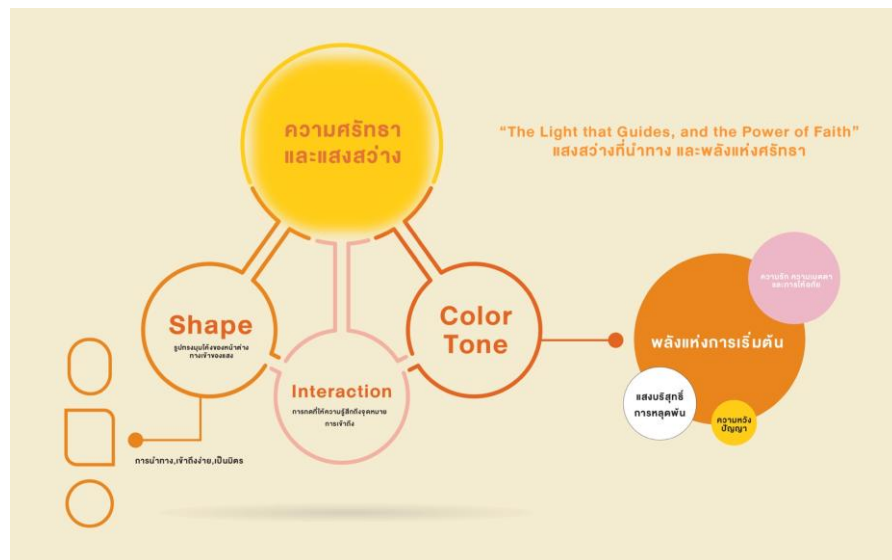
แนวทางการออกแบบในแนวทางที่ 1 มีแนวความคิดมาจากพลังศรัทธาและการบุญเตลู โดยแนวทางนี้มีทิศทางการออกแบบของโทนสีที่สื่อถึงความศรัทธาและการบุญเตลู ที่เน้นความเชื่อ โดยสีใช้สีม่วงที่สื่อถึงความลึกกลับ ความเชื่อ จิตวิญญาณ การบูชา สีแดงสื่อถึงโชคความ การเสียสละ ใช้รูปทรงที่โค้งมนในการออกแบบที่ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย



ภาพที่ 49 Mood Board แนวทางทางที่ 1 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางที่ 2

แนวทางการออกแบบในแนวทางที่ 2 มีแนวความคิดมาจากแสงสว่างที่นำทาง และพลังแห่งศรัทธา โดยแนวทางนี้มีทิศทางการออกแบบของโทนสีที่สื่อถึงความศรัทธาและสื่อถึงการนำทาง หนทางการแก้ไขที่เน้นความเชื่อที่เกิดจากการศรัทธา หนทางธรรม โดยสีใช้สีส้มที่สื่อถึงพลัง การเริ่มต้นใหม่ การตื่นรู้ และสีชมพูสื่อถึงความเมตตา ความรัก และให้ความรู้สึกถึงผู้หญิง ใช้เส้นโค้งสลับเส้นตรง สื่อถึงการนำทาง ความเป็นมิตร



ภาพที่ 50 Mood Board แนวทางทางที่ 2 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางที่ 3

แนวทางการออกแบบในแนวทางที่ 3 มีแนวความคิดมาจากศรัทธาของการหลุดพ้นและการเริ่มต้นใหม่ โดยแนวทางนี้มีทิศทางของการออกแบบของโทนสีที่สื่อถึงความศรัทธาและการเกิด เริ่มต้นใหม่ โดยสีใช้สีน้ำตาลที่สื่อถึงพลัง ธรรมชาติ รากเหง้า การเกิด และสีส้มพลังและการเริ่มต้น ใช้เส้นตรง สื่อถึงความมั่นคง ความเชื่อถือ



ภาพที่ 51 Mood Board แนวทางที่ 3 (ปลายฝน, 2568)

สรุปภาพรวมของ Mood Board ทั้ง 3 แนวทาง จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการรวบรวมข้อมูล จึงได้แนวทางจากการอารมณ์ ความรู้สึกจากไหว้พระ แร่จุงใจ และความหวัง โดยดึงองค์ประกอบมาร่วมกับงานออกแบบที่ได้แรงบันดาลใจจาก ภายในวัด สิ่งของที่เกี่ยวข้อง และโทนสีเพื่อสื่อถึง ความศรัทธา หนทาง การนำทางเพื่อให้ไปถึงจุดหมายและการปลดปล่อยความทุกข์ต่าง ๆ ทางจิตใจของผู้ใช้งาน

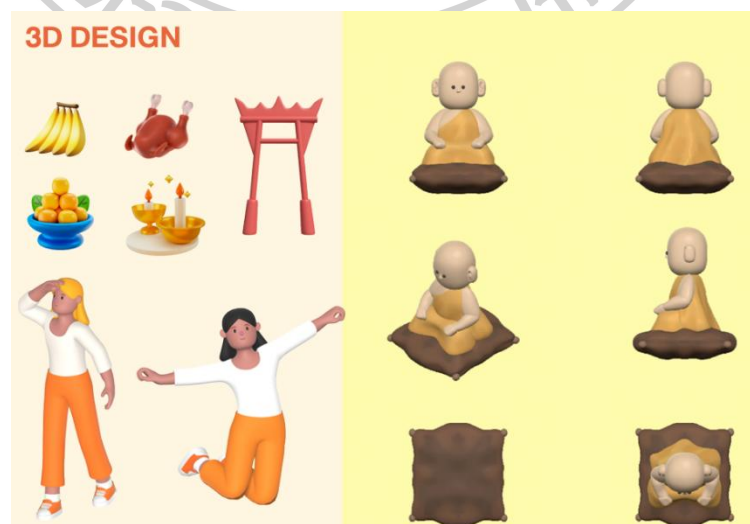
2. แนวทางการใช้ภาพประกอบ

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จึงได้แนวทางการออกแบบจากการจำแนกแนวทางได้แก่ การใช้ภาพประกอบประเภท Flat Design การใช้ภาพ 3D และ ภาพจริงในการออกแบบ โดยแบบแนวทางการใช้ภาพประกอบ แบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 แนวทาง



ภาพที่ 52 ภาพประกอบแนวทางการทางที่ 1 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการใช้ภาพประกอบที่ 1 โดยออกแบบในสไตล์ของรูปแบบกราฟิกแบบ Flat Design โดยออกแบบให้มีเส้นขอบเพิ่มเติม และไม่มีเส้นขอบเพื่อในการใช้งานตอบโต้กับรูปแบบของหน้า User Interface และเพื่อให้ใช้งานได้ง่ายมากขึ้น ในการออกแบบมีการลดทอนภาพบางส่วนเพื่อให้ดูทันสมัย เข้าใจง่ายมากขึ้นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้



ภาพที่ 53 ภาพประกอบแนวทางการทางที่ 2 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการใช้ภาพประกอบที่ 2 โดยออกแบบในสไตล์ภาพ 3D โดยออกแบบให้ Character มีความน้อย Minimal และเพื่อให้ใช้งานได้ง่ายมากขึ้น ในการออกแบบมีการลดทอนภาพบางส่วน เพื่อให้ดูทันสมัย เข้าใจง่ายมากขึ้นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้



ภาพที่ 54 ภาพประกอบแนวทางการที่ 3 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการใช้ภาพประกอบที่ 3 เน้นใช้ภาพถ่ายจริงที่เน้นองค์ประกอบของการทำกิจวัตรภายในวัดที่เป็นพิธีจริง ภาพจริงเพื่อให้กลุ่มผู้ใช้งานเข้าใจได้ง่าย

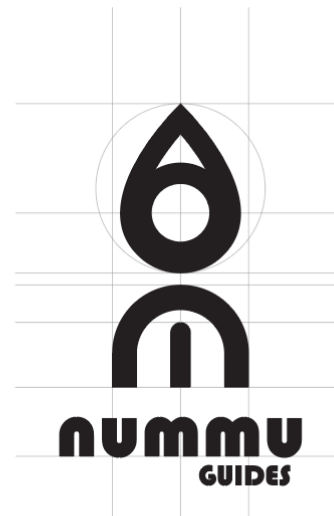
3. แนวทางการออกแบบ LOGO Design

การออกแบบโลโก้ในรูปแบบ ตัวอักษร (Wordmark หรือ Logotype) โดยใช้ชื่อของแอปพลิเคชัน โดยได้แรงบันดาลใจจากแนวคิด การนำทาง ความเชื่อ และนำสัญลักษณ์ที่สื่อถึง แสงสว่าง การนำทาง และภาพรวมการออกแบบให้สอดคล้องกับการไหว้ ขอพร สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เน้นการออกแบบที่เรียบง่าย แต่โดดเด่น เพื่อสร้างการจดจำให้ผู้ใช้งาน ได้เข้าใจถึงแนวทางหรือสื่อสารถึงแอปพลิเคชันนั้น ๆ แบ่งออกเป็นทั้งหมด 3

LOGO DESIGN

นำ=ออกหน้า/เริ่มต้น

มู (มูเตจ) = ความเชื่อ รวมถึงการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ

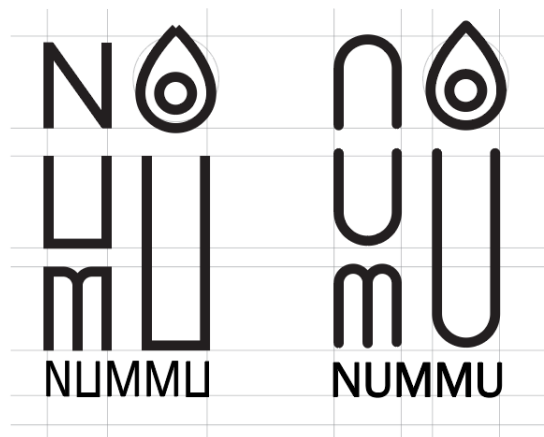


ภาพที่ 55 ภาพ LOGO แนวทางทางที่ 1 แบบที่ 1 (ปลายฝน, 2568)

LOGO DESIGN

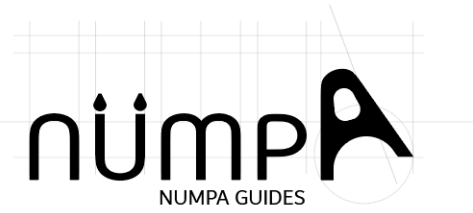
นำ=ออกหน้า/เริ่มต้น

มู (มูเตจ) = ความเชื่อ รวมถึงการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ



ภาพที่ 56 ภาพ LOGO แนวทางทางที่ 1 แบบที่ 2 (ปลายฝน, 2568)

LOGO DESIGN



ภาพที่ 57 ภาพ LOGO แนวทางทางที่ 2 (ปลายฝน, 2568)



LOGO DESIGN

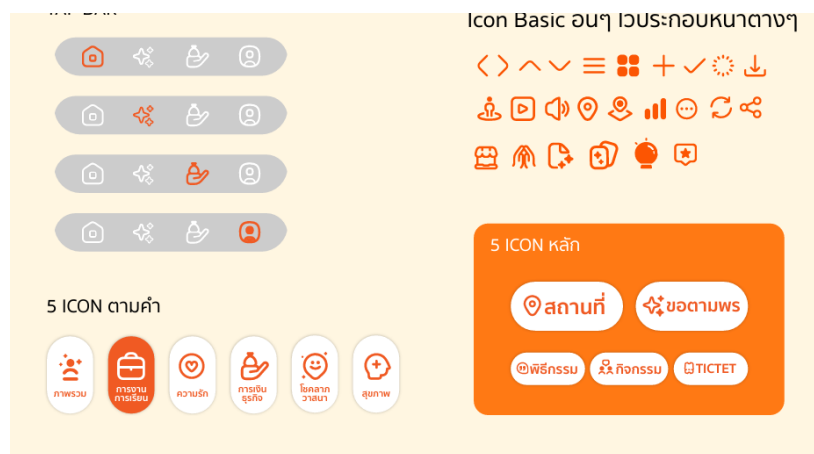
Hopeline (ความหวัง+เส้น)



ภาพที่ 58 ภาพ LOGO แนวทางทางที่ 3 (ปลายฝน, 2568)

4. แนวทางการออกแบบ Icon Design

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จึงได้แนวทางการออกแบบ Icon Design ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จากกลุ่ม Gen Y โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ที่ต้องการความเรียบง่าย สบายตา และเข้าใจง่าย สะดวกต่อการใช้งานในแง่ของการใช้ที่หลากหลาย เช่น การใช้ในสถานที่จริงกลางแจ้ง และการใช้ในสถานที่ร่ม แบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 แนวทาง



ภาพที่ 59 แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 1 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 1 ออกแบบโดยใช้สไตล์ Flat Design ที่เน้นการใช้เส้นสายในการออกแบบและลดทอนภาพให้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย และทันสมัย



ภาพที่ 60 แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 2 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 2 ออกแบบโดยใช้สไตล์ Minimalist ให้เรียบง่าย ที่เน้นการใช้ลวดทอนภาพให้มีความชัดเจนเข้าใจง่าย และทันสมัย แต่ข้อสังเกต เมื่อนำไปใช้บนแอปพลิเคชัน ให้ความรู้สึกหนัก ดูไม่สมดุลในการจัดวางองค์ประกอบบนหน้าแอปพลิเคชัน

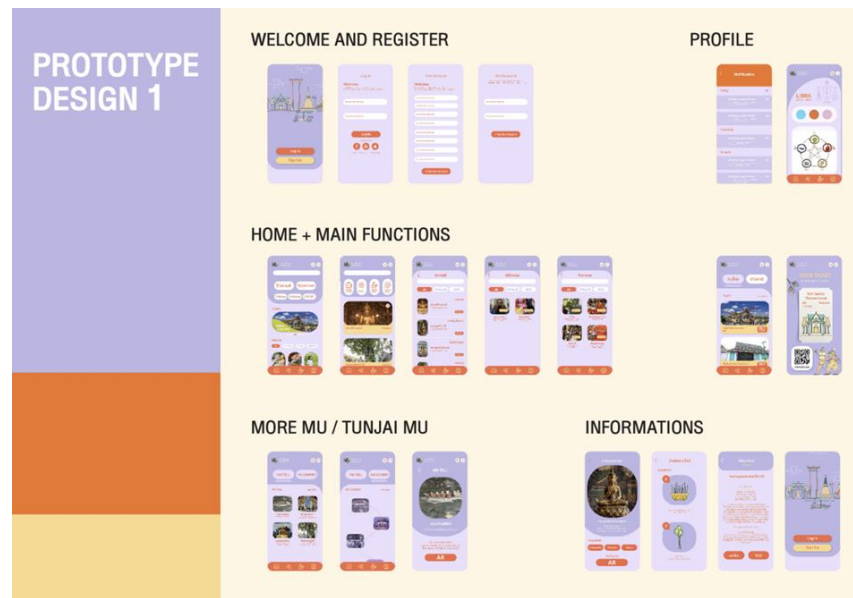


ภาพที่ 61 แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 3 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการออกแบบ Icon Design ที่ 3 ออกแบบโดยใช้สไตล์ Flat Design ที่เน้นการตัดขอบเส้นของตัวงานให้มีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้น แต่ข้อสังเกต เมื่อนำไปใช้บนแอปพลิเคชัน ให้ความรู้สึกหนัก เมื่อจัดวางกับองค์ประกอบภาพโดยรวมให้ความรู้สึกเก่า ดูไม่น่าใช้งาน

5. แนวทางการออกแบบ User Interface

การออกแบบภาพรวมของแอปพลิเคชัน ต้องการให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จากกลุ่ม Gen Y โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ภาพรวมต้องดูทันสมัย เข้าถึงง่ายและภาพลักษณ์มีความสดใสดู "เฟมินีน" (Feminine) เพราะส่วนมากกลุ่มเป้าหมายเป็นเพศหญิง ไม่ให้ความรู้สึกงมงายหรือเป็นไสยศาสตร์ ที่ต้องการความเรียบง่าย สบายตา และเข้าใจง่าย สะดวกต่อการใช้งานในแง่ของการใช้ที่หลากหลายเช่น การใช้ในสถานที่จริงกลางแจ้ง และการใช้ในสถานที่ร่ม แบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 แนวทาง



ภาพที่ 62 แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 1 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 1 การออกแบบเน้นใช้ 3 สีโทนหลักในการออกแบบโดยให้การใช้เปอร์เซ็นต์ของสีม่วงที่ 60% สีขาวที่ 30% และสีแดงที่ 10% และองค์ประกอบโดยภาพรวมบนแอปพลิเคชันเน้นการใช้รูปทรงโค้งมนเพื่อให้ดูไม่แข็งมากเกินไป เป็นมิตร และเน้นสีไอคอนเป็นสีแดงเพื่อให้มีความเด่นชัดมากขึ้น



ภาพที่ 63 แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 2 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 2 การออกแบบเน้นใช้ 4 สีโทนหลักในการออกแบบโดยให้การใช้เปอร์เซ็นต์ของสีส้มที่ 45% สีขาวที่ 25% สีชมพูที่ 10% และสีเหลือง 5% องค์ประกอบโดยภาพรวมบนแอปพลิเคชันเน้นการใช้รูปทรงโค้งมน 1 ข้าง เพื่อให้ดูไม่แข็งมากเกินไป เป็นมิตร ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้นเพื่อให้รูปแบบไม่ซ้ำเดิมไม่น่าเบื่อ



ภาพที่ 64 แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 3 (ปลายฝน, 2568)

แนวทางการออกแบบ User Interface แบบที่ 3 ใช้การออกแบบทั้งหมด 3 สีโทนหลักในการออกแบบโดยให้การใช้เปอร์เซ็นต์ของสีน้ำตาลที่ 60% สีขาวที่ 30% และสีส้มที่ 10% องค์ประกอบโดยภาพรวมบนแอปพลิเคชันเน้นการใช้รูปทรงเหลี่ยม ตัดกับเส้นขอบ เพื่อให้มีความชัดเจน ในการแบ่งโซนของเนื้อหาในแต่ละหน้าบนแอปพลิเคชัน ข้อสังเกต คือ เมื่อออกแบบให้รูปทรงมีการตัดและเหลี่ยมทำให้หน้าแอปพลิเคชันไม่น่าใช้งานดูไม่เป็นมิตร และเมื่อใช้กับโทนสีน้ำตาลทำให้ความรู้สึกดูเก่า ไม่ทันสมัย อืดอาด

6. AR Immersive Experience

ขั้นตอนของการออกแบบจะใช้งานออกแบบในรูปแบบ 3D Design เพื่อช่วยส่งเสริมให้แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ และตอบโจทย์การใช้งานในด้านการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้ใช้งานในแง่ของเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อในการนำไปพัฒนาในอนาคตและเพิ่มจุดขายให้กับการทำธุรกิจ



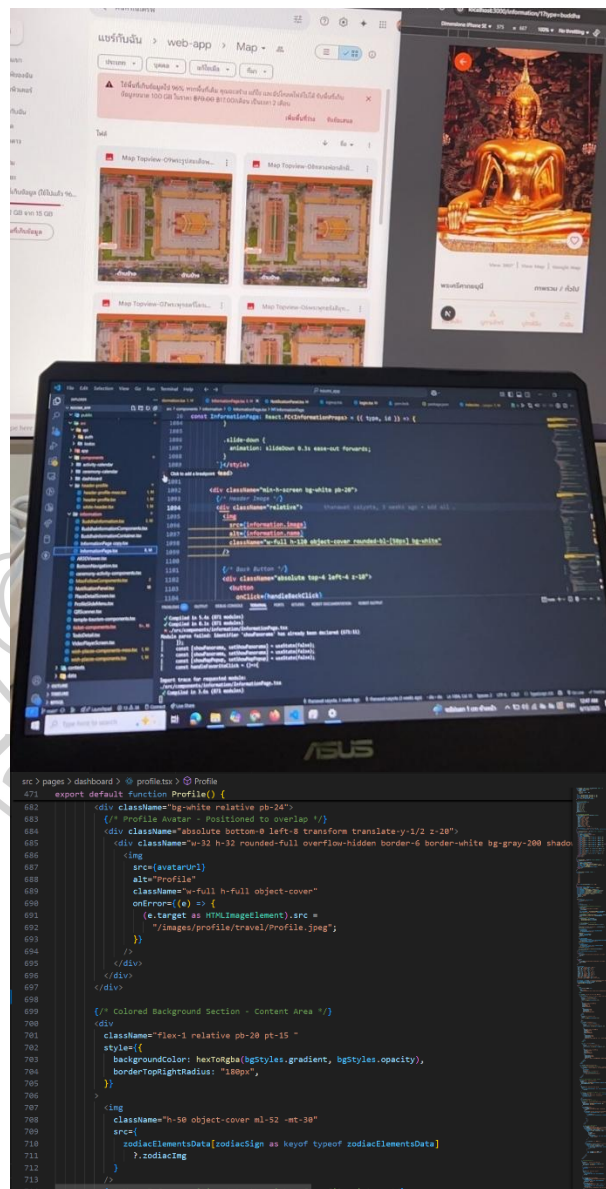
ภาพที่ 65 ขั้นตอนการสกัดภาพ Model 3D ใน AR immersive experience (ปลายฝน, 2568)



ภาพที่ 66 ขั้นตอนการออกแบบ Model 3D ใน AR immersive experience (ปลายฝน, 2568)

7. Web Application

การเขียนโค้ด Web Application นั้นเกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาและเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อสร้างโปรแกรมที่ทำงานบนเว็บเบราว์เซอร์ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นส่วนหน้าบ้าน (Front-End) และส่วนหลังบ้าน (Back-End) ได้ ส่วนหน้าบ้าน (Front-End) จะจัดการกับสิ่งที่ผู้ใช้เห็นและโต้ตอบด้วย เช่น การออกแบบหน้าตาของเว็บไซต์ การแสดงผลข้อมูล และการจัดการกับปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้



ภาพที่ 67 การเขียนโค้ด Web Application (ปลายฝน, 2568)

2.3 การเลือกแนวทางการออกแบบ

การออกแบบแอปพลิเคชันตัวต้นแบบ ถูกคัดเลือกจากสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบ ทั้งหมด 3 คนจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญให้ทิศทางในการออกแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดและคัดเลือกจากการออกแบบในแง่ของการใช้งาน ฟังก์ชัน พีเจอร์และองค์ประกอบภาพรวมบนแอปพลิเคชัน

ผศ.ดร.บุญชู บุญลิขิตศิริ

แนวทางที่ 1 และแนวทางที่ 2 สามารถนำไปต่อยอดต้นแบบได้ เพราะการจัดวางองค์ประกอบบนแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย สบายตา แต่เลือก Icon ในแนวทาง Flat Design ที่เน้นการใช้เส้นลายในการออกแบบ และภาพประกอบโดยรวมบนแอปพลิเคชันให้แบ่งสัดส่วนของการทำงานเป็น Flat Design และใช้ ภาพ 3D ในการออกแบบใน AR Immersive Experience โทนสีเลือกแนวทางที่ 1 โทนสี สีม่วงที่ 60% สีขาวที่ 30% และสีแดงที่ 10% เพราะโทนสีมีความแปลกใหม่ดูแล้วสะดุดตา น่าใช้งาน ให้ความรู้สึกถึงความมูเดิลู

ดร.อรรคพล ล้าม่วง

แนวทางที่ 2 สามารถนำไปต่อยอดต้นแบบได้ โดยให้การใช้เปอร์เซ็นต์ของสีส้มที่ 45% สีขาวที่ 25% สีชมพูที่ 10% และสีเหลือง 5% เพราะการจัดวางองค์ประกอบบนแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย สบายตา แต่เลือก Icon ในแนวทาง Flat Design เช่นกันเพราะเข้าใจง่าย ไม่หนัก ทำให้ภาพโดยรวมดูดี ที่เน้นการใช้เส้นลายในการออกแบบ และภาพประกอบโดยรวมบนแอปพลิเคชันให้แบ่งสัดส่วนของการทำงานเป็น Flat Design และใช้ ภาพ 3D ในการออกแบบใน AR Immersive Experience ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ให้จัดลำดับความสำคัญของพีเจอร์ปุ่มในหน้า Home และให้ปรับค่าน้ำหนักของโทนสีที่ใช้ให้สดสว่างมากขึ้น

ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตน

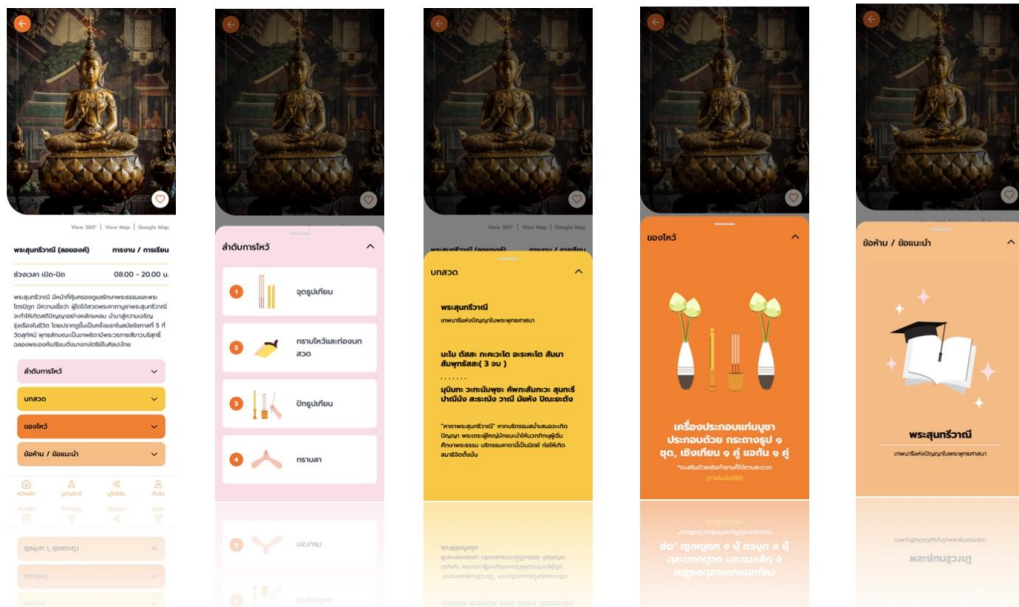
แนวทางที่ 2 สามารถนำไปต่อยอดต้นแบบได้ โดยให้การใช้เปอร์เซ็นต์ของสีส้มที่ 45% สีขาวที่ 25% สีชมพูที่ 10% และสีเหลือง 5% เพราะการจัดวางองค์ประกอบบนแอปพลิเคชันมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย สบายตา แต่เลือก Icon ในแนวทาง Flat Design เช่นกันเพราะเข้าใจง่าย ไม่หนัก ทำให้ภาพโดยรวมดูดี ที่เน้นการใช้เส้นลายในการออกแบบ และภาพประกอบโดยรวมบนแอปพลิเคชันให้แบ่งสัดส่วนของการทำงานเป็น Flat Design และใช้ ภาพ 3D ในการออกแบบใน AR Immersive Experience ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ การใช้เทคโนโลยี AR immersive experience ด้วยการ QR Code ในการแสดงผลของภาพเพื่อลดต้นทุนและสะดวกต่อการใช้งาน และแนะนำให้เป็นการทำต้นแบบเป็นแอปพลิเคชันให้เป็นการออกแบบเป็น Wab App ในการออกแบบตัวต้นแบบเพราะไม่ยุ่งยาก และง่ายต่อการทดสอบ

3. ผลลัพธ์การออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร

โดยผู้เชี่ยวชาญเลือกแนวทางการออกแบบที่ 2 จาก 3 ใน 2 คน เพื่อนำมาพัฒนาต่อ โดยให้เหตุผลของเรื่องความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิงที่ใช้งาน Content และการออกแบบ UI Design บนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมูในกรุงเทพมหานคร ได้สร้างสรรค์จากการพบเจอปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จากกลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ส่วนมากเป็นเพศหญิง โดยมีการวิเคราะห์ถึงมีลักษณะและพฤติกรรม จึงต้องการออกแบบฟีเจอร์และฟังก์ชันการใช้งานบนแอปพลิเคชันให้ตอบโจทย์และเหมาะสม จากการวิเคราะห์และทบทวนวรรณกรรม ได้ทำการออกแบบโดยแบ่งออกเป็น 5 ฟีเจอร์หลัก ดังนี้

1. การให้ข้อมูลของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์

การออกแบบให้ฟีเจอร์ตอบสนองความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลที่ครบ จบในที่เดียว เน้นการใช้งานที่สะดวก สั้นได้ใจความเข้าถึงได้ จึงได้ออกแบบโดยการจำแนกหมวดประเภทของข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลสถานที่ ของไหว้ บทสวด ข้อแนะนำ-ข้อห้าม



ภาพที่ 68 ข้อมูลของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ (ปลายฝน, 2568)

2. การให้ข้อมูลเชิงลึก โดยใช้ AR Immersive Experience

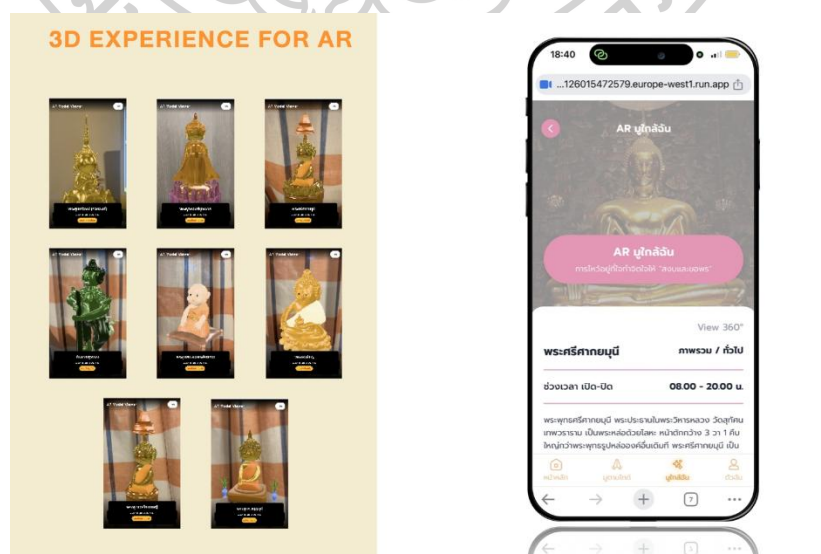
การนำเทคโนโลยี AR Immersive Experience เข้ามาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ให้ผู้ใช้งาน ได้สัมผัสข้อมูลที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน ด้วยการออกแบบให้พีเจอร์โดยการเล่าเรื่องราวเชิงลึกของวัด หรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ผ่านการเล่าเรื่องด้วย Video Motion Graphic



ภาพที่ 69 ข้อมูลเชิงลึก โดยใช้ AR immersive experience (ปลายฝน, 2568)

3. การออกแบบพีเจอร์ภาพ 3D โดยใช้ AR Immersive Experience

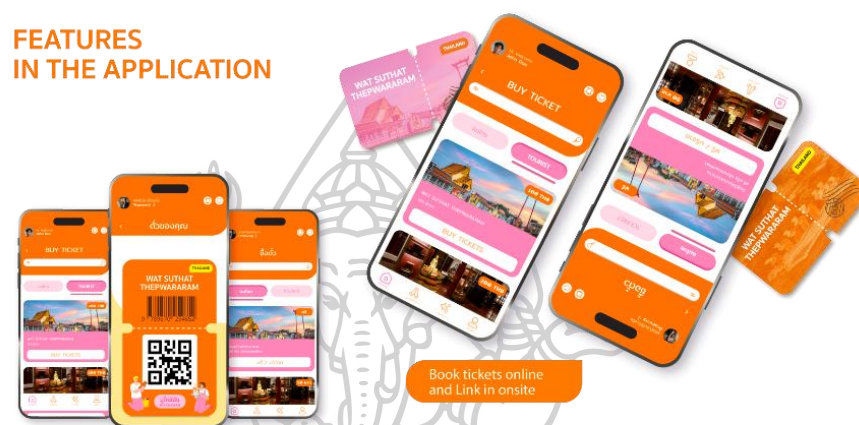
การนำเทคโนโลยี AR Immersive Experience เข้ามาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ให้ผู้ใช้งาน ได้สัมผัสข้อมูลที่มีปฏิสัมพันธ์กับ โดยการออกแบบพีเจอร์เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของสายมูแบบเร่งด่วน โดยการเพิ่มพีเจอร์ “มูใกล้ฉัน” เป็น 3D Model โดยเล่นผ่าน AR Immersive



ภาพที่ 70 ข้อมูลเชิงลึก โดยใช้ AR Immersive Experience (ปลายฝน, 2568)

4. การเลือกซื้อตั๋วออนไลน์

ในการไปสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ จะมีค่าเข้าชม โดยเฉพาะชาวต่างชาติ จึงมองเห็นการเติบโตและพัฒนาพีเจอาร์การซื้อตั๋วออนไลน์เพื่อลดความแออัดและเพิ่มความสะดวกต่อกลุ่มผู้ใช้งาน ตลอดจนการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยในภาคหน้า โดยการเพิ่มฟังก์ชันให้สามารถบริจาคเงินตามศรัทธาจากการเล่นเกมหรือการสะสมตัวที่ระลึกแลกของ เพื่อเป็นการสร้าง Achievement



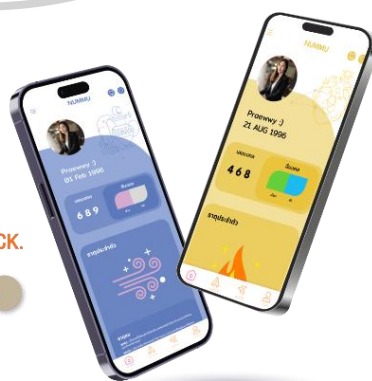
ภาพที่ 71 ข้อมูลการเลือกซื้อตั๋วออนไลน์ (ปลายฝน, 2568)

5. การจัดเก็บข้อมูลส่วนตัวโดยอิงจากสีมงคล

เป็นพีเจอาร์ที่ออกแบบมาให้ตอบรับกับสายมูเตลู ให้เกิดความรู้สึกพิเศษต่อการใช้งาน จึงได้ออกแบบพีเจอาร์ที่จะเปลี่ยนสีและภาพไอคอน จากการคำนวณสีประจำราศีและการเสริมสิ่งมงคล เพื่อให้ตอบโจทยกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความสะดวกและครบจบเรื่องของข้อมูล การไหว้ และสายมูในที่เดียว

FEATURES IN THE APPLICATION

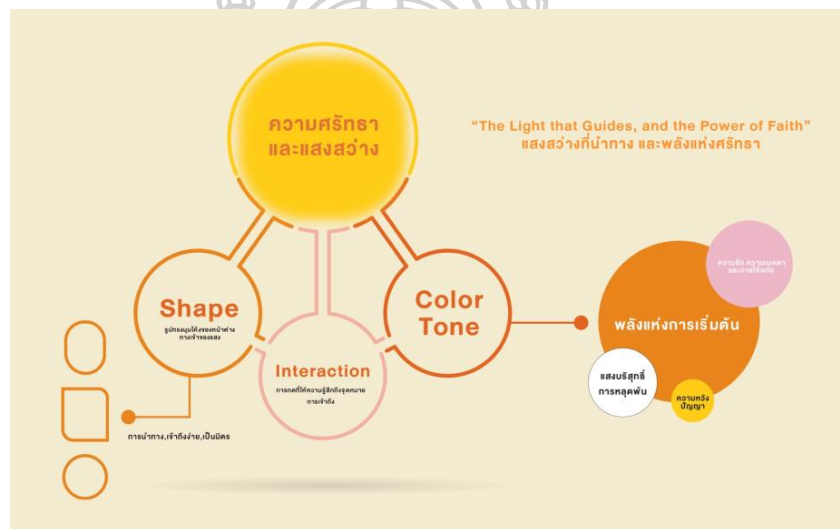
CHANGE THE BACKGROUND TO MATCH YOUR BIRTH MONTH LUCK.



ภาพที่ 72 ข้อมูลส่วนตัวโดยอิงจากสีมงคล (ปลายฝน, 2568)

3.1 การออกแบบภาพลักษณ์แอปพลิเคชัน

ภาพรวมของการออกแบบ User Interface Design (UI) ด้วยการใช้รูปทรงโค้งมน (Curved Shapes) เป็นส่วนใหญ่ช่วยให้เส้นโค้งและเส้นตรงช่วยนำสายตาให้ความรู้สึกถึงความปลอดภัยเป็นมิตร และการออกแบบให้รูปทรงมนโค้งให้สอดคล้องกับเส้นตรงสื่อถึงการนำทาง เน้นการออกแบบโดยใช้โทนสีส้มและสีขาวที่ได้แนวคิดจาก “แสงสว่างและความศรัทธา” จากบริบทความเชื่อจากอดีตแสวงใช้ในพิธีกรรมและสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงการเชื่อมโยงกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และการฟื้นฟูจิตใจสู่ปัจจุบัน สู่ยุคปัจจุบันที่มีการตีความแสงในเชิงเหตุผลและหลักจิตวิทยาเพื่อสร้างประสบการณ์ในแง่ของความสบายใจและพลังงานในเชิงบวกและการเพิ่มสีชมพูเพื่อให้ความรู้สึกสบาย เมตตา ในที่นี้สื่อถึงความเป็นผู้หญิงของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้



ภาพที่ 73 แนวคิดหลักการออกแบบ (ปลายฝน, 2568)



ภาพที่ 74 ภาพรวมของแอปพลิเคชัน (ปลายฝน, 2568)

3.2 การออกแบบ LOGO ที่ใช้ร่วมบนแอปพลิเคชัน

การออกแบบ LOGO ได้แนวทางการออกแบบจากแนวคิด “การนำทาง และความศรัทธา” โดยที่ นำ คือ การนำทาง / เริ่มต้น ชื่อ Nummu มีความหมายว่า การนำทางไปในสถานที่แห่งความศรัทธา โดยคำว่า มู นั้นเป็นที่นิยมในปัจจุบัน จึงนำมาใช้ให้เกิดความน่าสนใจและเป็นที่ยึดจำ การออกแบบให้รูปทรงคล้าย และหมุดของการนำทาง เพลวเทียน เพื่อสื่อถึงความศักดิ์สิทธิ์และความส่องนำทาง และออกแบบให้ตัวอักษรมีความสูงเพรียวและเรียบง่าย ทำให้ดู สื่อถึงความทันสมัย, จริงจัง และเชื่อถือได้ โทนสีส้ม ที่สื่อถึง พระพุทธศาสนา ศรัทธา แสงสว่าง และความอบอุ่น ทั้งยังให้ความรู้สึกเป็นมิตร จริงใจและมีพลังบวก

นำ=ออกหน้า/เริ่มต้น

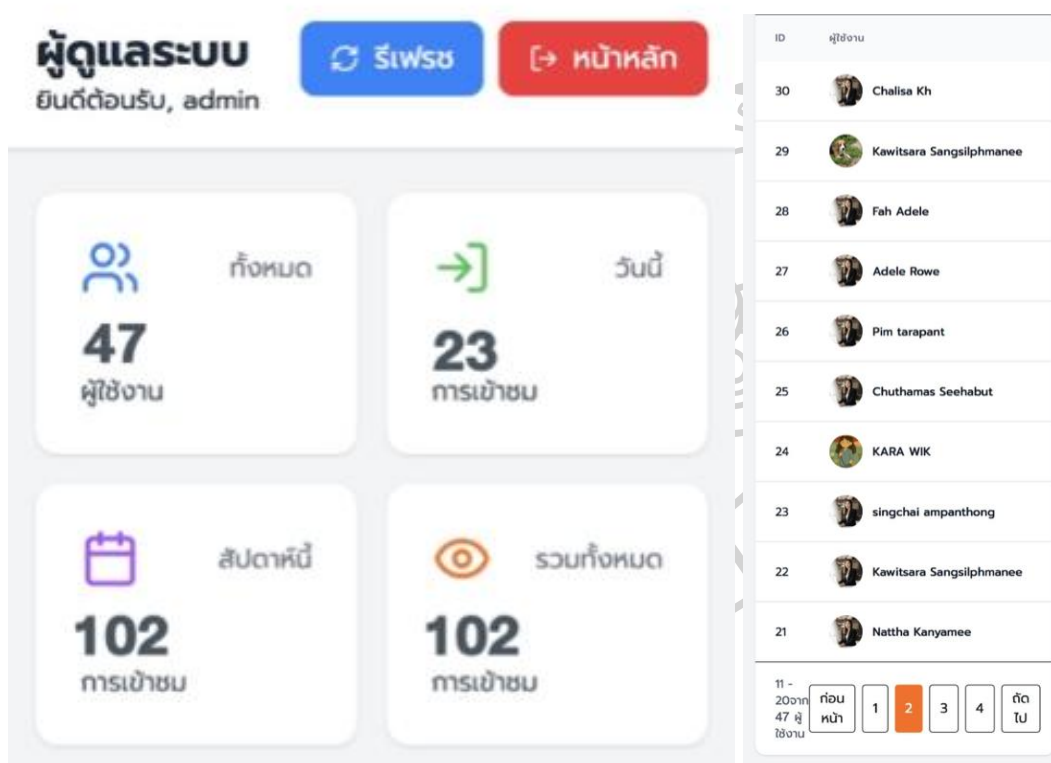
มู (มูตลฺ) =ความเชื่อ รวมถึงการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ



ภาพที่ 75 LOGO Nummu (ปลายฝน, 2568)

3.3 ทดสอบและเผยแพร่งานวิจัย

ผู้วิจัยมีโอกาสนำตัวต้นแบบ (Prototype) จัดแสดงนิทรรศการ Mummu นำใจ นำทางไปให้ใจ เป็นสุข เป็นการนำเสนอและทดสอบผลงานในหัวข้อ “แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ใน กรุงเทพมหานคร” สถานที่วัดสุทัศนเทพวราราม ราชวรมหาวิหาร โดยการทดสอบครั้งนี้เป็นการทดสอบการใช้งานจริงของแอปพลิเคชัน ในรูปแบบตัวต้นแบบของ Web App ที่ใช้ในขอบเขตสถานที่จริง เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้จากการลงพื้นที่จากกลุ่มเป้าหมาย Gen Y เพศหญิง ช่วงอายุ 27-42 ปี และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มผู้ใช้งานใน Generations อื่น ๆ ที่มีความสนใจและมีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับการไหว้พระ ขอพรและมูเตลู ทั้งหมด 30 คน เพื่อนำกลับไปปรับปรุง พัฒนาเทคโนโลยีและแอปพลิเคชัน เพื่อให้ตอบโจทย์การใช้งานของกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพสูงที่สุด

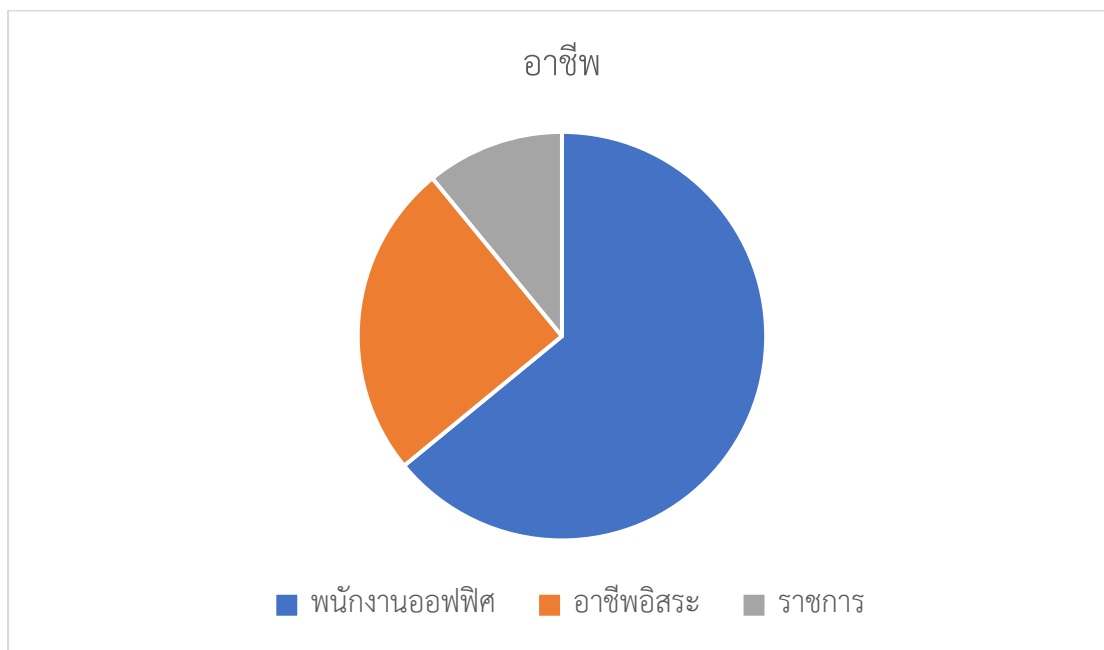


ภาพที่ 76 ผลทดสอบการใช้งานระบบแอปพลิเคชัน (ปลายฝน, 2568)

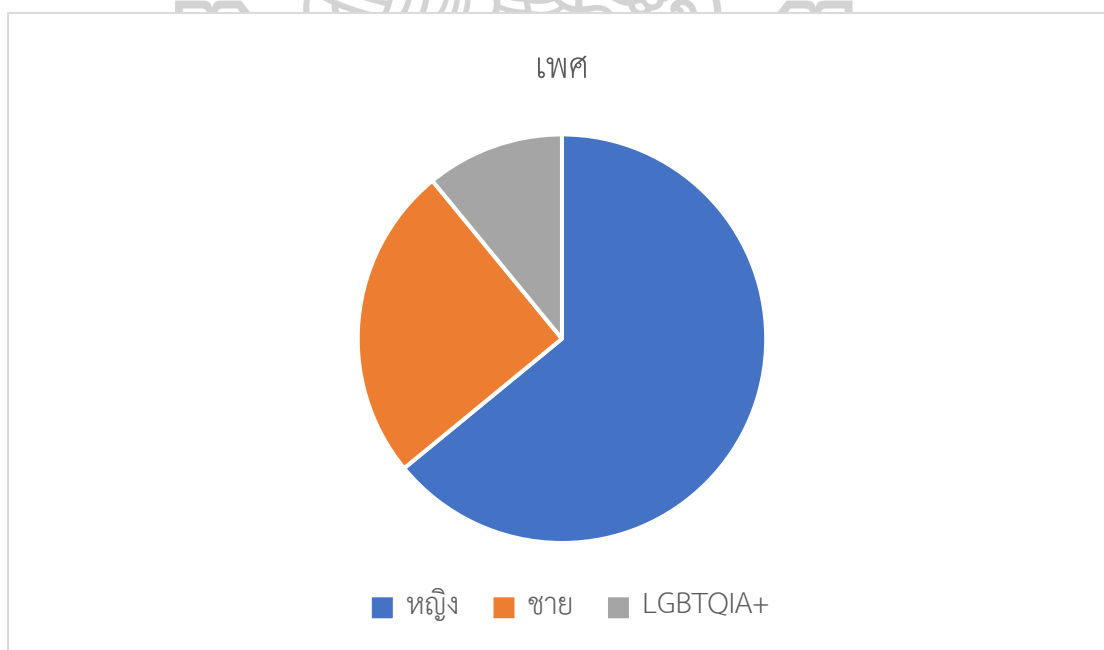
จากการเก็บข้อมูลการใช้งานของผู้ใช้แอปพลิเคชันสายมูในการทดสอบพบว่า มีเข้าผู้ใช้งานทั้งหมด 47 คน มีการเข้าใช้งานรวม 102 ครั้งในหนึ่งสัปดาห์ โดยเฉลี่ยผู้ใช้แต่ละคนใช้งานประมาณ 2.17 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีอัตราการกลับมาใช้งานรายวัน (DAU) อยู่ที่ 48.94% ซึ่งถือเป็นระดับ Engagement ที่อยู่ในเกณฑ์สูง แสดงให้เห็นถึงความสนใจและความสม่ำเสมอในการเข้าถึงฟีเจอร์หรือเนื้อหาของแอป โดยเฉพาะในวันที่มีการเข้าใช้งานสูงคิดเป็น 22.55%

ผลสรุปข้อเสนอแนะ

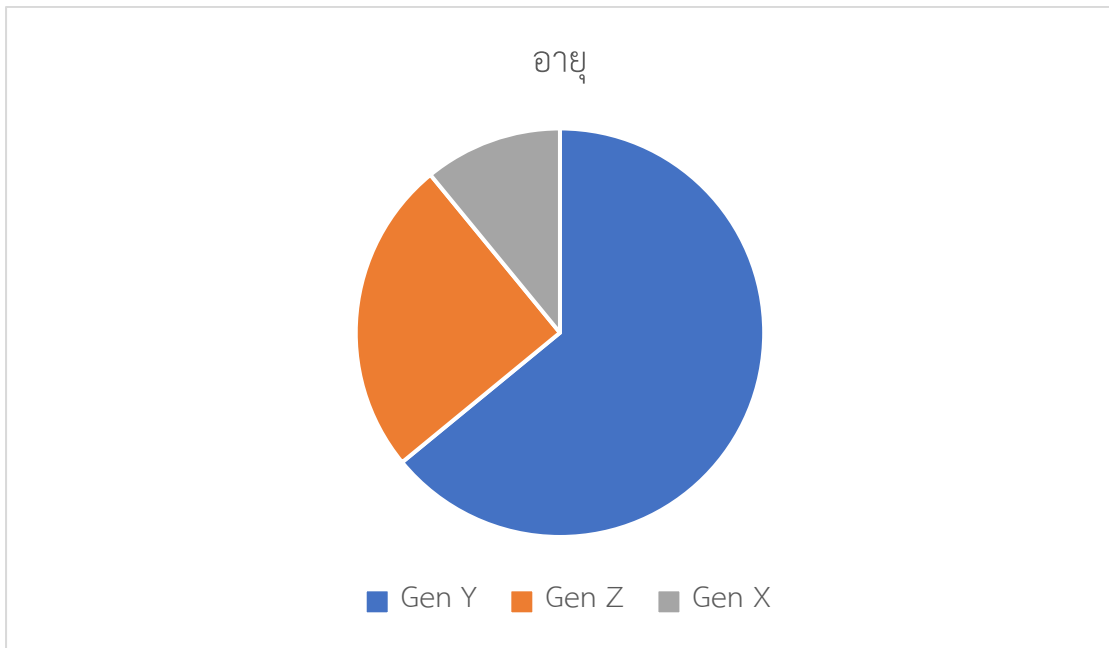
จากการทดสอบการใช้งานจากกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 47 คน จากการทดสอบการใช้แอปพลิเคชันการไหว้พระ ขอพรและมูเตลู ได้ข้อสรุปดังนี้



ภาพที่ 77 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง อาชีพ (ปลายฝน, 2568)

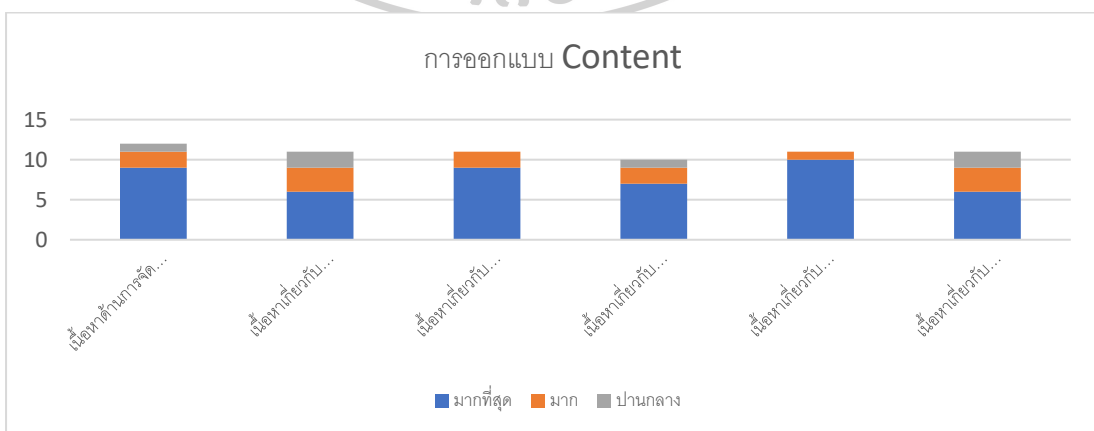


ภาพที่ 78 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง เพศ (ปลายฝน, 2568)

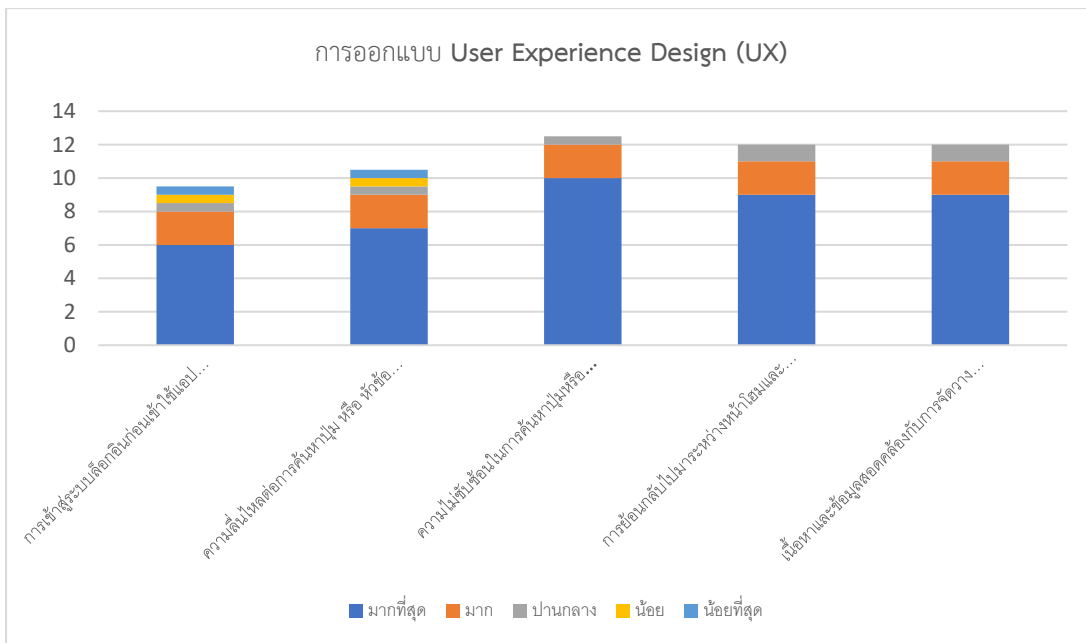


ภาพที่ 71 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง อายุ (ปลายฝน, 2568)

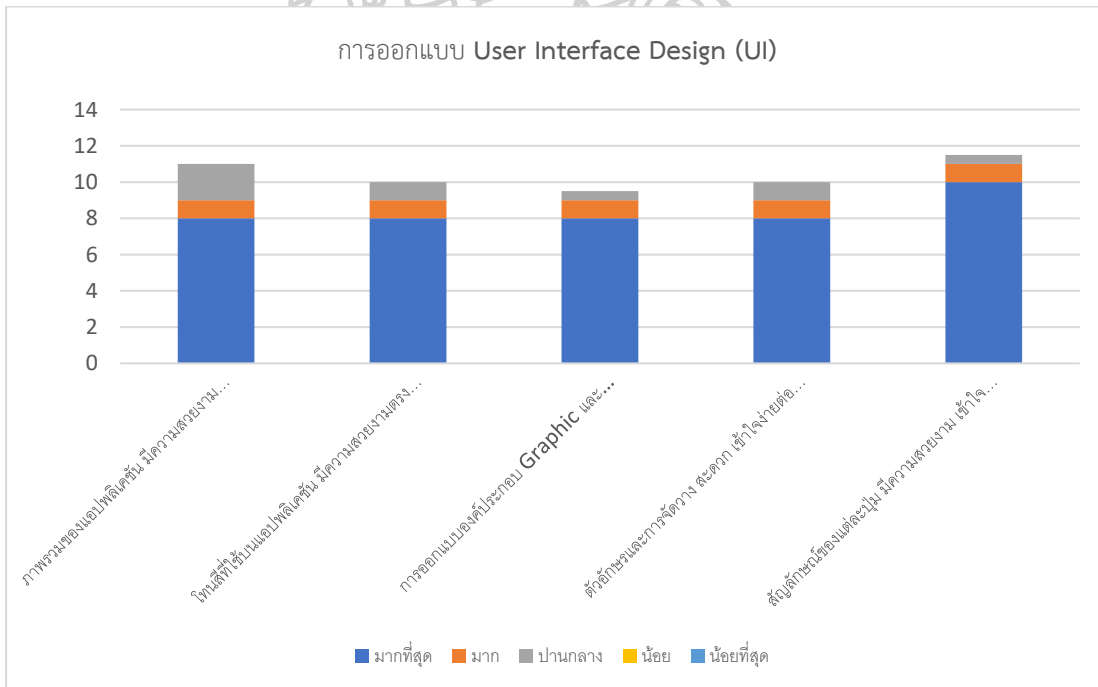
สรุปข้อมูล อาชีพที่พบเจอในการทดสอบแอปพลิเคชันส่วนใหญ่เป็นพนักงานออฟฟิศ รองลงมา เป็นอาชีพอิสระ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ ค้าขาย เป็นต้น ในสายงานต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่ผู้ที่เข้ามาในสถานที่ศึกษามีส่วนมากเป็นเพศหญิง และเพศชายรองลงมา และช่วงอายุที่พบเจอและมีความสนใจในการทดสอบแอปพลิเคชัน อยู่ใน Gen Y ช่วงอายุ 27-42 ปี และได้รับความสนใจจากกลุ่มคน Gen Z ช่วงอายุ 11-26 ปี



ภาพที่ 72 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง การออกแบบ Content (ปลายฝน, 2568)



ภาพที่ 79 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง การออกแบบ User Experience Design (UX) (ปลายฝน, 2568)



ภาพที่ 80 ผลสรุปจากแบบสอบถามเรื่อง การออกแบบ User Interface Design (UI) (ปลายฝน, 2568)

3.4 ผลสรุปการทำแบบสอบถาม

รายการ	ข้อดี	ข้อเสีย
ความคิดเห็นหลังการใช้งาน	- ใช้งานง่าย สัญลักษณ์เข้าใจง่าย ออกแบบน่าใช้ - ข้อมูลครอบคลุม กระชับ อ่านง่าย	- Login ยาก, นาน - ข้อมูลบางอย่างโหลดช้า เช่น 3D
หากตัวต้นแบบแอปพลิเคชันนี้ถูกพัฒนาเป็น Start up ในอนาคต	- เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวให้เพิ่มบางฟีเจอร์ - สนับสนุนให้ต่อยอด เพราะใช้งานได้จริง โดยเฉพาะช่วงเวลาคนเยอะ ทำให้มองไม่เห็นบทสวด	- ต้องการทุนในการสนับสนุนค่อนข้างเยอะ
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	- แอปสวย น่าใช้งาน อยากให้เพิ่มฟังก์ชันการดูดวง หรือการเข้าพระ - อยากให้เพิ่ม Map สำหรับการเดินทางสาธารณะ เพื่อให้ศึกษาก่อนออกจากบ้าน	- แอปอาจจะไม่ค่อยเสถียรเท่าไร แต่โดยรวมดี - แอปบางส่วนมี Error - ต้องการให้มี Map บอกทาง

ตารางที่ 9 ตารางผลสรุปแบบสอบถามของผู้ที่ทดสอบแอปพลิเคชัน

สรุปข้อมูลภาพรวมจากแผนภูมิข้างต้นและตารางความคิดเห็น การออกแบบในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการออกแบบ Content , ด้านการออกแบบ User Experience Design (UX) และด้านการออกแบบ User Interface Design (UI) ในการทดสอบแอปพลิเคชันส่วนใหญ่ผู้ทดสอบมีความคิดเห็นในเชิงบวก ในแง่ของการใช้งานด้านต่าง ๆ การออกแบบเนื้อหา โดยการจำแนกข้อมูล และการทำให้ข้อมูลเข้าถึงง่าย กระชับ ในเรื่องของการเข้าสู่ระบบภาพโดยรวมมีการประเมินถึงการเข้าใช้งานสะดวก ไม่สับสนในการใช้งานแต่ละฟีเจอร์บนแอปพลิเคชัน แต่บางฟีเจอร์ไม่เสถียร แต่โดยรวมดี สุดท้ายภาพลักษณ์ภาพรวมของการออกแบบ มีการประเมินให้แอปพลิเคชันมีการออกแบบสวยงาม มีแนวทางที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย ไม่สับสนในการกดปุ่มหรือสัญลักษณ์บนแอปพลิเคชัน

3.5 ผลสรุปการทำแบบสังเกต

การสังเกตจากการทดสอบการใช้งานจากกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 47 คน จากการทดสอบการใช้แอปพลิเคชัน การไหว้พระ ขอมพรและมุเตลู เพื่อสังเกตถึงพฤติกรรมในขณะที่ใช้งานของผู้ทดสอบ

โดยเป็นการสรุปภาพรวมของการสังเกต สรุปข้อมูลเป็นตารางได้ดังนี้

แนวประเด็นข้อสังเกต	ผลการสังเกต
1. ความร่วมมือในการเข้าการทดสอบแอปพลิเคชัน	ส่วนมากกลุ่มคนที่สนใจ หรือมีความสงสัย ให้ความร่วมมือดีมาก
2. วิธีการใช้เครื่องมือ	ลองกดไปเรื่อย ๆ ทำความเข้าใจให้ด้านข้อมูล
3. ลักษณะการใช้งานหรือวิธีการกระทำบนหน้าแอปพลิเคชัน	กดย้อนกลับไปมา ไม่สะดวก แต่มีสงสัยของบางฟีเจอร์ เช่น มูโกไลชั่น หรือ มูตามไคด์
4. ลักษณะภาษากายขณะทดสอบแอปพลิเคชัน	ในช่วงแรกอาจดูนิ่งและงง เพราะไม่เคยใช้งานและส่วนมากตื่นเต้น หลักจากเข้าใจในแอปพลิเคชัน
5. สีหน้าและอารมณ์ขณะทดสอบแอปพลิเคชัน	ดูเหนื่อยเพราะอากาศร้อน แต่ยิ้มแย้ม พุดคุยดีหลักจากลองใช้เสร็จ (ทิ้ง อ้าปาก หัวเราะกับฟีเจอร์มูโกไลชั่น)
6. ข้อสังเกตเพิ่มเติมสำหรับผู้วิจัย	ผู้ทดสอบ ชอบให้ฟีเจอร์ AR 3D และ Motion มีบ้างที่ตกใจ AR 3D แต่เข้าใจถึงจุดประสงค์และแง่ของการใช้งาน

ตารางที่ 10 ตารางผลสรุปการทำแบบสังเกตผู้ที่ทดสอบแอปพลิเคชัน

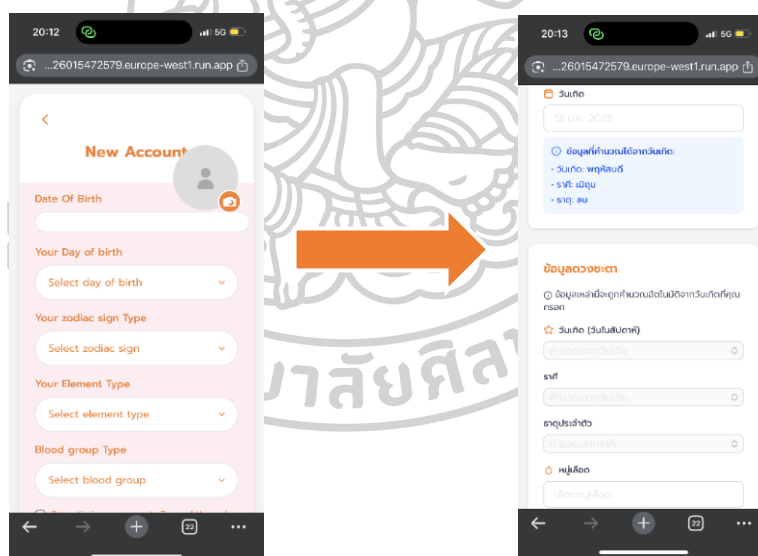
โดยสรุปแล้วจากการสังเกตผู้ทดสอบ มีปฏิกริยา สีหน้า ท่าทางการแสดงออกในแง่ของการใช้งานคือ มีคนเข้ามาสนใจแต่พอเริ่มทดสอบมีอาการนิ่ง สีหน้าดูร้อน เมื่อเข้าใจการใช้งานบนแอปพลิเคชัน สีหน้าท่าทางเริ่มแสดงเปลี่ยนไป มีการพุดคุย สอบถาม แสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น ดูสนุกและมีความชอบเกี่ยวกับแอปพลิเคชันนี้เพิ่มมากขึ้น

3.6 ปรับปรุงต้นแบบ

หลังจากออกแบบต้นแบบ (Prototype) จึงได้นำไปทดสอบที่วัดสุทัศนเทพวราราม ราชวรมหาวิหาร โดยการทดสอบครั้งนี้เป็นการทดสอบการใช้งานจริงของแอปพลิเคชัน ในรูปแบบต้นแบบของ Web App ที่ใช้ในขอบเขตสถานที่จริง เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้จากการลงพื้นที่จากกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 30 คน เก็บผลทดสอบจริงได้ 47 คน เพื่อนำกลับมาปรับปรุง พัฒนาเทคโนโลยี และแอปพลิเคชัน เพื่อให้ตอบโจทย์การใช้งานของกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จากการทดสอบ เก็บรวบรวมแบบสอบถามและสังเกตพฤติกรรม ได้ปรับแก้และมีข้อสรุป ดังนี้

1. การปรับปรุงในส่วนของการ Login ที่มีความยากและซ้ำ

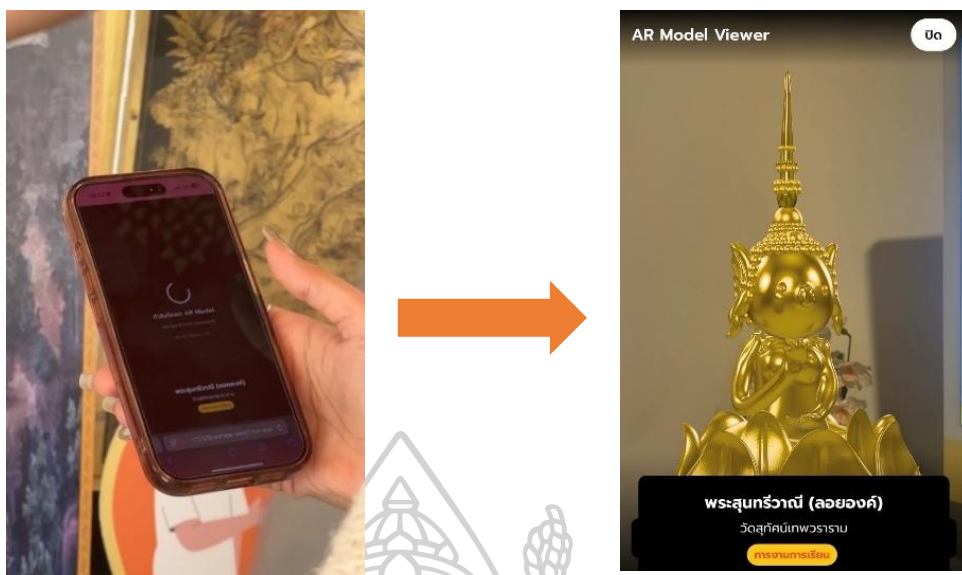
การ Login เดิมมีการให้กรอกข้อมูลในส่วนของราศีเกิด ชาติ และวันที่เกิด ทำให้มีความยุ่งยากให้การเข้าใช้งานในครั้งแรก มีการปรับแก้โดยให้ระบบรับข้อมูลจากการในวัน/เดือน/ปีเกิดเท่านั้น หากล็อกอินผ่าน Google สามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวได้ภายหลัง เพื่อให้ผู้ใช้งานได้ใช้ฟีเจอร์ Profile สีสำเนาจากราศีที่เกิดเพื่อเสริมดวงชะตา



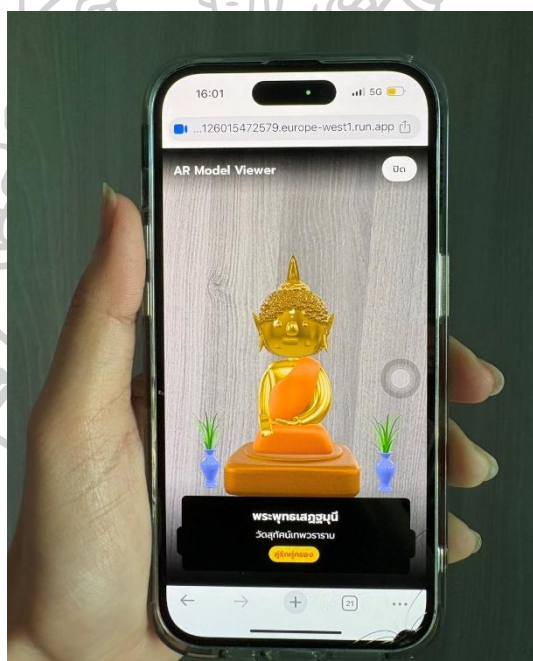
ภาพที่ 81 การปรับปรุงในส่วนของการ Login (ปลายฝน, 2568)

2. การแสดงผล AR Immersive Experience ในส่วนของ 3D ที่มีความซ้ำและไม่เสถียร

มีการปรับขนาดไฟล์ 3D ให้มีขนาดที่เล็กลง โดยการลดความละเอียดของไฟล์ 3D ให้เหมาะสมกับการเปิดบน Web App มากที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระบบปฏิบัติการและความเร็วของอินเทอร์เน็ตของโทรศัพท์มือถืออีกด้วย



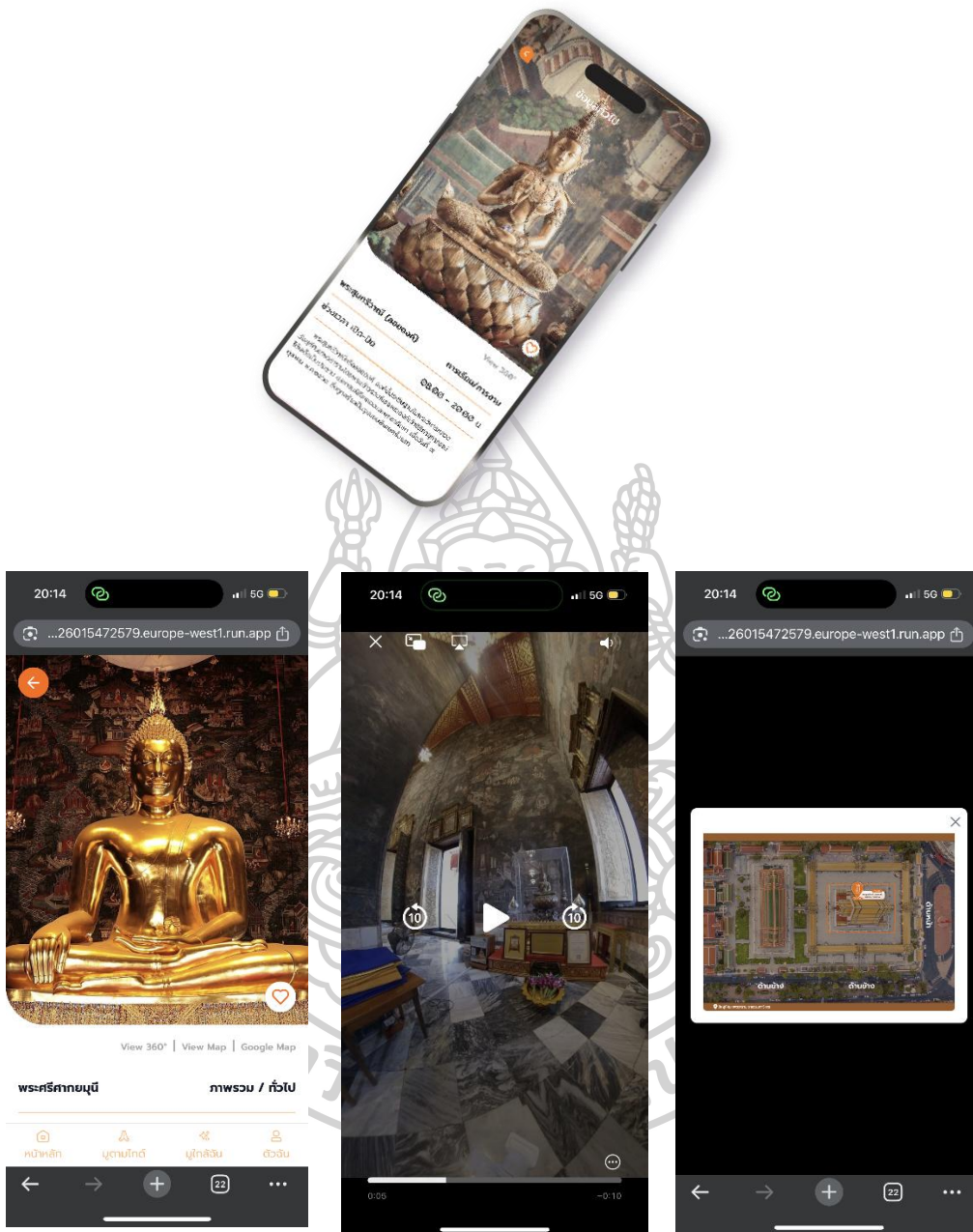
ภาพที่ 82 การแสดงผลภาพ 3D ในรูปแบบ AR (ปลายฝน, 2568)



ภาพที่ 83 การแสดงผลภาพ 3D ในรูปแบบ AR บนมือถือจริง (ปลายฝน, 2568)

3. การแสดงข้อมูลแผนที่การนำทาง

การออกแบบเดิมมีข้อมูลวิดีโอ 360 องศา และได้ปรับปรุงโดยการออกแบบการนำทางเพิ่มเติม โดยมี 2 วิธีการได้แก่ แผนที่ภาพแสดงจุดของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์นั้น ๆ และเพิ่ม Google Map แบบ ละติจูด-ลองจิจูด พิกัดที่ใกล้เคียงหรือบริเวณรอบ ๆ

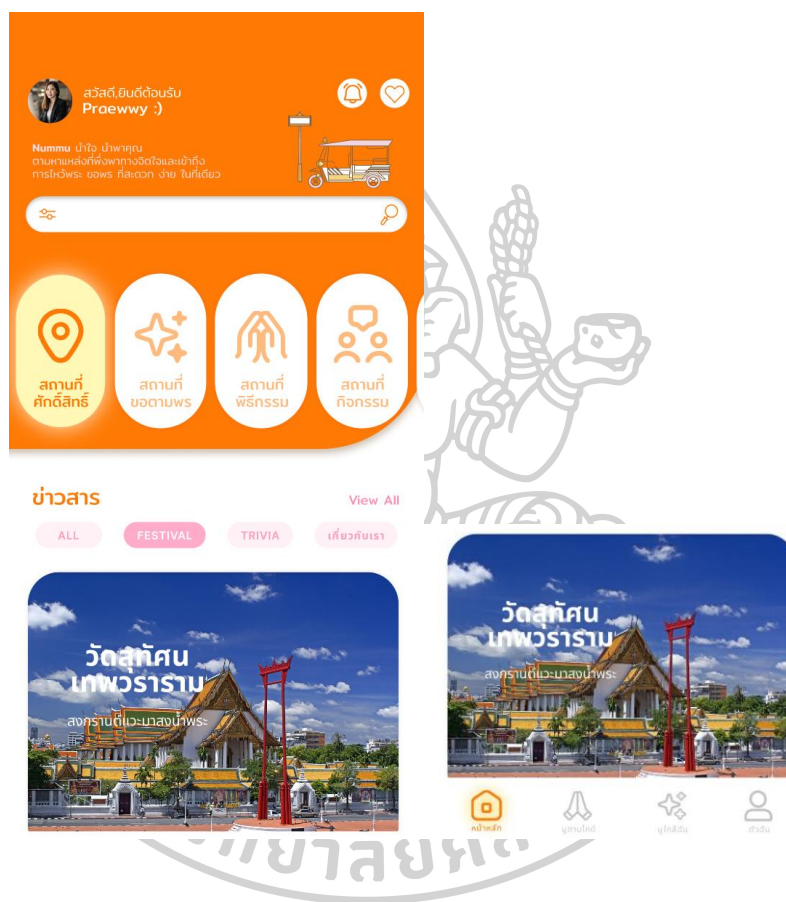


ภาพที่ 84 การแนะนำเส้นทาง (ปลายฝน, 2568)

4. การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเพิ่มเชิงปฏิสัมพันธ์

ได้รับความคิดเห็นในด้านการออกแบบโดยการนำแนวความคิดจากการออกแบบภาพลักษณ์ในของแอปพลิเคชัน โดยใช้แนวความคิดเกี่ยวกับ แสงสว่าง ความเชื่อและความศรัทธา มาสร้างประสบการณ์ร่วมโดยการออกแบบให้มีองค์ประกอบที่สื่อเรื่องราว ของความศรัทธา การชี้แนะโดยการ

ใช้ “แสงสว่าง” มาออกแบบกราฟิกดีไซน์ให้รูปทรงล้อเลียนกับช่องแสงและใช้โทนสีเพื่อสื่อถึงความสดใส สว่าง ให้สอดคล้องกับฟีเจอร์บนหน้าแอปพลิเคชันในการสร้างปฏิสัมพันธ์ในขณะที่ผู้ใช้งานกด เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกถึงการชื่นำ แนวทางการแก้ไขปัญหา ความดับทุกข์ และหาทางออกข้อปัญหาทางจิตใจของผู้ใช้งาน



ภาพที่ 85 การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) (ปลายฝน, 2568)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุป

“แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมุ่งเน้นการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ เพื่อช่วยแก้ปัญหา Painpoint ความต้องการของผู้ใช้งานที่เกิดจากประสบการณ์ในการเดินทางไปไหว้พระขอพรในสถานที่จริง เช่น ความไม่สะดวกในการไหว้ หรือเกิดความสับสนในทำพิธีกรรม วิธีการต่าง ๆ ในแต่ละสถานที่และความต้องการทางด้านจิตใจด้วยการแนะนำหนทางและวิธีการในด้านความเชื่อของการไหว้พระ ขอพรและมูเตลู โดยหากมองที่กลุ่มเป้าหมายที่พบโดยทั่วไปส่วนมากที่ปัจจุบันนิยมและเดินทางไปไหว้พระในสถานที่ศักดิ์ต่าง ๆ คือกลุ่มคน Gen Y ที่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตและความต้องการในด้านการไปไหว้พระขอพร และมูเตลูโดยเน้นไปในสถานที่จริงและไม่มียศความรู้ทั่วไป ในการเข้าถึงพิธีกรรม วิธีการต่าง ๆ ในสถานที่ศักดิ์นั้น ๆ จึงได้ทำการรวบรวม สอบถามความคิดเห็นและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบ จึงได้ข้อสรุปผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จึงนำต้นแบบไปทดสอบและสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้ที่ให้ความสนใจและได้รับผลตอบรับจากผู้ที่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการปรับปรุงและพัฒนาต้นแบบในแง่ของธุรกิจการท่องเที่ยวหรือการทำประโยชน์ในเชิงสังคม ผู้วิจัยจึงได้ข้อสรุปในการนำไปปรับปรุงและพัฒนา เนื้อหา ระบบ รวมถึงการแก้ไขปัญหาของผู้ใช้งาน โดยมีผลการศึกษาดังนี้

1. ผลจากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การไหว้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาในแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร ควรต้องอาศัยหลักการวิจัยเพื่อออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Research) เพื่อค้นหาแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบที่เกิดจากปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งาน เข้าถึงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้อย่างแท้จริง โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของข้อมูลที่มีความเที่ยงตรง เข้าใจถึงความต้องการและปัญหาที่แท้จริงของผู้ใช้งาน ผู้การใช้กระบวนการสร้างสรรค์ในการออกแบบผลงานและตัวต้นแบบผลงาน จึงต้องเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้งาน จึงได้ทำการศึกษาทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์และทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ เพื่อช่วยส่งเสริมให้การวิเคราะห์ความต้องการและปัญหามีความเป็นกลางสู่การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งาน ผู้การใช้กระบวนการสร้างสรรค์ในการออกแบบผลงานและตัวต้นแบบได้อย่างรอบด้าน ทั้งในมิติของความจำเป็นพื้นฐาน (Physiological, Safety) ด้านสังคม (Love and Belonging, Esteem) ไปจนถึงความสมบูรณ์สูงสุด (Self - Actualization) อีกทั้งยังสามารถตอบสนองแรงจูงใจของผู้ใช้ ทั้ง Id, Ego

และ Superego เพื่อให้การออกแบบตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้ได้อย่างแท้จริง ช่วยแก้ไขความต้องการและส่งผลเชิงบวกต่อผู้ใช้ ทั้งในด้านร่างกายในชีวิตจริงและในทางจิตใจ จึงศึกษาเพื่อเติมในส่วนของการกลยุทธ์ Muketing และการออกแบบธุรกิจโดยใช้ Business Model Canvas ในวิเคราะห์ถึงแนวทางการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้สายมูได้อย่างครบถ้วน ทั้งในแง่ของการตลาดที่สร้างความมั่นใจและความสบายใจและการวางแผนธุรกิจที่สามารถพัฒนาต่อยอดหลังจากสรุปผลต้นแบบ และการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ที่สอดคล้องกับความเชื่อและใช้ข้อมูลจาก Business Model Canvas ที่จะใช้ให้แอปพลิเคชันมีฐานของการตลาดที่มั่นคงและสามารถต่อยอดให้เชิงของการทำธุรกิจได้ หลังจากนั้นจึงทำการลงสำรวจพื้นที่ สถานที่ยอดนิยมและสำคัญต่อการไหว้พระ ขอพรและมูเตลู จากการศึกษาค้นพบว่าย่านที่สำคัญมีทั้งหมด 4 เขต ได้แก่ ห้วยขวาง สีลม ราชประสงค์ พระนคร และป้อมปราบศัตรูพ่ายที่สำคัญจากข้อสรุปคือ ทั้ง 4 เขตเป็นสถานที่ที่รวมสิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญ การเดินทางสะดวก จึงทำให้เป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวสายมูที่ต้องการประสบการณ์ทางศาสนา วัฒนธรรม และความเชื่อในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตพื้นที่กรณีศึกษา คือ วัดสุทัศน์ รามราชวรวิหาร ย่านเสาชิงช้า เขตพระนคร เนื่องด้วยย่านเสาชิงช้าเป็นย่านที่มีประวัติศาสตร์ และในปัจจุบันเป็นย่านนิยมจากการค้นหาและการท่องเที่ยวที่ผู้คนหรือนักท่องเที่ยวนิยมไปไหว้พระขอพร การเดินทางสะดวก สถานที่แต่ละจุดสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่อกันได้ เป็นย่านเมืองเก่าที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีแหล่งของกินขึ้นชื่อ ราคาถูก อีกทั้งมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และด้านความศรัทธาในการทำพิธีทางศาสนาที่มีความคล้ายคลึงกัน

2. ผลสรุปการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทำแบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนในช่วง Gen Y เป็นกลุ่มคนในช่วงอายุ 27-42 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นกลุ่มคนช่วงวัยทำงาน ที่มีรูปแบบพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ ที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ทำอะไรได้หลากหลาย ไม่ชอบเสียเวลากับเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ มีพฤติกรรมกับความเชื่อ การไหว้พระ ขอพรและมูเตลู ทั้งหมด 250 คน และ ทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด 15 คนจากพื้นที่กรณีศึกษา จึงวิเคราะห์ ปัญหา ความต้องการและแรงจูงใจ เพื่อออกแบบ ฟีเจอร์ (Features) และวิเคราะห์ Business Model Canvas เพื่อออกแบบ Flowchart ในการวางโครงสร้างแอปพลิเคชันที่ ได้แก่ การขอพรในเรื่องต่าง ๆ การเข้าร่วมพิธีกรรม, การค้นหาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์, การติดตามกิจกรรม เป็นต้น จากนั้นออกแบบแนวทาง User Interface ทั้งหมด 3 แนวทางทาง จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการรวบรวมข้อมูล จึงได้แนวทางจากการอารมณ์ ความรู้สึกจากไหว้พระ แรงจูงใจ และความหวัง โดยดึงองค์ประกอบมารวบรวมงานออกแบบที่ได้แรงบันดาลใจจาก ภายในวัด สิ่งของที่เกี่ยวข้องและโทนสีเพื่อสื่อถึง ความศรัทธาหนทาง การนำทางเพื่อให้ไปถึงจุดหมายและการปลดปล่อยความทุกข์ต่าง ๆ ทางจิตใจของผู้ใช้งาน

ด้านการออกแบบ Icon Design ให้สอดคล้องกลับกลุ่มเป้าหมาย จากกลุ่ม Gen Y โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ที่ต้องการความเรียบง่าย สบายตา และเข้าใจง่าย สะดวกต่อการใช้งานในแง่ของการใช้ที่หลากหลายเช่น การใช้ในสถานที่จริงกลางแจ้ง และการใช้ในสถานที่ร่ม และ Logo Design ที่สื่อถึง“การนำทาง และความศรัทธา” การใช้ภาพประกอบที่เข้าใจง่าย Flat Design และการใช้ภาพจริงในการสื่อสาร การใช้ 3D ร่วมกับ AR Immersive Experience โดยการประเมินแนวทางการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญว่าเหมาะสมและตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด จึงได้ข้อสรุปจากการประเมินว่า แนวทางการออกแบบที่ 2 จาก 3 ใน 2 คน นำมาพัฒนาต่อ โดยให้เหตุผลของเรื่องความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิงที่ใช้งาน Content และการออกแบบ UI Design บนแอปพลิเคชัน

3. ผลสรุปการออกแบบและประเมินผล

แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร ได้สร้างสรรค์จากการพบเจอปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จากกลุ่ม Gen Y เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ส่วนมากเป็นเพศหญิง โดยมีการวิเคราะห์ถึงมีลักษณะและพฤติกรรม จึงต้องการออกแบบฟีเจอร์และฟังก์ชันการใช้งานบนแอปพลิเคชันให้ตอบโจทย์และเหมาะสม จากการวิเคราะห์และทบทวนวรรณกรรม ได้ทำการออกแบบ โดยแบ่งออกเป็น 5 ฟีเจอร์หลักดังนี้ 1) การให้ข้อมูลของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การออกแบบให้ฟีเจอร์ตอบรับความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลที่ครบจบในที่เดียว เน้นการใช้งานที่สะดวก สั้นได้ใจความเข้าถึงได้ จึงได้ออกแบบโดยการจำแนกหมวดประเภทของข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลสถานที่, ของไหว้, บทสวด, ข้อเสนอแนะ-ข้อห้าม 2) การให้ข้อมูลเชิงลึก โดยใช้ AR Immersive Experience ด้วยการออกแบบให้ฟีเจอร์โดยการเล่าเรื่องราวเชิงลึกของวัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ผ่านการเล่าเรื่องด้วย Video Motion Graphic 3) การออกแบบฟีเจอร์ภาพ3D โดยใช้ AR Immersive Experience โดยการออกแบบฟีเจอร์เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของสายมูแบบเร่งด่วน โดยการเพิ่มฟีเจอร์ “มูใกล้ฉัน” เป็น 3D Model โดยเล่นผ่าน AR immersive ทั้ง 2 ฟีเจอร์นี้จะเข้ามาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ให้ผู้ใช้งานได้สัมผัสข้อมูลที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน 4) การเลือกซื้อตัวออนไลน์ เพื่อให้สะดวกต่อการเข้าชมและการรู้ข้อมูลของแต่ละสถานที่ล่วงหน้า และเพิ่มฟังก์ชันให้สามารถบริจาคเงินตามศรัทธาจากการเล่นเกมหรือการสะสมตัวที่ระลึกแลกของ เพื่อเป็นการสร้าง Achievement 5) การจัดเก็บข้อมูลส่วนตัวโดยอิงจากสิ่งมงคลเป็นฟีเจอร์ที่ออกแบบมาให้ตอบรับกับสายมูเดคู ให้เกิดความรู้สึกพิเศษต่อการใช้งาน จึงได้ออกแบบฟีเจอร์ที่จะเปลี่ยนสีและภาพไอคอน จากการคำนวณสีประจำวันและการเสริมสิ่งมงคลเพื่อให้ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความสะดวกและครบจบเรื่องของข้อมูล การไหว้ และสายมูในที่เดียว

สรุปผลด้านการประเมินความคิดเห็น จากการทดสอบโดยกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 30 คน การออกแบบในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการออกแบบContent ด้านการออกแบบ User Experience Design

(UX) และด้านการออกแบบ User Interface Design (UI) ในการทดสอบแอปพลิเคชันส่วนใหญ่ผู้ทดสอบมีความคิดเห็นในเชิงบวก ในแง่ของการใช้งานด้านต่าง ๆ การออกแบบเนื้อหา โดยการจำแนกข้อมูล และการทำให้ข้อมูลเข้าถึงง่าย กระชับ ในเรื่องของการเข้าสู่ระบบภาพโดยรวมมีการประเมินถึงการเข้าใช้งานสะดวก ไม่สับสนในการใช้งานแต่ละฟีเจอร์บนแอปพลิเคชัน แต่บางฟีเจอร์ไม่เสถียร แต่โดยรวมดี สุดท้ายภาพลักษณ์ภาพรวมของการออกแบบ มีการประเมินให้แอปพลิเคชันมีการออกแบบสวยงาม มีแนวทางที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย ไม่สับสนในการกดปุ่มหรือสัญลักษณ์บนแอปพลิเคชันจึงได้ทำ

- **การปรับปรุงการ Login** ปรับแก้โดยให้ระบบรับข้อมูลจากการในวัน/เดือน/ปีเกิดเท่านั้น หากล็อกอินผ่าน Google สามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวได้ภายหลัง

- **การแสดงผล AR Immersive Experience** ปรับขนาดไฟล์ 3D ให้มีขนาดเล็กลง โดยการลดความละเอียดของไฟล์ 3D ให้เหมาะสมกับการเปิดบน Web App มากที่สุด

- **การแสดงผลข้อมูลแผนที่การนำทาง** ไปปรับปรุงโดยการออกแบบการนำทางเพิ่มเติมโดยมี 2 วิธีการ ได้แก่ แผนที่ภาพแสดงจุดของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์นั้น ๆ และเพิ่ม Google Map แบบ ละติจูด - ลองจิจูด พิกัดที่ใกล้หรือบริเวณรอบ ๆ

- **การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเพิ่มเชิงปฏิสัมพันธ์**

ปรับการกดปุ่มในส่วนของการแนะนำให้สอดคล้องกับฟีเจอร์บนหน้าแอปพลิเคชันในการสร้างปฏิสัมพันธ์ในขณะที่ผู้ใช้งานกดจากแนวคิด “แสงนำทางและพลังความศรัทธา” เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกถึงการขึ้นนำ แนวทางการแก้ไขปัญหา ความดับทุกข์ และหาทางออกข้อปัญหาทางจิตใจของผู้ใช้งาน

2. อภิปรายผล

การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งานบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาและการสำรวจกลุ่มคนในยุคปัจจุบันหลังจากการผ่านพ้นในยุคหลังโควิด-19 พบว่ากลุ่มคนมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจากการใช้ชีวิตเดิม เปื่อหน่าย และมีความเครียดสะสมเนื่องจากต้องพบเจอกับปัญหา และการใช้ชีวิตที่เสี่ยงจะโรคร้าย การงาน การเงิน ทำให้ผู้คนเกิดแนวคิดใหม่และมีความต้องการมากยิ่งขึ้น และการไปท่องเที่ยว ไหว้พระ ขอพรในปัจจุบันก็เป็นที่ยอมรับเป็นอย่างมาก โดยกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จากการลงพื้นที่สอบถามและสัมภาษณ์เป็นกลุ่มคนในช่วง Gen Y เป็นกลุ่มคนในช่วงอายุ 27-42 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นกลุ่มคนช่วงวัยทำงาน ที่มีรูปแบบพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนใหญ่ ที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ทำอะไรได้หลากหลาย ไม่ชอบเสียเวลากับเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ มีพฤติกรรมกับความเชื่อการไหว้พระขอพรและมูเตลู มีความสอดคล้องจากวิจัยพฤติกรรมทางท่องเที่ยวในประเทศกับการเปิดรับสื่อของกลุ่ม Gen Y ในกรุงเทพฯ และการตัดสินใจ

เดินทางหลังโควิด-19 (พิริยา เขยชิต, 2562) จากที่กล่าวมาพฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนไปแตกต่างกันขึ้นอยู่กับจิตใจ ความคิดส่วนบุคคลซึ่งจะแสดงออกในเชิงบวกหรือเชิงลบเท่านั้นจึงทำให้สรุปได้ว่าหากคนที่ต้องการที่พึ่งพาทางจิตใจหรือพักผ่อนทางใจ การไปไหว้พระขอพร และมูเตลูถือเป็นทางเลือกที่นิยมในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงได้วิเคราะห์ถึงปัญหา ได้นำมาซึ่งนวัตกรรมและเทคโนโลยีในรูปแบบ Web App ที่จะสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในเชิงการให้ข้อมูลจากการพบเจอปัญหาของผู้ใช้งานจากการเดินทางไปสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ จึงได้ออกแบบให้ 1 ในฟังก์ชันการใช้งานบน Web App ใช้เทคโนโลยี AR immersive ในการอธิษฐานจิต ขอพรผ่านแอปพลิเคชันจาก 3D ตัวแทนองค์พระพุทธรูปบนสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นฟังก์ชันนี้จะขึ้นอยู่กับที่ตั้งจิตเพื่ออธิษฐานขอให้สมปรารถนาในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านหน้าที่การงาน การเงิน การเรียน ความรัก ครอบครัว สุขภาพ และความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยการบนบานสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทยและความต่างของงานวิจัย คือการเน้นการให้ข้อมูลที่เข้าถึงง่ายสามารถขอพระ และทำพิธีกรรมด้วยตนเองของกลุ่มคน Gen Y โดยขณะที่วิจัยนี้เน้นการบนบานของคนทั่วไปในชุมชนที่เชื่อการบนบานพระพุทธรูป/พระเกจิ/เทพ หลากหลายแบบในพิธีกรรมและประเพณีดั้งเดิมมีขั้นตอนซับซ้อนและจริงจัง (ยุพารักษ์ ชนะบวรวัฒน์, 2560b) ในส่วนของการออกแบบแอปพลิเคชันในแนวทางการให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ได้สะดวก ง่าย กระชับและตอบโจทย์การใช้งานสำหรับกลุ่มผู้ใช้ในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์จริง การออกแบบพีเจอรี่ที่เหลือนจึงออกแบบจากการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้งานในสถานที่จริง ในส่วนของการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การบอกพิภักต์ ตำแหน่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสถานที่ รวมถึงพิธีกรรม ข้อกำหนดต่าง ๆ และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับสถานที่นั้น ๆ เช่น การใช้ Motion บน AR immersive เพื่อสร้างประสบการณ์การบอกเล่าในรูปแบบใหม่ น่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมกับการออกแบบบนแอปพลิเคชัน จากการศึกษาวิจัยการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก่นบน (ณัฐญา ผลศิริ, 2563) มีแนวทางที่สอดคล้อง 2 ประเด็น ได้แก่ การมุ่งเน้นออกแบบประสบการณ์ให้กับผู้ใช้หรือ User Experience ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากการวิเคราะห์พฤติกรรมและประเด็นที่สอง คือการออกแบบประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ความเชื่อ หรือวัฒนธรรมไทย โดยเน้นการผสมผสานเทคโนโลยี AR/VR กับวัฒนธรรมสายมูเตลูและการตลาดร่วมสมัย และผู้วิจัยเน้นในการออกแบบการแก้ไขปัญหาจากประสบการณ์ใช้งานบนพื้นที่จริงในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์นั้น ๆ โดยที่มีส่วนที่แตกต่างกันคือการเน้นให้บริการบนแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการแก่นบนและการบริการที่ครบจบบนแอปพลิเคชัน ไม่เน้นการให้ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสถานที่จริง และจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและการทดสอบจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทดลองใช้งานจริงในสถานที่จริงแล้วมีความคิดเห็นในเชิงบวกและมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวคิด ต้นแบบผลงานนี้ว่าสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดให้เป็นแอปพลิเคชันที่ครอบคลุมด้าน การไหว้พระ ขอพร มูเตลู และการท่องเที่ยวเพื่อช่วยช่วยเหลือเป็นเหมือนไกด์นำทาง สู่ความศรัทธา โดยการเพิ่มฟังก์ชันการใช้งานให้ครบจบบนแอปพลิเคชันตามวัตถุประสงค์หลักของการ

วิจัย ด้านการออกแบบต้นแบบและประเมินผล อีกทั้งในด้านการพัฒนาแนวทางการออกแบบได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ ถึงการเพิ่มเรื่องราวให้การออกแบบหน้า UI Design มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น โดยการเพิ่ม Interactive ที่ทำให้สื่อถึงแสงแห่งการนำทางเช่น การเพิ่มปุ่มกดให้มีแนวของแสง มีวงล้อเส้นของแสงเปรียบเหมือนแสงแห่งธรรมของพระเจ้า เพื่อให้ผู้ใช้งานได้สัมผัสและสร้างประสบการณ์ด้านความเชื่อบนแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะ

วิทยานิพนธ์ให้หัวข้อ “แอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อที่จะพัฒนาแนวความคิดในด้านการพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน ไม่ได้เป็นเพียง Web App ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. ประเด็นด้านข้อมูล

1.1. ด้านการออกแบบชุดข้อมูลในการใช้ออกแบบเนื้อหาบนแอปพลิเคชันเพื่อคนสายมู ในกรุงเทพมหานคร ถือเป็นารออกแบบโมเดลต้นแบบสู่การต่อยอด การทำแอปพลิเคชันในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์อื่น ๆ หรือนำแหล่งข้อมูลของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ต่าง ๆ สามารถอัพเดทเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแยกเนื้อหาตามหมวดหมู่ได้ดังนี้ สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ขอตตามพร พิธีกรรม กิจกรรมการซื้อตั๋ว เป็นพื้นฐานระบบข้อมูล โดยที่อ้างอิงจากการจำแนกประเภทพื้นที่ของข้อมูลสถานที่ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้เป็นเหมือนรากฐานของการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ได้

2. ประเด็นด้านการออกแบบ

2.1. ด้านการออกแบบแอปพลิเคชันในด้านเทคโนโลยี สามารถนำไปต่อยอดในประเด็นของการนำเทคโนโลยี Geo-location ร่วมกับพฤติกรรมมูเตลู วิเคราะห์เส้นทางการเดินทางและสถานที่ยอดนิยมของสายมูในพื้นที่กรุงเทพฯ สสำรวจความถี่และช่วงเวลาในการไปมูของผู้ใช้งาน เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวโน้มเชิงพื้นที่ ระบบแจ้งเตือนตามตำแหน่ง (Location-based Notification) ทำมาพัฒนาระบบเพื่อเพิ่มพีเจอร์การแจ้งเตือน เช่น “ผู้ใช้งานอยากได้รับการแจ้งเตือนเมื่อใกล้วัดหรือศาลเจ้าหรือไม่?” หรือระบบแจ้งเตือนแบบ Soft Notification เช่น “คุณอยู่ใกล้วัดพระแก้ว วันนี้เป็นวันมงคลเหมาะกับการขอพรเรื่องโชคลาภ” เพื่อสร้างประสบการณ์ให้เข้าถึงให้กับผู้ใช้งานได้มากขึ้น

2.2. ด้านการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interaction Design) หรือการออกแบบร่วมกับระบบ Multimodal Interaction เช่น การใช้เสียงในการแจ้งเตือน สัมผัส (Touch + Vibration) โดยการแตะหน้าจอพร้อมสั่นเพื่อยืนยันคำอธิษฐาน และการใช้ Gamification Interaction กับความเชื่อ

ใช้เกมหรือระบบสะสมแต้มบุญ เช่น กิจกรรมปลดล็อกพลังบุญ ,เขียนคำอธิษฐานรายวันแล้วสะสม เป็น “ยันต์ดิจิทัล” หรือสร้าง Avatar สายมู ที่สะท้อนพลังบุญหรือพลังใจของผู้ใช้งาน

2.2 ด้านการออกแบบภาพลักษณ์ (Identity Brand) ต้องคำนึงถึงแนวคิดในการดึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานด้านความเชื่อและความศรัทธา ด้วยการสื่อความหมายผ่านของการออกแบบ เส้นสาย รูปทรง โทนสี และที่สำคัญการออกแบบ โลโก้ (Logo Design) โดยผู้วิจัยได้ ออกแบบโลโก้โดยใช้ตัวอักษรของคำว่า Nummu มาออกแบบในแนวทางโลโก้เชิงสัญลักษณ์ (Logo Symbol) โดยได้นำแนวคิดของการนำทางและแสงสว่างมีตีความและจัดเรียง ทำให้คำว่า Nummu ในการออกแบบ มีอักษร M หายไป 1 ตัวอักษร ซึ่งอาจเกิดความเข้าใจผิดในการสื่อสารชื่อของแอปพลิเคชันนี้ได้ นอกจากการออกแบบให้เป็นที่จดจำ มีความสวยงามและสื่อถึงความหมายแล้ว ต้องเข้าใจง่าย อ่านได้ สื่อความหมาย นอกจากการออกแบบ โลโก้นามธรรม (Abstract Logo Mark) ที่เน้นรูปแบบสวยงามและมีข้อความประกอบภาพในการอ่าน

4. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้และผลงานชิ้นต้นแบบถูกพัฒนาจนสำเร็จ และได้รับความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน อาทิเช่น สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดใกล้เคียง และมีภาครัฐคอยให้การสนับสนุน และในปัจจุบันการไหว้พระ ขอพร ในประเทศไทยเป็นกระแสและกำลังได้รับความนิยมจนเกิดเป็นการตลาดสายมูที่เรียกว่า “Muketing” ผู้วิจัยจึงคิดเห็นว่าผลงานชิ้นต้นแบบนี้สามารถต่อยอดในเชิงของธุรกิจเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทยได้ จากการสำรวจ สัมภาษณ์ และทำการทดสอบระบบ ทำให้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า แอปพลิเคชันนี้หากไปปรับการพัฒนาเป็นเวอร์ชันภาษาอังกฤษ เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ คงช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องของการความไม่เข้าใจ การสื่อสาร และวัฒนธรรมที่แตกต่าง เพราะในแต่ละสถานที่ที่มีพิธีกรรม วิธีการหรือบริเวณ ขนาดที่ไม่เท่ากัน ทำให้เกิดความสับสนในการไปท่องเที่ยวได้

รายการอ้างอิง

- AD ADDICT TH. (2566). 4 MINS READ-ถอด 4 กลยุทธ์ Muketing. In: AD ADDICT.
- Admin, O. m. (2567). *Corporate Identity (CI) คืออะไร*. Retrieved 31 พฤษภาคม from <https://www.octopus.co.th/blogs/how-to/corporate-identity-matters>
- Artistcoveries. (2021). Lines and Shapes. In: Artistcoveries.com.
- Basheer, M. (2567). *Understanding Maslow's Hierarchy of Needs*. <https://medium.com/design-bootcamp/understanding-maslows-hierarchy-of-needs-then-now-and-in-ux-design-f25170bea32b>
- bewiding, A. (2554). วงล้อสี (Color Wheel). In: Bewiding.
- Böhm, R. (2024). Was ist Pixel Art? In: Gedankenteiler.
- Boonsupa, C. (2564). ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ (Freud's Theory of Motivation). In: BorntoDev. (2565). 8 ขั้นตอนการออกแบบ UX/UI อย่างไร? เพื่อให้ตอบโจทย์กับองค์กร. <https://www.borntodev.com/2022/06/24/>
- Buachoe, N. (2565). องค์ประกอบศิลป์กับการออกแบบ. Retrieved 27 กันยายน from <https://library.wu.ac.th/km/ทฤษฎีสี>
- Consulting, T. (2566). *Business Model Canvas*. Time Consulting. <https://www.timeconsulting.co.th/what-is-business-model-canvas>
- Cvetković, A. (2567). The principles of design. In: Wix.com.
- Demeter. (2562). *Ux และ Ui คืออะไร ความสำคัญ การออกแบบ*. <https://www.dmit.co.th/th/ข่าวสาร/ux-vs-ui/>
- Fish, S. B. (2565). How We Use Mood Boards in UI & UX Design. In: Bigfish.
- Fornogolf. (2567). รวม 15 สถานที่ขอพรความรักและเรื่องงานชื่อดัง สายมูต้องลองดูสักครั้ง <https://www.charnveeresortkhaoyai.com/blog/holy-places-for-blessing>
- Hakuhodo. (2567). “My Gen My Mu” เจาะลึกพฤติกรรม การ มูเตลู ของคนไทย. <https://www.facebook.com/hakuhodohillasean>
- Investree. (2566). Business Model Canvas In: บริษัท อินเวสทรี (ไทยแลนด์) จำกัด.
- IT24Hrs. (2566). VR AR MR XR คืออะไร. In: IT24Hrs.COM.
- Jennifer Pelegrin. (2567). วิธีการสร้างผังงาน UX พร้อมตัวอย่าง. Justinmind. Retrieved 20 กันยายน from <https://www-justinmind-com.translate.goog/ux->

- [design/flowchart?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc](#)
- Kairi, Y. (2566). ย่านเสาชิงช้า. Google Map. <https://maps.app.goo.gl/Bu8SZZNwe35NdjNk7>
- Kim. (2567). Brand Identity 101 How to Create a Unique Brand. In: Looka.
- Kim, J. (2566). My Routine Poster-Typography. In: Behance.
- Miro. (2025). Wirefram. In: Miro.
- Museum-press. (2021). ธรรมเนียมจกรคือ สัญลักษณ์ของ “แสงสว่าง”. <https://www.museum-press.com/content/481>
- Pattarat. (2565). กลุ่มคนทำงานออฟฟิศ. In: Positioningmag.
- Peerawicht. (2019). Logo Design. In: PEERAWICHT’s BLOG.
- Pelegrin, J. (2024). How to create a UX flowchart with examples. In: Justinmind.
- Pentagram. (2568). Flat Design In.
- Seksanmutl. (2556). มายเมพทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theories). In: PHD communication Naresuan University.
- Singulart. (2023). The 10 Most Famous Collage Artists. In: Singulart magazine.
- Solomon, D. (2567). Pop Art Lego. In: Pinterest.
- Sopa, M. (2567). กลยุทธ์เพิ่มยอดขายด้วยความเชื่อ. <https://www.primal.co.th/th/trend/what-is-muketing-strategy/>
- Stanford University. (2022). Design Thinking. In.
- Suparat, J. (2565). *UX Research by NNGroup* (การวิจัยเพื่อออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้). <https://medium.com/upskill-ux/ux-research-by-nngroup> การค้นคว้าเพื่อออกแบบ-ux-คือ
- Susan Farrell. (2560). UX Activities in The Product & Service Design Cycle. In: Nngroup.
- Urbancreature. (2566). เมื่อคนเกิดน้อยกว่าคนแก่ปี 2030 ไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด. <https://urbancreature.co/aged-society/>
- Wankawisant, A. (2564). ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์. In: Digitorstyle.
- writer, I. (2564). *UX/UI Design* คืออะไร. <https://iconext.co.th/th/2021/07/19/>
- คณะจิตวิทยา. (2561). สีในแง่จิตวิทยา *Psychological aspects of color*. . จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. Retrieved 1 ตุลาคม from <https://www.psy.chula.ac.th/th/feature-articles/psychological-aspects-of-color/>
- จิตราภา คนฉลาด, อ. อ., วิณา พรหมเทศ., (2566). การพัฒนาสื่อแอปพลิเคชัน 9 สถานที่สักการะในจังหวัดเลยด้วยเทคโนโลยีโลกเสมือนผสานโลกจริง. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่

14, ฉบับที่ 1.

ณัฐรุศดา วิจิตรจามรี. (2566). ทฤษฎีการสื่อสาร *Communication Theories*

ณัฐญา ผลศิริ, เ. พ. (2563). การพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบ สำหรับ ธุรกิจแก็บ่น. วารสาร วิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 8(2), 22-33.

ดร.กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย. (2564). การจัดวางตัวอักษร (Typography). In: Touchpoint.

เด่นพงษ์ แสนคำ, พ. ป. (2558). มุมมองญาณวิทยา ว่าด้วยคำบอกเล่าของประจักษ์พยาน. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 21(2), 500-531.

ต้องรัก จิตรบรรเทา. (2560). บุคลิกภาพตามทฤษฎีจิตวิเคราะห์. วารสารสังคมศาสตร์ วิชาการ, 10(2), 275-285.

ทองต่อ กล้วยไม้ ณ อรุณา. (2024). สองศตวรรษ วัดสุทัศน์เทพวราราม

ไทยรัฐออนไลน์. (2565). เปิดที่มา "มูเตลู". ไทยรัฐออนไลน์.

https://www.thairath.co.th/horoscope/belief/2355760?utm_source=chatgpt.com

บุญชริกานารี. (2563). พุทธศาสนamahayanบนแผ่นดินจีน.

<https://www.arsomsiam.com/mahayanabuddhism-china/>

ปราณี วงษ์เทศ. (2563). สังคมและวัฒนธรรม ในอุษาคเนย์ Ethnology of Mainland Southeast Asia. (เอกสารวิชาการ), 314.

ปิยะนุช นาคคง. (2556). จุฬาฯ จากยุค: เสาชิงช้าเสาหลักแห่งพระนคร. *Jamjuree Journal*, 15(1), 64-73.

พร. (2563). Augmented Reality (AR). In. workpoin: today.

พรชัย เตชะชนเศรษฐ์, ส. เ., วรदानันท์ เหมนิธิ. วันรัชย์ ศรีสังข์. (2562). พัฒนาการของเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 4(2), 72-83.

พระไพศาล วิสาโล. (2548). ศาสนาโลก. In: เครือข่ายพุทธิกา.

พริษา เขยชิด. (2562). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศกับการเปิดรับสื่อของกลุ่ม *gen Y* ในกรุงเทพมหานคร

านครกับการตัดสินใจท่องเที่ยวหลังภาวะวิกฤต *COVID-19*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มุติย์, ด. เ. ว. (2564). แสงสว่างของพระคริสต์.

<https://www.churchofjesuschrist.org/study/liahona/2021/08/the-light-of-christ?lang=tha>

ยุพารักษ์ ชนะบรรทัด. (2560a). การบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธใน สังคมไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

ยุพารักษ์ ชนะบรรทัด. (2560b). การบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุเมธ เมธาวิทย์กุล. (2525). ศาสนาเปรียบเทียบ *comparative religion* ทิพย์อักษร.

สุริยา แสงอินดา. (2024). พระพุทธศาสนamahayan (อนันต นิกาย) ในประเทศไทย. วารสารอนันตนิคาย, 4(2), 1-6.

เสาวลักษณ์ ตะเกาหิรัญ. (2566). ทศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ความเชื่อในมูเตลูของประชากรในประเทศไทย.





ภาคผนวก



แบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้งานเพื่อการวิจัย

เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมุเตลู่
ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัยการออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมุเตลู่ ใน สร้างขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้
 - 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การไหว้พระ มุเตลู่ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริง ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบ
 - 3) เพื่อออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพร และมุเตลู่ ในกรุงเทพมหานคร
2. แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการต่างๆของผู้ใช้งานแบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้งาน
 - ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านการไหว้พระ ขอพร
 - ตอนที่ 4 ปัญหาของกลุ่มผู้ใช้งาน
 - ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาของกลุ่มผู้ใช้งาน
 - ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ
3. การตอบแบบสอบถาม กรุณาตอบตามความเป็นจริงและตอบคำถามให้ครบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนาการศึกษาโดยส่วนรวม
4. การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยเป็นส่วนร่วม คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาวปลายฝน แก้วประทีป

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / หรือ X ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์สำหรับการทำวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ช่วงอายุ (Generation)

Gen X : 40-49 ปี

Gen X : 50-58 ปี

Gen Y : 27-35 ปี

Gen Y : 36-42 ปี

Gen Z : 11-20 ปี

Gen Z : 21-26 ปี

2. เพศ

ชาย

หญิง

LGBTQ+

3. ที่อยู่อาศัย

กรุงเทพฯ

ปริมณฑล

ต่างจังหวัด

อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้งาน

1. คุณใช้แอปพลิเคชันในการทำกิจกรรม หรือหาข้อมูลหรือไม่

ใช่

ไม่ใช่

2. คุณค้นหาข้อมูลต่างๆในช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

Google

Facebook

IG

X

Threads

Tiktok

Lemon 8

คำแนะนำจาก ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก

อื่นๆ.....

3. เมื่อคุณมีความเครียด ปัญหาชีวิต คุณจะแก้ไขหรือหาทางออกด้วยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ออกกำลังกาย Shopping
- ท่องเที่ยว แชร์โพสต์ต่างๆลง Social
- ปรึกษาจิตแพทย์ ปรึกษาคณสนิท เช่น พ่อแม่ เพื่อน คนรัก
- ไปไหว้พระขอพร มูเตลู หรือ ดูดวง
- อื่นๆ.....

4. คุณเดินทางไปไหว้พระขอพร ด้วยวิธีการใด

- รถส่วนตัว
- รถไฟฟ้า
- รถสาธารณะ เช่น รถเมย์ วิน แท็กซี่
- เรือ
- อื่นๆ.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านการไหว้พระ ขอพร

1. สถานที่ที่ไปไหว้พระขอพร คือที่ใด

- วัดดังใน Social ปัจจุบัน
- วัดเก่าแก่ที่มีชื่อเสียง
- วัดใกล้สถานที่ทำงาน หรือที่พักอาศัย
- อื่นๆ.....

1.1. ระบุชื่อสถานที่ ที่คุณมักเดินทางไปไหว้พระขอพร

.....
 2. วิธีการใดที่คุณใช้ในการดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน

- การตั้งเป้าหมาย เช่น ภาพองค์เทพต่างๆ หรือ ไฟฟ้ารั้วเกี่ยวกับดวงของคุณ
- สวมใส่อุปกรณ์เสริม เช่น กำไล สร้อย ต่างหู กระเป๋า เสื้อ เสริมมงคล
- บุคคลในสถานที่ต่างๆ เช่น โต๊ะทำงาน ห้องนอน รถ อื่นๆ.....
- การถือเคล็ดในการทำวัตรประจำวัน เช่น การก้าวเท้าซ้ายออกประตูบ้าน
- อื่นๆ.....

3. วิธีการดูแลสุขภาพแบบใดที่คุณใช้เพื่อแก้ปัญหา หรือหาทางออก สร้างความสบายใจ

- ดูดวงออนไลน์
- ดูดวงกับนักพยากรณ์ตัวต่อตัว
- เสี่ยงทาย เสี่ยงเข็มชี
- การขอพร
- การบนบาน
- อื่นๆ.....

4. เรื่องใดที่คุณมักจะขอพร หรือมุเตลู (มากที่สุดตามลำดับ)

เรื่องที่ขอ	ให้คะแนนตามลำดับ				
	5	4	3	2	1
การงาน การเรียน					
ความรัก					
การเงิน โชคภาค					
สุขภาพ					
ภาพรวม					

ตอนที่ 4 ปัญหาของกลุ่มผู้ใช้งาน

1. คุณพบเจอปัญหาหรือไม่ เมื่อคุณไปการไหว้พระขอพรในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ในสถานที่จริง

มี

ไม่มี

2. เมื่อคุณไปการไหว้พระขอพรในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ในสถานที่จริง ปัญหาที่พบเจอคือเรื่องใด

ข้อมูลในการแนะนำไม่เพียงพอ

ไม่เข้าใจ ในวิธีการปฏิบัติ หรือ พิธีกรรม

ทรัพย์สินของอุปกรณ์ พระพุทธรูป หรือ สถานที่ในการวางของไหว้ไม่เจอ สับสน

การเลือกของไหว้ หรือของกำบัง

อื่นๆ.....

ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาของกลุ่มผู้ใช้งาน

1. จงอธิบายลักษณะปัญหาของคุณที่พบเจอ

.....

2. เมื่อคุณพบเจอปัญหาจากการไหว้พระขอพรในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ในสถานที่จริง คุณแก้ไขปัญหายังไง

.....

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. คุณมีข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นหรือปัญหาที่พบเจออย่างไร

.....



**แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ความเชื่อ การไหว้ขอพร และการมูเตลู
เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมูเตลู
ในกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัยการออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมูเตลู ใน สร้างขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้
 - 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การไหว้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริง ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบ
 - 3) เพื่อออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพร และมูเตลู ในกรุงเทพมหานคร
2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการไหว้พระขอพรและมูเตลู จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
 - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลุ่มผู้ใช้งาน และเนื้อหาด้านการไหว้พระขอพร และมูเตลู
 - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบสื่อแบบผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน
 - ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ
 - ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ
3. การตอบแบบสัมภาษณ์ ขอความกรุณาผู้เชี่ยวชาญในการข้อมูลและชี้แนะแนวทางของตอบคำถาม เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนาการศึกษาโดยส่วนรวม
4. การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยเป็นส่วนร่วม คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาวปลายฝน แก้วประทีป

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ.....นามสกุล.....

อาชีพ/ตำแหน่ง.....

สังกัด/หน่วยงาน.....

เชี่ยวชาญด้าน.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นด้านศาสนาและความเชื่อ

1. ท่านคิดว่าเพราะเหตุใดผู้คนจึงต้องมีศาสนา

.....

.....

.....

2. หากคนนับถือศาสนา มากกว่า 1 ศาสนา ถือว่าผิดหลักคำสอน เป็นบาป หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

3. หากคนหมดศรัทธา และต้องการย้ายหรือเปลี่ยนศาสนาทำได้หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

114

4. ท่านคิดว่าหากคนไม่มีศาสนาให้อิทธิพล จะมีผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

5. ทำไมคนต้องการที่ยึดเหนี่ยวด้านจิตใจ มากกว่าการพยายามแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

.....

.....

.....

.....

6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำความศรัทธาหรือการทำความดีมาแลกเปลี่ยนเป็นแต้มบุญ เพื่อวัตถุประสงค์ในการช่วยกระตุ่นและส่งเสริมให้คนเข้าวัด ทำบุญ อยู่ในศีลธรรม

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 การไหว้พระ ขอมพร

1. การไหว้พระ ขอมพร ในแต่ละศาสนาให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....
.....

2. หากคนไหว้พระ ทำพิธี หรือ สวดบทสวดไม่ครบ ไม่ถูกต้อง จะถือว่าสำเร็จผลในการไหว้พระ ขอมพร หรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....
.....

3. การขอมพร จำเป็นต้องเอ่ยชื่อ หรืออธิบายถึงผู้ขอมพร หรือไม่

.....
.....
.....
.....

4. ท่านคิดเห็นอย่างไรกับการ ผากดวง ทำบุญ ขอมพรกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์

.....
.....
.....

5. การไหว้พระ ขอมพร ต้องขอกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ในด้านที่ต้องการขอ (เช่น ขอมงานกับพระพิฆเนศ) ใช่หรือไม่ อย่างไร

.....
.....

.....
.....

ตอนที่ 4 การยุติ

1. หากเราทราบดวงชะตาจากวิธีการดูดวง สามารถหลีกเลี่ยง หรือป้องกันปัญหาจะเกิดได้หรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....
.....

2. ท่านคิดเห็นอย่างไรเรื่องการขโมยดวงของผู้ที่ดวงดีกว่า ให้เป็นดวงของตนเอง

.....
.....
.....
.....

3. การเสี่ยงทาย หรือเสี่ยงเข็มชีมาจากไหน และคำทำนายในแต่ละสถานที่อ้างอิงจากไหน อย่างไร

.....
.....
.....
.....

4. คนทรงเจ้า และหมอมีมีความแตกต่างกันอย่างไร

.....

.....
.....
.....

5. ท่านมีความคิดเห็นกับการใช้ของมงคลกับการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การใส่เสื้อผ้ามงคล การใช้ภาพหน้าจ้อมือ
ถือมงคล สามารถช่วยส่งเสริมได้จริงหรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....
.....

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ท่านมีข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น หรือแนวทางในด้านต่างๆเกี่ยวกับการไหว้พระ ขอมพรและมุเตลู เพื่อนำมา
ออกแบบเนื้อหา และออกแบบฟังก์ชันของแอปพลิเคชัน

.....
.....
.....
.....
.....

ลงชื่อ.....ผู้เชี่ยวชาญ

(.....)



แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเพื่อการวิจัย
เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพรและมุเตลู่ ในกรุงเทพมหานคร
คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ สร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลวิจัย เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมุเตลู่ เพื่อสนองวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้
 - 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การไหว้พระ มุเตลู่ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริงในการกำหนดแนวทางในการออกแบบ
 - 3) เพื่อออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพร และมุเตลู่ ในกรุงเทพมหานคร
2. แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลและแนวทางด้านการออกแบบในด้าน User Interface หรือ ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 9 ตอน ได้แก่
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ
 - ตอนที่ 2 ลักษณะของเทคโนโลยีเสมือนเพื่อช่วยในการสื่อสารข้อมูล
 - ตอนที่ 3 ลักษณะของการออกแบบสื่อในการสื่อสาร
 - ตอนที่ 4 รูปแบบของ Graphic Design
 - ตอนที่ 5 รูปแบบของโทนสี
 - ตอนที่ 6 จิตวิทยาสี
 - ตอนที่ 7 รูปแบบของ Typography
 - ตอนที่ 8 ลักษณะของ Icon
 - ตอนที่ 9 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
3. การตอบแบบสอบถาม ขอความกรุณาผู้เชี่ยวชาญในการข้อมูลและชี้แนะแนวทางของตอบคำถาม เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนาการศึกษาโดยส่วนรวม โดยประเมินแบบ Rating Scale เกณฑ์ค่าคะแนน 5 ระดับ มาตรฐานมีระดับค่าและการแปรผล ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย ความหมาย 4.51 – 5.00 3.51 – 4.50 2.51 – 3.50 = = มีความพึงพอใจมากที่สุด หรือ ดีมาก
 มีความพึงพอใจมาก หรือ ดี มีความพึงพอใจปานกลาง หรือ ปานกลาง 1.51 – 2.50 1.00 – 1.50 = = มีความพึงพอใจน้อย หรือ น้อย มีความพึงพอใจน้อยที่สุด หรือ ควรปรับปรุง
4. การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยเป็นส่วนร่วม คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาวปลายฝน แก้วประทีป อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร. อติเทพ แจ่มนาลาว

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / หรือ X ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์
สำหรับการทำวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

1.1 ชื่อ-นามสกุล.....

1.2 อาชีพ/ตำแหน่ง.....

1.3 เพศ ชาย หญิง

1.4 ช่วงอายุ Gen X : 43-58 ปี Gen Y : 27-42 ปี Gen Z : 11-26 ปี

ตอนที่ 2 ลักษณะของเทคโนโลยีเสมือนแบบใดที่เหมาะสมในการสร้างปฏิสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูล

เรื่องการให้ ข้อพร และมูล

เนื้อหา	ภาพตัวอย่าง	คำอธิบายลักษณะ เนื้อหา	ระดับความสนใจหรือความ เหมาะสม				
			มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
1. ความจริงเสริม AR (Augmented Reality)		ฉากความจริงซ้อนทับ ด้วยข้อมูลดิจิทัล					
2. วิดีโอ ความจริง เสมือน Video VR (Video Virtual Reality)		วิดีโอที่ให้เห็นโลก เสมือน 360 องศา					

3. ความจริงผสม MR (Merged Reality)		เรื่องราวดิจิทัล เชื่อมโยงโลกความจริง (ประสานและควบคุม ส่งการ จับต้องได้ เสมือนจริง)					
4. ความจริงขยาย XR (Extended Reality)		เป็นเทคโนโลยีเสมือน จริงที่ผสมผสาน สภาพแวดล้อมในโลก จริง สภาพแวดล้อม ดิจิทัล รวมถึงการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง มนุษย์และเครื่องจักร ที่เกิดขึ้นจาก เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์หรือ เทคโนโลยีสวมใส่					
5. การระบุตำแหน่งทาง ภูมิศาสตร์ (Geolocation)		ช่วยระบุตำแหน่งทั่ว โลกของอุปกรณ์ โดยใช้ GPS , ที่อยู่ IP, Wi-Fi หรือเครือข่าย โทรศัพท์มือถือ					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ลักษณะของการออกแบบการสื่อสารแบบใดเหมาะสมกับการสื่อสารเรื่องการไหว้ ขอพร และมุเตลล

เนื้อหา	ภาพตัวอย่าง	คำอธิบายลักษณะเนื้อหา	ระดับความสนใจหรือความเหมาะสม				
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ลักษณะของสื่อชนิดใดเหมาะสมในการสื่อสารภาพรวมของโครงสร้างบนแอปพลิเคชันบ้าง?							
1.1. ภาพประกอบ บสื่อ 2D		การออกแบบภาพให้มี ลักษณะแบน เรียบ มีความสูงและความกว้างแต่ ขาดความลึก ไม่มีมิติ					
1.2. ภาพประกอบ บสื่อ 3D		การออกแบบภาพให้มี ลักษณะการสร้างวัตถุที่มี ความสูง ความกว้าง และ ความลึก มีมิติ					
1.3. infographic		ข้อมูลที่นำเสนอออกมาใน รูปแบบภาพเพื่อย่อยข้อมูล บางอย่างให้ผู้อ่านสามารถ เข้าใจได้โดยง่าย สามารถ สื่อสารออกมาในรูปแบบของ กราฟ แผนผัง สัญลักษณ์ แผนภูมิ แผนที่ หรือลายเส้น ต่าง ๆ					
2. ลักษณะของสื่อชนิดใดเหมาะสมในการแนะนำข้อมูลและประกอบการอธิบายของข้อมูลบนแอปพลิเคชันบ้าง?							

2.1. ภาพถ่าย		คือสื่อที่ได้จากการถ่ายโดยใช้ กล้องถ่ายภาพ ในสถานที่จริง คนจริง หรือสิ่งต่างๆที่ มองเห็นได้ผ่านดวงตา					
2.2. วิดีโอ (Videos)		คือสื่อที่ได้จากการถ่ายโดยใช้ กล้องถ่ายภาพ ที่อยู่ใน ลักษณะของวิดีโอ					
2.3. Motion Graphic		ภาพและกราฟิกที่เคลื่อนไหว ได้ โดยอยู่ในรูปแบบวิดีโอ					
3. ลักษณะของสื่อชนิดใดเหมาะสมในการออกแบบ Interaction Design บนแอปพลิเคชันบ้าง?							
3.1. Interactive หรือ AR		การออกแบบภาพหรือ กราฟิก และ มาแสดงผลใน จอภาพกลายเป็นวัตถุ 3 มิติ ลอยอยู่ในพื้นที่จริง มีการ แสดงผลที่แสดงวัตถุมีการ เคลื่อนไหว					
3.2. 360-Degree Video (VR Video)		การออกแบบภาพ หรือ วิดีโอ ใหม่มีลักษณะ360 องศา และ แสดงผลผ่านจอหรือแว่น VR					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ




.....

.....

.....

ตอนที่ 4 แนวทางรูปแบบ Graphic Design ของสื่อสไตส์ที่เหมาะสมกับการสื่อสารเรื่องการไหว้ ขอพร และมุเตลู

เนื้อหา	ภาพตัวอย่าง	คำอธิบายลักษณะเนื้อหา	ระดับความสนใจหรือความเหมาะสม				
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. American Kitsch		รูปภาพออกเป็นแนวการ์ตูน ภาพประกอบ แม้จะใช้ Scale เหมือนคนจริงก็จะยังเป็นแบบการ์ตูน โดยตัวละครจะแสดงท่าทางการไหว้ได้อย่างชัดเจน ภาพรู้สึกมีการเคลื่อนไหว					
2. Flat		การออกแบบที่มีลักษณะแบน มีการลดทอนรายละเอียด คัดส่วนที่ไม่จำเป็นออกไป รวมทั้งไม่มีมิติ ดูเป็นมิตร ดูง่าย					
3. Pixel art		แบ่งออกเป็นสองประเภทย่อย ได้แก่ ภาพสามมิติ และไม่ใช้ภาพสามมิติ ให้ความรู้สึกถึงการย้อนยุค หรือนึกถึงความทรงจำในวิดีโอเกมคลาสสิก					

4. Collage art		<p>เป็นศิลปะของการตัดแปะโดยใช้เทคนิค การตัดแปะ และ ยึดอาจผสมได้กับเทคนิคอื่นๆ ของการเขียนภาพเช่น sketch หรือ painting</p>					
5. Pop Art		<p>เป็นการนำแนวคิดจากสังคมแห่ง การบริโภค วัตถุนิยม ทำให้ศิลปะ แสดงออกสิ่งทีประชาชนคลั่งไคล้ สิ้นใจของ POP Art จะมีความเป็น สีนี้อยู่ชัดเจน</p>					
6. Modern Retro		<p>งานออกแบบที่มีความทันสมัย แบบย้อนยุค ด้วยการนำ เอกลักษณ์ของยุค Retro มาปรับ ให้มีความทันสมัย สดทอน รายละเอียดลง ทำให้ดูเรียบง่าย แต่ยังคงความเป็น Retro</p>					
7. Vintage		<p>เป็นการออกแบบศิลปะที่ เน้นใช้โทนสี ส้ม น้ำตาล เพื่อให้ คล้ายกับการย้อนสมัย มีความเก่า ย้อนยุค</p>					
8. Psychedelic		<p>เป็นการออกแบบศิลปะนามธรรม โดยใช้สีที่มีลักษณะการกระตุ้นน้ำ จากฤทธิ์ของยาหลอนประสาท เป็นภาพสีจุดฉาด สลับสี หลากหลายสลับสอลหม่น ที่มีเส้นขอบตัดที่ชัดเจน</p>					

9. Art Nouveau		เน้นการใช้เส้นโค้งและใช้โทนสีพาสเทล หรือสีอ่อน ที่ให้ความรู้สึกอ่อนโยน หูหრა มีความเป็นผู้หญิง					
10. Art Deco		เน้นการทรงเรขาคณิต มีความเป็นเหลี่ยม ทรงมุม และทรงกลม ลักษณะการตกแต่งจะเน้นด้วย การใช้สายเส้นสีทองโค้งและเส้นตรงเรียบง่ายแต่แข็งแรง					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ตอนที่ 5 แนวทางลักษณะของโทนสีแบบใดที่เหมาะสมกับการออกแบบสื่อและแอปพลิเคชัน การสื่อสารเรื่องการไหว้ ขอพร และมูเตลู

เนื้อหา	ภาพตัวอย่าง	คำอธิบายลักษณะเนื้อหา	ระดับความสนใจหรือความเหมาะสม
---------	-------------	-----------------------	------------------------------

			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	มากที่สุด
1. โทนสีพาสเทล (Pastel color Tone)		โทนสีพาสเทล เป็นโทนสีที่มีสีขาวผสมมากที่สุดเพื่อลดความเข้มข้นของเนื้อสี ให้ความรู้สึกอ่อนโยน น่าทะนุถนอม สบายตา					
2. โทนสีเรโทร (Retro Color Tone)		โทนสีเรโทร เป็นโทนสีที่ให้ความหม่นของสี ให้ความรู้สึกย้อนยุคแต่ดูทันสมัย ผ่อนคลาย ทำให้นึกถึงช่วงเวลาในอดีต					
3. โทนสีสว่าง (Bright Color Tone)		โทนสีที่มีความเข้มข้นของสีไม่เจือขาวและดำ โทนสีที่ได้จะมีความสดและสว่างของสี ให้ความรู้สึก สดใส ดึงดูดโดดเด่น และดูทันสมัย					

1. สีเขียว		คือ ธรรมชาติ สันติภาพ ความ อิจฉา					
2. สีเหลือง		คือ ความสุข พลังงาน ความ เจริญ					
3. สีขาว		คือ ความบริสุทธิ์ ความ ดี ความเรียบง่าย					
4. สีแดง		คือ พลัง อันตราย อำนาจ โชค ดี					
5. สีม่วง		คือ ความลึกซึ้ง ความสง่างาม ความ ทะเยอทะยาน					
6. สีชมพู		คือ เป็นมิตร ความรัก ความ เคารพ					
7. สีส้ม		คือ ความกระตือรือร้น พลัง ชีวิต ความสุข					
8. สีน้ำเงิน		คือ ความจริง สัจธรรม ความรู้					
9. สีฟ้า		คือ สุขภาพ ความเชื่อถือ ความ เลื่อมใส					
10. สีน้ำตาล		คือ ความอดทน ความมั่นคง					
11. สีทอง		คือ ความร่ำรวย ความสำเร็จ โชคกลาง					
12. สีดำ		คือ ความลึกซึ้ง ความตาย สิ่ง ชั่วร้าย ความประณีต					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ตอนที่ 7 รูปแบบของ Typography แบบใดที่เหมาะสมกับการออกแบบสื่อบนแอปพลิเคชัน การสื่อสารเรื่องการไหว้ขอพร และมุเตลลู

เนื้อหา	ภาพตัวอย่าง	คำอธิบายลักษณะเนื้อหา	ระดับความสนใจหรือความเหมาะสม				
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	มากที่สุด
1. ตัวพิมพ์แบบเซอริฟ (Serif Typefaces)		<p>การเป็นตัวพิมพ์ที่มีฐานหรือตั้ง</p> <p>มีเชิงมักมีความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร</p>					
2. ตัวพิมพ์แบบแซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif Typefaces)		<p>การเป็นตัวพิมพ์ที่ไม่มีฐานหรือตั้ง บางครั้งเราเรียกว่าตัวไม่มีเชิงส่วนใหญ่มักมีลักษณะความหนาบางเท่ากันทั้งตัวอักษร</p>					
3. ตัวพิมพ์แบบตัวเขียน (Script or		<p>มีรูปแบบเหมือนเวลาเขียนด้วยลายมือภาษาอังกฤษคือเป็นเส้นต่อเนื่องไปแต่ละตัว</p>					

cursive typefaces)		เรื่อยๆ มักมีลักษณะความหนาบางของเส้นตัวอักษรไม่เท่ากันตลอดทั้งตัวอักษร					
4. ตัวพิมพ์แบบตัวตกแต่ง (Display Typefaces)		ตัวพิมพ์ประเภทนี้ไม่จำกัดอยู่ว่าจะต้องเป็นตัวอักษรล้วนๆ อาจนำภาพอื่นๆ มาผสมให้กลมกลืนกันหรือตัดทอน ต่อเติม หรือแปรรูปอย่างใดก็ได้ให้เกิดความพิเศษในตัว					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ตอนที่ 8 ลักษณะของ Icon แบบใดที่เหมาะสมกับการออกแบบสไลด์บนแอปพลิเคชัน เรื่องการไหว้ ขอพร และมุเตลล

เนื้อหา	ภาพตัวอย่าง	คำอธิบายลักษณะเนื้อหา	ระดับความสนใจหรือความเหมาะสม				
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	มากที่สุด
1. Circular Icon		เป็น Icon ในรูปแบบวงกลม ทั้ง 2D และ 3D					

2. Hand Drawn Icon		เป็นการสร้างโดยการวาดขึ้นใหม่ มีทั้งแบบขาวดำและการลงสี ที่รู้สึกถึงความเป็นกันเอง						
3. Depth 3D Icon		Icon ที่เน้นความรู้สึก มักจะใช้เงาและรูปร่างเรขาคณิตเป็นหลัก						
4. Minimalistic Icon		รายละเอียดและองค์ประกอบน้อย ใช้สีเพียงแค่ 1 หรือ 2 สี						
5. Flat Icon		มีความเรียบและสบายตา จะมีการลดรายละเอียด เช่น พวงเงาและพื้นผิว						
6. Bright Colors Icon		เน้นใช้สีเส้นที่สดใส เด่น สะดุดตา ให้ความรู้สึกเชิงบวก						
7. Line Style Icon		ใช้เส้นเป็นหลัก มักจะใช้แค่สีเดียวหรือผสมการลงสีเพียงเล็กน้อย						
8. Gradient 3D Icon		3D ที่ผสมผสานกับการไล่ระดับสี						

9. Illustrated Icon		รายละเอียดค่อนข้างเยอะ เหมือนการวาด ภาพประกอบเพื่ออธิบาย สิ่งสื่อสาร					
10. Abstract Icon		เน้นความแปลกใหม่ แตกต่าง ไม่ได้ยึดติดรูป แบบเดิมว่า Icon					

ตอนที่ 9 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ท่านมีข้อคิดเห็นเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่กล่าวมาหรือไม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้เชี่ยวชาญ

(.....)



แบบสัมภาษณ์ผู้ใช้งานเพื่อการวิจัย

เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร

และมูเตลู ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

5. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัยการออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมูเตลู ใน สร้างขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้
 - 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การไหว้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริง ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบ
 - 3) เพื่อออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพร และมูเตลู ในกรุงเทพมหานคร
1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลในการทดสอบตัวตนแบบของแอปพลิเคชันจากกลุ่มผู้ใช้งาน แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ตอนที่ 2 ด้านการออกแบบเนื้อหา
 - ตอนที่ 3 ด้านการออกแบบ User Experience Design (UX)
 - ตอนที่ 4 ด้านการออกแบบ User Interface Design (UI)
 - ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน
6. การตอบแบบสัมภาษณ์ กรุณาตอบตามความเป็นจริงและตอบคำถามให้ครบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนาการศึกษาโดยรวม
7. การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยเป็นส่วนร่วม คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาวปลายฝน แก้วประทีป

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1.1 ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

1.2 อาชีพ.....

1.3 เพศ ชาย หญิง1.4 อายุ Gen X : 43-58 ปี Gen Y : 27-42 ปี Gen Z : 11-26 ปี

ตอนที่ 2 ด้านการออกแบบ Content

หัวข้อประเมิน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1 เนื้อหาด้านการจัดหมวดหมู่ข้อมูล					
2.2 เนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำข้อมูลทั่วไป					
2.3 เนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำสถานที่					
2.4 เนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำวิธีการ					
2.5 เนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำทิวทัศน์ของไหว้					
2.6 เนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำทิวทัศน์ต่างๆ					

ตอนที่ 3 ด้านการออกแบบ User Experience Design (UX)

หัวข้อประเมิน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1 การเข้าสู่ระบบล็อกอิน ก่อนเข้าใช้แอปพลิเคชัน เชื่อมต่อง่าย สะดวกต่อการใช้					
3.2 ความลื่นไหลต่อการค้นหาปุ่ม หรือ หัวข้อของเมนูหลักบนหน้าแอปพลิเคชัน					

3.3 ความไม่ซับซ้อนในการค้นหาปุ่มหรือ Icon ต่างๆ					
3.4 การย้อนกลับไประหว่างหน้าโฮมและ หน้าฟังก์ชัน มีความสะดวก ไม่สับสน					
3.5 เนื้อหาและข้อมูลสอดคล้องกับการจัดวาง การลำดับข้อมูล เพื่อให้เกิดความสะดวก และ ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้					

ตอนที่ 4 ด้านการออกแบบ User Interface Design (UI)

หัวข้อประเมิน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.1 ภาพรวมของแอปพลิเคชัน มีความสวยงาม เข้าถึงง่าย ต่อกลุ่มผู้ใช้					
4.2 โทนมสีที่ใช้บนแอปพลิเคชัน มีความสวยงามตรงตามกลุ่มผู้ใช้งาน					
4.3 การออกแบบองค์ประกอบ Graphic และ Layout บนแอปพลิเคชันมีความสวยงาม เข้าใจง่าย ชัดเจน					
4.4 ตัวอักษรและการจัดวาง สะดวก เข้าใจง่าย ต่อการใช้งาน					
4.5 สัญลักษณ์ของแต่ละปุ่ม มีความสวยงาม เข้าใจง่าย ชัดเจน และสอดคล้องกับเนื้อหา					

ตอนที่ 5 คำถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน

1. คุณมีความเห็นอย่างไรหลังการใช้งานแอปพลิเคชันนี้

.....
.....
.....
.....
.....

2. คุณคิดเห็นอย่างไรหากแอปพลิเคชันนี้ หากตัวต้นแบบแอปพลิเคชันนี้ถูกพัฒนาเป็น Start up ในอนาคต

.....
.....
.....
.....
.....

3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....
.....
.....



แบบสังเกตพฤติกรรมผู้ใช้งานเพื่อการวิจัย

เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมูเตลู ใน
กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

8. แบบสังเกตฉบับนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัยการออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมูเตลู ใน สร้างขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้
 - 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน การไหว้พระ มูเตลู แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) และเทคโนโลยีผสมผสานเสมือนจริง ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบ
 - 3) เพื่อออกแบบและประเมินผลประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงบนแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพร และมูเตลู ในกรุงเทพมหานคร
9. แบบสังเกตฉบับนี้ เป็นแบบสังเกตเพื่อสังเกตผู้ใช้งานในขณะที่ทดสอบตัวต้นแบบและรวบรวมข้อมูลในการนำไปปรับปรุงตัวต้นแบบ แบบสังเกตฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
 - ตอนที่ 2 สังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้งานในการทดสอบตัวต้นแบบแอปพลิเคชัน
10. การตอบแบบสังเกต กรุณาตอบตามความเป็นจริงและตอบคำถามให้ครบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนาการศึกษาโดยส่วนรวม
11. การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยเป็นส่วนร่วม คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาวปลายฝน แก้วประทีป

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1.1 ชื่อผู้ทดสอบ.....

1.2 อาชีพ.....

1.3 เพศ ชาย หญิง

1.4 อายุ Gen X : 43-58 ปี Gen Y : 27-42 ปี Gen Z : 11-26 ปี

ตอนที่ 2 สังเกตพฤติกรรมของผู้ทดสอบ ต้นแบบแอปพลิเคชัน

แนวประเด็นข้อสังเกต

4. ความร่วมมือในการเข้าการทดสอบแอปพลิเคชัน

.....
.....
.....
.....
.....

5. วิธีการใช้เครื่องมือ

.....
.....
.....
.....
.....

6. ลักษณะการใช้งานหรือวิธีการกระทำบนหน้าแอปพลิเคชัน

.....
.....
.....

.....
.....

7. ลักษณะภาษากายขณะทดสอบแอปพลิเคชัน

.....
.....
.....
.....
.....

8. สีหน้าและอารมณ์ขณะทดสอบแอปพลิเคชัน

.....
.....
.....
.....
.....

9. ข้อสังเกตเพิ่มเติมสำหรับผู้วิจัย

.....
.....
.....



ที่ อว 8610 / 6459

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
31 รัชดาภิเษก เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

23 ธันวาคม 2567

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณพร ชูจิตารมย์

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมูเตลูในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ็ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นั้น

ในกรณีนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความเหมาะสมต่อไป หมายเลขโทรศัพท์นักศึกษา 086-8514818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อวีน อินทร์ศรี)
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รับแจ้งไปครับ
อ.อ.

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350



ที่ อว 8610 / C458

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
31 วังท่าพระ เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

23 ธันวาคม 2567

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ภาคินี เปล่งดีสกุล

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมูเตลูในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นั้น

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความเหมาะสมต่อไป หมายเลขโทรศัพท์นักศึกษา 086-8514818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์ซี่)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รับแจ้งแล้ว
๒.๕.

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350



ที่ อว 8610 /

C457

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
31 วังท่าพระ เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

23 ธันวาคม 2567

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดลพร ศรีฟ้า

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชัน การไหว้พระขอพร และมูเตลูในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้คนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นั้น

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความเหมาะสมต่อไป หมายเลขโทรศัพท์นักศึกษา 086-8514818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์งษ์)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รับฝาก
ด.ช.

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

ที่ อว 8610/ ๒๕๖๑



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

4 มิถุนายน 2568

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ใช้สถานที่

นมัสการ เจ้าอาวาสวัดสุทัศนเทพวราราม พระครูปลัดพรเทพ และเจ้าหน้าที่วัดสุทัศนเทพวราราม

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำหนดจัดโครงการจัดนิทรรศการและทดสอบผลงาน วิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและบุญเตลู ในกรุงเทพมหานคร” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจตนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ในระหว่าง วันที่ 7 - 8 มิถุนายน 2568 เพื่อจัดเผยแพร่และทดสอบผลงานวิทยานิพนธ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งเก็บข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาวิทยานิพนธ์ต่อไป

ในกรณี คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความอนุเคราะห์ใช้สถานที่ ในระหว่างวันที่ 7 - 8 มิถุนายน 2568 เวลา 10.00 - 18.00 น. ณ วัดสุทัศนเทพวราราม โดยมี นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818 เป็นผู้ประสานงาน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากพระคุณท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพอย่างสูง

(รองศาสตราจารย์ปณท ปลื้มชูศักดิ์)

รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา

รักษาการแทนคณบดีคณะมัณฑนศิลป์

สำนักงานคณบดี

โทร 0-2221-5832

โทรสาร 0-2225-4350

ที่ อว 8610/ 0910



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

11 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
นมัสการ พระมหานพตล อภิชาโน

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตร
ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมุเตอู่ ในกรุงเทพมหานคร
โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและ
ขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา
ในวันศุกร์ ที่ 21 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป ณ วัดโสมนัสราชวรวิหาร หากต้องการรายละเอียด
เพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และ
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

(รองศาสตราจารย์อวีน อินทร์งษ์)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

ร่วมฝ่ายฯ

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

๒๖
๓/๒/๖๘

ที่ อว 8610/ 0911.



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

11 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
เรียน อาจารย์ ดร.อรรคพล ล่ำม่วง

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและบุญเตลู ในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันพฤหัสบดี ที่ 20 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 15.00 น. เป็นต้นไป ณ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อวีน อินทร์ศิริ)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รับแจ้งแล้ว

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

ที่ อว 8610/ 0912



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

11 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
เรียน อาจารย์ ดร.เกวลิน อัครเดชเรืองศรี

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตร
ศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมุเตอู ในกรุงเทพมหานคร
โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจตนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและ
ขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา
ในวันเสาร์ ที่ 15 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 12.00 น. เป็นต้นไป ณ โรงเรียนโหราศาสตร์ จังหวัดชลบุรี หากต้องการ
รายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และ
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์ซี่)
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รมย์ปาน ๕/๕

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

๕/๕
๓/๒/๖๘

ที่ อว 8610/ 0913



คณะมนตรีศิลปกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

11 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
นมัสการ เจ้าอาวาสวัดสุทัศนเทพวราราม

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและบุญเตลู ในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ่มนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมนตรีศิลปกรรม จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันจันทร์ ที่ 17 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป ณ วัดสุทัศนเทพวราราม หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากพระคุณท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพอย่างสูง

(รองศาสตราจารย์อวีน อินทร์ชัง)
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

พิมพ์ฉัตร

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

๑๕
ท/อ/๒๕

ที่ อว 8610/ 1017



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์

เรียน คุณวิ โลภวิวัฒน์ (พิธีกรรายการ โลภวิวัฒน์)

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการให้พระชอพรและมุเตอู ในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติเทพ แจ่มนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อวีน อินทร์ชัง)
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

พิมพ์งาน

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

๑๖
19/2/68

ที่ อว 8610/ 1018



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
เรียน ดร.พิชญา นิลรุ่งรัตนนา

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมุเตอ ในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 17.00 เป็นต้นไป ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์งษ์)
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รับทราบแล้ว

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

๒ ๖๒
๑๙/๒/๖๘

ที่ อว 8610/ 1019



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

19 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญชู บุญเลิศศิริ

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการให้พระขอพรและมุเตอ ในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้คนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันศุกร์ ที่ 21 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 13.30 เป็นต้นไป ณ มหาวิทยาลัยบูรพา หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์สี)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

พิมพ์ไปรษณีย์

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

๑๙/๒/๖๘

ที่ อว 8610/ 0973



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

17 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอลข้อมูลและขอสัมภาษณ์
เรียน หัวหน้าผู้จัดการและเจ้าหน้าที่อาวุโสศาลเจ้าพ่อเสือ

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาลัทธิสุตฺรศิลป์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การ
ออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมูเตลู ในกรุงเทพมหานคร โดยมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอลข้อมูลและขอ
สัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอลข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา
หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และ
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์ซี่)
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

5ก.ค.68

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832

๒.๘
๑๗/๒ /๕

โทรสาร 0-2225-4350

ที่ อว 8610/ 0974



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

17 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
เรียน พระมหาราชครูพิธีศรีวิสุทธิคุณ

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมูเตลู ในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยติเทพ แจ่มจินดา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์งษ์)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รับไปท.ก.ย

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

2.2
ก.ย/๒๕

ที่ อว 8610/ 0846



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

7 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
นมัสการ พระครูปลัดสุวัฒนสารคุณ

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมุเตอู ในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันจันทร์ ที่ 17 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป ณ วัดสุทัศนเทพวราราม หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์ซี่)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

ศส.เง็กมาลี

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

ศส.
7/2/68

ที่ อว 8610/ 0850



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

7 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
เรียน หัวหน้าผู้จัดการและเจ้าหน้าที่อาวุโสศาลเจ้าพ่อเสือ

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมุเตอู่ ในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันอังคาร ที่ 18 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป ณ ศาลเจ้าพ่อเสือ เสาชิงช้า หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อวีน อินทร์ชัง)
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

อวีน อินทร์ชัง

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

*4
7/2/68

ที่ อว 8610/ 0851.



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

7 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์
นมัสการ พระครูพรเทพ

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมุเตอู่ ในกรุงเทพมหานคร โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติเทพ แจ่มจินดา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันจันทร์ ที่ 17 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป ณ วัดสุทัศนเทพวราราม หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

(รองศาสตราจารย์อวิวัน อินทร์งษ์)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รับไป-1/1

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

2.8
7/2/68

ที่ อว 8610/ 0852



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

7 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์

นมัสการ พระพรหมวชิรมณี (กรรมการมหาเถรสมาคม เจ้าอาวาสวัดสุทัศน์เทพวราราม)

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมุเตอู ในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ดนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันจันทร์ ที่ 17 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 13.00 น. เป็นต้นไป ณ วัดสุทัศน์เทพวราราม หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอนมัสการด้วยความเคารพ

(รองศาสตราจารย์อวริน อินทร์ชัย)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

รับไปท.ร./

สำนักงานคณบดี

โทร 0-2221-5832

โทรสาร 0-2225-4350

รับ
7/2/68

ที่ อว 8610/ 0853



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถนนหน้าพระลาน เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200

7 กุมภาพันธ์ 2568

เรื่อง ขอลข้อมูลและขอสัมภาษณ์
เรียน พระมหาราชครูพิธีศรีวิสุทธิคุณ

ด้วย นางสาวปลายฝน แก้วประทีป รหัสประจำตัว 660420028 นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การออกแบบประสบการณ์ผสมผสานเสมือนจริงผ่านแอปพลิเคชันการไหว้พระขอพรและมุเตอู่ ในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้คนาลาว เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีความประสงค์ขอลข้อมูลและขอสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะมัณฑนศิลป์ จึงขอความร่วมมือในการขอลข้อมูลและขอสัมภาษณ์ให้กับนักศึกษา ในวันศุกร์ ที่ 14 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 09.00 น. เป็นต้นไป ณ เทวสถานสำหรับพระนคร (โบสถ์พราหมณ์) หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นางสาวปลายฝน แก้วประทีป หมายเลขโทรศัพท์ 086-851-4818

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์ซี่)

คณบดีคณะมัณฑนศิลป์

อินทร์ซี่

สำนักงานคณบดี
โทร 0-2221-5832
โทรสาร 0-2225-4350

อินทร์ซี่
3/2/68

การเผยแพร่ผลงาน

ลงพื้นที่ทดสอบระบบแอปพลิเคชันและจัดนิทรรศการ






คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 ขอมอบเกียรติบัตรนี้เพื่อแสดงว่า
 ปลายฝน แก้วประทีป
 ได้เข้าร่วมนำเสนอผลงานวิชาการภาคบรรยาย เรื่อง
 การออกแบบแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ไหว้พระขอพรในกรุงเทพมหานคร
 ในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ศิลปกรรมวิจัย ประจำปี 2567
Exclusion & Inclusion in New Isan Arts : Reimagining Rebranding and Reinterpreting
 2-3 สิงหาคม พ.ศ.2567 ณ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น


 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ เปล่งดีสกุล)
 คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ALPS-IRB-W001426

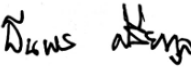
INSTITUTIONAL REVIEW BOARD
ASSOCIATION OF LEGAL & POLITICAL STUDIES

**คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สมาคมนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์
ร่วมกับ บริษัท ที่ปรึกษากฎหมาย ธุรกิจ และการวิจัย ไวก์ โทเกอร์ จำกัด**

ขอมอบประกาศนียบัตรฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

นางสาวปลายฝน แก้วประทีป

ได้ผ่านการอบรม โครงการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
ครั้งที่ 1 ประจำปี 2567 วันจันทร์ที่ 12 กุมภาพันธ์ 2567
(ผ่านระบบ ออนไลน์)



รองศาสตราจารย์ ดร.รณพร ศรียากุล
นายกสมาคมนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์ และ
ประธานกรรมการ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สมาคมนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์

ออกให้ ณ วันที่ 12/02/2024
อายุการรับรอง 2 ปี นับจากวันที่ออกให้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

ปลายฝน แก้วประทีป

วุฒิการศึกษา

ระดับปริญญาตรี: สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต (สธ.บ.)

สาขาออกแบบอุตสาหกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ระดับปริญญาโท: ศิลปมหาบัณฑิต (ศล.ม.)

สาขาวิชาการออกแบบ

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผลงานตีพิมพ์

หัวข้อ: การออกแบบแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ไหว้พระขอพรใน
กรุงเทพมหานคร

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10 (FAR10) Exclusion
& Inclusion in New Isan Arts: Reimaging Rebranding and
Reinterpreting

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2567

