

การออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขจรจัด จังหวัดอุดรธานี

ปิยะธิดา ปานบุญ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

มาริญา ทรงปัญญา

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

A graphic design for public relations of Udon Thani stray dog shelter

Piyathida Panboon

Humanities and Social Sciences, Udon Thani Rajabhat University, Thailand

Mariya Songpanya

Humanities and Social Sciences, Udon Thani Rajabhat University, Thailand

Article Info : Research Article

Article History : Received 10 January 2024

: Revised 12 March 2024

: Accepted 25 March 2024

Corresponding Author : Mariya Songpanya

E-mail Address : mamariyas@gmail.com

บทคัดย่อ

การออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทปัญหาและความต้องการของศูนย์พักพิงสุนัขฯ ออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขฯ และเพื่อประเมินความพอใจต่อสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ศูนย์พักพิงสุนัขฯ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ นายสัตวแพทย์ชำนาญการพิเศษ หัวหน้าโครงการศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดอุดรธานี ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบอินโฟกราฟิก และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มผู้เป้าหมายจำนวน 100 คน ผลการวิจัยพบว่า ศูนย์พักพิงสุนัขจังหวัดอุดรธานีเป็นโครงการรณรงค์ช่วยเหลือแก้ปัญหาสุนัขจรจัดที่ต้องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีให้เกิดความสนใจต่อปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาสุนัขจรจัด ในด้านการออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ สติกเกอร์ไลน์ ภาพอินโฟกราฟิกนำเสนอข้อมูล และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยได้นำแรงบันดาลใจจากสุนัขจรจัดมาออกแบบคาแรคเตอร์สองมิติให้มีความน่ารักและเป็นมิตร ใช้โทนสีที่อบอุ่นและตัวอักษรที่อ่านง่าย และความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ พบว่า สติกเกอร์ไลน์มีความเหมาะสม ความสวยงาม และเป็นมิตรในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.71$) ส่วนการออกแบบอินโฟกราฟิกสามารถสื่อข้อมูลที่มีประโยชน์ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.67$) และความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอยู่ในระดับดีมากที่สุด ($\bar{x}=4.70$)

คำสำคัญ : กราฟิกสื่อประชาสัมพันธ์, อินโฟกราฟิก, สติกเกอร์ไลน์, ศูนย์พักพิงสุนัขจรจัด

Abstract

A graphic design for public relations of Udon Thani Stray Dog Shelter aims to study the context, problems and needs of Udon Thani Stray Dog Shelter, Design graphics for public relations of Udon Thani Stray Dog Shelter, and Assess the satisfaction of graphics for public relations of Udon Thani Stray Dog Shelter. The information providers are 3 specialists as the project leader of Udon Thani Stray Dog Shelter, the infographic design expert, and the line sticker design expert. Data collection used interviews and satisfaction questionnaires from 100 people of the target group in the Udon Thani province. The result elucidated that Udon Thani Dog Shelter Center is a campaign to solve stray dog problems, and wants to develop public relations media to attract people in Udon Thani province who are interested in the solutions of the stray dog problem. Graphic design to publicize the Udon Thani Stray Dog Shelter, including line stickers, infographics, and souvenirs was taking inspiration from stray dogs to design 2D characters in manner of friendly and cute by using warm colors and easy to read typography. The evaluation of target group's satisfaction indicated Line stickers were found to be appropriate, beautiful, and friendly at the highest level ($\bar{x}=4.71$). The Infographic designs can convey useful information at the highest level ($\bar{x}=4.67$) and the suitability of souvenir products is at the most good level ($\bar{x}=4.70$).

Keywords : Publicity graphic, Infographic, LINE stickers, Stray dog shelter

บทนำ

ปัญหาสุนัขจรจัด มักมีสาเหตุมาจากการที่สุนัขบ้านถูกทอดทิ้งละเลยหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้เลี้ยงที่เกิดจากสาเหตุต่าง ๆ และนำมาปล่อยทิ้งตามที่สาธารณะจนทำให้เกิดปัญหาประชากรสุนัขจรจัดเพิ่มขึ้น ซึ่งนอกจากปัญหาสุนัขจรจัดแล้วยังเกิดปัญหาเรื่องเชื้อโรคพิษสุนัขบ้าที่มาจากสุนัขที่ไม่ได้รับวัคซีนที่ป้องกันอย่างถูกต้องรวมถึง ปัญหาด้านการจัดการสาธารณสุขอื่นที่เกี่ยวข้อง ทำให้ปัจจุบันปัญหาสุนัข

จรจัดจึงเป็นปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการช่วยเหลือแก้ไข ซึ่งในแต่ละพื้นที่ของประเทศไทยมีการรณรงค์ช่วยเหลือแก้ปัญหาสุนัขจรจัดอยู่จำนวนมาก โดยหนึ่งในนั้นก็มีจังหวัดอุดรธานีที่จัดตั้งศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานีเพื่อรองรับสุนัขไร้บ้านและขาดที่พึ่งในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดใกล้เคียง โดยศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดอุดรธานี สามารถรองรับสุนัขได้ 150 ตัว ที่ช่วยเหลือจากการถูกปล่อยทิ้งและการถูกทารุณจาก

เจ้าของหรือตามชุมชน ภายในศูนย์พักพิงสุนัขจรจัด ได้มีการทำหมันและฉีดยากันพิษสุนัขบ้าให้กับสุนัขที่เข้ามาอยู่ในศูนย์ทุกตัวก่อนที่จะส่งต่อในกระบวนการหาบ้านให้กับสุนัขเหล่านี้ต่อไป (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2565) ซึ่งในปัจจุบันทางศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดยังคงขาดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีเกิดความสนใจในแนวทางแก้ปัญหาสุนัขจรจัด โดยทางศูนย์มีความต้องการที่จะพัฒนาออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ให้มีความสวยงามเข้าใจง่าย และมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น (รัชพล สืบพรหม, สัมภาษณ์: 20 กรกฎาคม 2565)

การออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ คือ การส่งภาษา (speech) ที่เป็นการสื่อสารให้แก่นัก และกันไม่ว่าจะเป็นการส่งภาษาสื่อสารทางภาพวาด หรือการขีดโดยตัดทอนจนกลายเป็นกราฟิก (graphic) ได้แก่ สื่อกราฟิกในรูปแบบของโปสเตอร์ อินโฟกราฟิก แผ่นพับ สื่อดิจิทัลหรือสื่อออนไลน์ เป็นต้น (ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์, 2549: 1) ซึ่งในปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์สามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลาย และเข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายโดยเฉพาะอินโฟกราฟิกที่สามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวันในหลากหลายรูปแบบ โดย จงรัก เทศนา (2565) ได้ให้ความหมายของอินโฟกราฟิก คือ การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะลายเส้น สัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ ไดอะแกรม ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวที่เข้าใจง่ายในเวลารวดเร็ว ผ่านกระบวนการนำเสนอข้อมูลที่เรียบง่าย และสามารถสื่อสารให้ผู้อ่านเข้าใจได้ด้วยภาษาภาพ

นอกเหนือจากอินโฟกราฟิกแล้วสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันอีกประเภทหนึ่งคือ สติ๊กเกอร์ไลน์

โดยเป็นภาพกราฟิกที่ใช้สื่อสารภายในแอปพลิเคชันไลน์ ที่เน้นการสื่อสารที่เข้าใจง่ายภายในภาพเดียว โดยผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้สติ๊กเกอร์ที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ได้อย่างหลากหลาย ยิ่งไปกว่านั้น สติ๊กเกอร์ไลน์ยังช่วยเพิ่มฐานลูกค้าและสร้างการรับรู้จดจำแบรนด์ให้เกิดขึ้นได้ด้วยความเข้าถึงง่าย จึงทำให้ปัจจุบันสติ๊กเกอร์ไลน์กลายเป็นที่นิยมในทุกช่วงวัย (Goonlinethailand, 2564)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสุนัขจรจัดพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุนัขจรจัดในบริบทการศึกษาปัญหา ผลกระทบ หรือแนวทางแก้ไข เช่น ยศนันท์ ปานาภรณ์ (2562) ได้ทำการศึกษามาตรการทางกฎหมายในการจัดการปัญหาสุนัขจรจัดในประเทศไทย: ศึกษากรณีบทบาทของเจ้าของสุนัขผู้ประกอบการเพื่อจำหน่ายสุนัข และหน่วยงานรัฐ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกเกี่ยวกับสุนัขจรจัด ได้แก่ ญัฐสิทธิ์ ต่อนแก้ว พิศประไพ สารศาสดา และ ชัยพร พานิชรุทติวงศ์ (2562) การออกแบบสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เพื่อลดปัญหาสุนัขจรจัด และปัญจพร อินคต (2559) ออกแบบแอนิเมชันเรื่องสั้น 2 มิติ เพื่อลดการทอดทิ้งสัตว์เลี้ยง เรื่อง “พลูโต” สำหรับผู้มีอายุ 20–45 ปี โดยยังไม่ปรากฏงานวิจัยในการออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นให้ความรู้ รวมไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสุนัขจรจัด ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกและสติ๊กเกอร์ไลน์

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี โดยจะทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิก สื่อสติ๊กเกอร์ไลน์ (LINE stickers) และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้กับ

ทางศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ และรณรงค์ช่วยเหลือสุนัข

จรจัด รวมไปถึงให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ประชาชนทั่วไปให้มีความตระหนักเกี่ยวกับเรื่องนี้มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและความต้องการของศูนย์พักพิงสุนัขในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขในอุดรธานี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ศูนย์พักพิงสุนัขในจังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย

ศึกษาและออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดในอุดรธานี ได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 4 แบบ สื่อสติ๊กเกอร์ไลน์ 1 ชุด จำนวน 40 ภาพ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ เสื้อยืด พวงกุญแจ กระเป๋าผ้า

2. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี นายสัตวแพทย์ชำนาญการพิเศษ รัชพล สืบพรหม หัวหน้าโครงการศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดอุดรธานี ด้านการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ภราดร เสมามาเพชร นักออกแบบดิจิทัลอาร์ต และ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบอินโฟกราฟิก วีรยุทธ โกศลวัฒน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

กลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลุ่มเป้าหมาย จำนวน

100 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ ประกอบด้วยบุคลากรหน่วยงานในกรมปศุสัตว์จังหวัดอุดรธานีและบุคคลทั่วไปในจังหวัดอุดรธานี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สำหรับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับแนวคิด ขั้นตอนและกรรมวิธีการออกแบบ

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขในอุดรธานี โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

4. ขั้นตอนการวิจัย

- 4.1 ศึกษาข้อมูลภาคเอกสารเบื้องต้น
- 4.2 กำหนดขอบเขตและสร้างเครื่องมือวิจัย
- 4.3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน
- 4.4 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามกรอบประเด็นวิจัยเพื่อสรุปแนวทางการออกแบบ
- 4.5 ทำการออกแบบร่างและต้นแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์

4.6 ประเมินผลความพึงพอใจในการออกแบบ จากกลุ่มเป้าหมายและวิเคราะห์ผล

4.7 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

5. สถิติในการวิจัย

ประกอบด้วยสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยการหาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.)

ผลการวิจัย

1. บริบทศูนย์พักพิงสุนัขในจังหวัดอุดรธานี

ศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานีเป็นหนึ่งในโครงการรณรงค์ ช่วยเหลือแก้ปัญหาสุนัขจรจัด สัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัยจากโรคพิษสุนัขบ้า ตามพระปณิธานฯ สมเด็จพระเจ้าฟ้าฯ กรมพระศรีสวางควัฒน วรขัตติยราชนารี ที่ทรงติดตามการดำเนินโครงการนี้ตามอำเภอพื้นที่หรือตามจังหวัดต่าง ๆ ที่มีความสนใจที่จะเข้าร่วมส่งเสริมและแก้ปัญหา โดยหนึ่งในนั้นก็มีจังหวัดอุดรธานี ที่จัดตั้งศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี โดยได้รับความอนุเคราะห์จากกองทัพบก ให้ใช้พื้นที่ของกองพันทหารปืนใหญ่ที่ 13 กรมทหารปืนใหญ่ จัดตั้งเป็นศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดเพื่อรองรับสุนัขไร้บ้านและขาดที่พึ่งในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดใกล้เคียง โดยสามารถรองรับสุนัขได้ 150 ตัว ที่ถูกช่วยเหลือจากการถูกปล่อยทิ้ง และการถูกทารุณจากเจ้าของหรือตามชุมชน ภายในศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดนี้ได้มีทำหมันและฉีดยากันพิษสุนัขบ้าให้กับสุนัขที่ได้เข้ามาอยู่ในศูนย์ฯ ทุกตัว ก่อนที่จะส่งต่อในกระบวนการหาบ้านให้กับสุนัข ซึ่งปัจจุบันทาง

ศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ต้องการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ให้เกิดความสนใจในแนวทางแก้ปัญหาสุนัขจรจัด โดยต้องการที่จะพัฒนาออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ความรู้ต่าง ๆ ให้มีความสวยงามและเข้าใจง่ายมากขึ้น

โดยเนื้อหาที่ ต้องการให้ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสุนัขปลอดโรค คนปลอดภัย ข้อมูลเกี่ยวกับ 5 ย. ได้แก่ อย่าเหยย อย่าเหยียบ อย่าแยก อย่าหยิบ และอย่ายุ่ง การป้องกันอันตรายจากสุนัขจรจัด ข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนเลี้ยงสุนัข ได้แก่ การเตรียมสถานที่อยู่อาศัย การเตรียมอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง การเตรียมการรักษาพยาบาล ข้อมูลเทคนิคการดูแลเอาใจใส่สุนัข และข้อมูลโปรแกรมการฉีดวัคซีนให้สุนัข



ภาพประกอบที่ 1 ศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี

Figure 1 Udon Thani stray dog shelter

2. การออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขในอุดรธานี

ในการออกแบบ ผู้วิจัยเริ่มต้นออกแบบตัวการ์ตูนสุนัขเพื่อนำไปใช้กับสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยได้นำแรงบันดาลใจมาจากลักษณะสุนัขจรจัดโดยเน้นสุนัขสายพันธุ์ผสม จำนวน 4 ลักษณะที่มีรูปลักษณ์และนิสัยแตกต่างกันไป โดยนำมาผสมผสาน

กับเครื่องแต่งกายและบุคลิกที่เลียนแบบมนุษย์ เพื่อให้สามารถสร้างความน่าสนใจและเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยได้ทำการวิเคราะห์แนวคิดและแบบร่างของตัวการ์ตูนสุนัขทั้ง 4 ลักษณะดังนี้

ตารางที่ 1 แนวคิดในการออกแบบตัวการ์ตูนสุนัขจรจัด

Table 1 Design concept for a cartoon character of a stray dogs

แนวคิดและแรงบันดาลใจ	โครงร่าง	แบบร่าง
<p>สุนัขจรจัดตัวที่ 1</p> <p>ลักษณะ: เพศผู้ ขนสั้นสีน้ำตาล</p> <p>บุคลิก: แต่งตัวดูเท่ กวน ๆ ทะเล้น</p>		
<p>สุนัขจรจัดตัวที่ 2</p> <p>ลักษณะ: เพศเมีย ขนสั้นสีขาว</p> <p>บุคลิก: เป็นมิตรน่ารัก ยิ้มหวาน</p>		
<p>สุนัขจรจัดตัวที่ 3</p> <p>ลักษณะ: เพศผู้ ขนยาวสีเทาตัดขาว</p> <p>บุคลิก: ชอบกิน ตลก ขี้ล้อ</p>		
<p>สุนัขจรจัดตัวที่ 4</p> <p>ลักษณะ: เพศผู้ ขนสั้นสีดำ</p> <p>บุคลิก: สุขุม เป็นการทำงาน</p>		

จากแนวคิดและแบบร่างตัวการ์ตูนสุนัขจรจัด ทั้ง 4 ลักษณะ ผู้วิจัยได้คัดเลือกลักษณะที่มีความเหมาะสมโดยเฉพาะในส่วนของคุณสมบัติของรูปแบบเครื่องแต่งกาย

ที่มีความเรียบง่าย และปรับปรุงรูปแบบของใบหน้า และร่างกายให้มีลักษณะใกล้เคียงกันมากขึ้น โดยได้รูปแบบตัวการ์ตูนของสุนัขจรจัดทั้ง 4 ตัว ดังนี้



ภาพประกอบที่ 2 คาแรคเตอร์ของสุนัขจรจัดทั้ง 4 ตัว

Figure 2 Four representations of stray dogs

จากตัวการ์ตูนสุนัขจรจัดทั้ง 4 ตัว ได้ถูกนำมาพัฒนาต่อเป็นสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ รูปแบบต่าง ๆ ได้แก่

2.1 สติกเกอร์ไลน์ จำนวน 40 ภาพ โดยแบ่งการออกแบบเป็น 5 ประเภท ได้แก่

ประเภทสุนัขจรจัดตัวที่ 1 สีน้าตาล มีท่าทางและอารมณ์ทั่วไป ได้แก่ อารมณ์โกรธ เศร้า ทักทาย ซีนชม และท่าทางเฉพาะของสุนัข ได้แก่ การฉีดยาฉีดขึ้น การชู

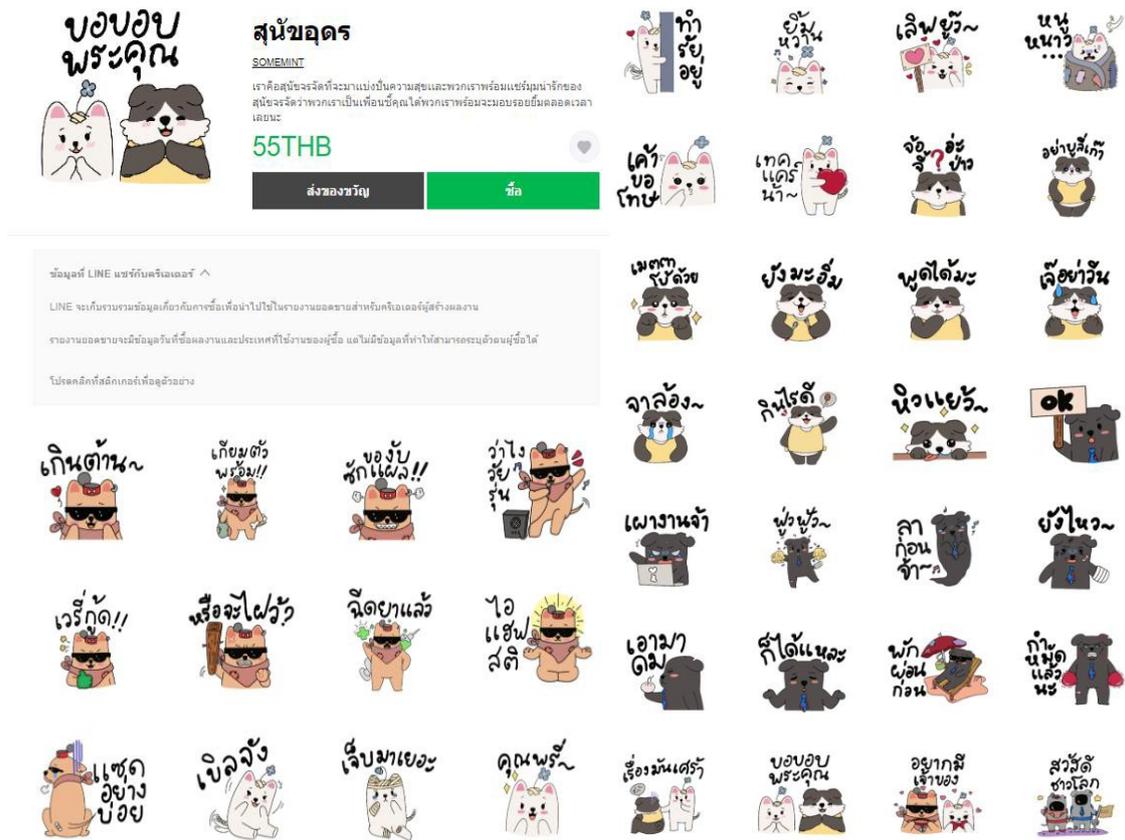
ประเภทสุนัขจรจัดตัวที่ 2 สีขาว มีท่าทางและอารมณ์ที่เป็นมิตร อ่อนหวาน น่ารัก ได้แก่ การบอกรัก ดีใจ ยิ้มอ่อน อ่อนแอ และท่าทางเฉพาะสุนัข ได้แก่ การแอบมองสงสัย ท่าทางการกระดิกหาง

ประเภทสุนัขจรจัดตัวที่ 3 สีเทาขาว เน้นการกินและการอ่อน ได้แก่ สงสัย ชี้ก้างวล ชี้ก้าง ร้องให้ หิว และท่าทางเฉพาะสุนัข ได้แก่ เกาะโต๊ะขออาหาร

ประเภทสุนัขจรจัดตัวที่ 4 สีดำ มีอารมณ์ที่จริงจัง สุขุม เข้มแข็ง รวมไปถึงท่าทางที่เกี่ยวกับการทำงาน การพักผ่อน การให้กำลังใจ และท่าทางเฉพาะสุนัข ได้แก่ ขอดมกลืน และชูไม้ไวใจ

ประเภทสุนัขจรจัดแบบรวมกลุ่ม ที่ใช้จะใช้พูดคุยทั่วไป มีการออกแบบท่าทางและอารมณ์ ได้แก่ การปลอบใจกัน การดีใจ การทักทาย และท่าทางเฉพาะตัวสุนัข ได้แก่ การอยากมีเจ้าของและอยากมีบ้าน

โดยมีผลการออกแบบขั้นสมบูรณ์ ดังนี้



ภาพประกอบที่ 3 ผลการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์
 Figure 3 The results of designing LINE stickers

2.2 สื่ออินโฟกราฟิก ผู้วิจัยได้นำเอาตัวการ์ตูนของสุนัขจรจัดที่ได้ออกแบบมาเป็นกราฟิกในการนำเสนอข้อมูลโดยใช้ร่วมกับตัวอักษรลักษณะมีหัวอ่านง่ายและใช้โทนสีอบอุ่นสดใส โดยได้ออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกจำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ เรื่องข้อมูลโรคพิษสุนัขบ้าและวิธีการป้องกัน 5 ย. ข้อมูลการฉีดวัคซีน

ของสุนัข เรื่องการเตรียมความพร้อมก่อนเลี้ยงสุนัข และข้อมูลการดูแลเอาใจใส่สุนัข โดยออกแบบผ่านการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาการจำแนกเรียงลำดับความสำคัญและขั้นตอนต่าง ๆ พร้อมภาพประกอบอธิบายเพิ่มเติมให้น่าสนใจและเข้าใจง่าย โดยมีผลการออกแบบขั้นสมบูรณ์ ดังนี้



ภาพประกอบที่ 4 ผลการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก
 Figure 4 The results of designing infographics

2.3 ผลลัพธ์ของที่ระลึก ผู้วิจัยได้นำเอา
 รูปแบบของสติ๊กเกอร์ไลน์กลุ่มสุนัขจรจัด มาพัฒนา
 และจัดวางบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เหมาะสมกับการใช้

งานในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ได้แก่ เสื้อยืด พวงกุญแจ
 และกระเป๋าผ้า โดยแบ่งเป็น 5 ชุด ดังนี้



ภาพประกอบที่ 5 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 1-3
 Figure 5 The results of designing a souvenir product, sets 1-3



ภาพประกอบที่ 6 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 4-5
 Figure 6 The results of designing a souvenir product, sets 4-5

3. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ศูนย์พักพิงสุนัขในจังหวัดอุดรธานี

จากการสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ศูนย์พักพิงสุนัขในจังหวัดอุดรธานี ของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยบุคลากรหน่วยงานใน

กรมปศุสัตว์จังหวัดอุดรธานีและบุคคลทั่วไปในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 100 คน มีผลความพึงพอใจ ดังนี้

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์

Table 2 Satisfaction with LINE stickers design

รายละเอียดแบบสอบถาม	จำนวน (N = 100)		ระดับ
	\bar{x}	S.D.	
1. ความเหมาะสม ความสวยงาม และเป็นมิตร	4.71	0.65	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของการใช้โทนสี	4.57	0.70	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษร	4.52	0.96	มากที่สุด
4. ความเหมาะสมของรูปแบบตัวการ์ตูน	4.57	0.65	มากที่สุด
5. ความเหมาะสมของข้อความสติ๊กเกอร์	4.43	0.54	มาก
6. ความสามารถในการสื่อถึงปัญหาสุนัขจรจัด	4.29	0.43	มาก
รวม	4.52	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบความพึงพอใจต่อการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ มีความเหมาะสม ความ

สวยงาม และเป็นมิตรในระดับมากที่สุด (\bar{x} =4.71) ความเหมาะสมของการใช้โทนสี มีความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.57$) ความเหมาะสมของรูปแบบตัวการ์ตูน อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x}=4.57$) ความเหมาะสมของรูปแบบตัวอักษรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.52$) ความเหมาะสมของข้อความสติ๊กเกอร์อยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{x}=4.43$) และความสามารถในการสื่อถึงปัญหาสุนัขจรจัดอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.29$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อการออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลอินโฟกราฟิก

Table 3 The Satisfaction with graphic design for infographics

รายละเอียดแบบสอบถาม	จำนวน (N = 100)		ระดับ
	\bar{x}	S.D.	
1. ความสามารถในการสื่อข้อมูลที่มีประโยชน์	4.67	0.68	มากที่สุด
2. ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับ 5ย. ป้องกันพิษสุนัขบ้า	4.62	0.82	มากที่สุด
3. ความสามารถในการสื่อข้อมูลการเตรียมพร้อมก่อนเลี้ยงสุนัข	4.52	0.96	มากที่สุด
4. ความสามารถในการสื่อข้อมูลเทคนิคการดูแลสุนัขให้สุขภาพดี	4.54	0.65	มากที่สุด
5. ความสามารถในการสื่อข้อมูลการฉีดวัคซีนให้สุนัข	4.38	0.54	มาก
6. ความเหมาะสมของการใช้ตัวอักษรโดยรวม	4.43	0.43	มาก
7.ความเหมาะสมของการใช้สีโดยรวม	4.42	0.73	มาก
8.ความเหมาะสมของการใช้ภาพกราฟิกโดยรวม	4.36	0.64	มาก
รวม	4.50	0.68	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบอินโฟกราฟิก มีความสามารถในการสื่อข้อมูลที่มีประโยชน์ระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.67$) ความสามารถในการสื่อข้อมูล 5 ย. ป้องกันพิษสุนัขบ้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.62$) ความสามารถในการสื่อข้อมูลการดูแลสุนัขให้สุขภาพดีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.54$) ความสามารถในการสื่อข้อมูลเกี่ยวกับการ

เตรียมความพร้อมก่อนเลี้ยงสุนัขอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.52$) ความเหมาะสมของการใช้ตัวอักษรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.43$) ความเหมาะสมของการใช้ภาพกราฟิกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.42$) ความสามารถในการสื่อข้อมูลการฉีดวัคซีนให้สุนัขอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.38$) และความเหมาะสมของการใช้ภาพกราฟิกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.36$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจต่อการออกแบบของที่ระลึก

Table 4 The Satisfaction with souvenir design

รายละเอียดแบบสอบถาม	จำนวน (N = 100)		ระดับ
	\bar{x}	S.D.	
1. ความเหมาะสมของรูปแบบของที่ระลึก	4.70	0.64	มากที่สุด
2. ความมีคุณค่าน่าสะสม	4.56	0.81	มากที่สุด
3. ความสามารถสื่อถึงศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี	4.56	0.95	มากที่สุด
4. ความเหมาะสมของคาแรคเตอร์บนของที่ระลึก	4.55	0.47	มากที่สุด
5. ความเหมาะสมของโทนสีของผลิตภัณฑ์	4.58	0.65	มากที่สุด
6. ลวดลายกราฟิกเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.53	0.70	มากที่สุด
รวม	4.58	0.86	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่าความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบของที่ระลึก ในด้านความเหมาะสมของรูปแบบของที่ระลึกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.70$) ความเหมาะสมของโทนสีของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.58$) ความมีคุณค่าน่าสะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.56$) สามารถสื่อถึงศูนย์พักพิง

สุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานีอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.56$) ความเหมาะสมของคาแรคเตอร์บนของที่ระลึก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.55$) และลวดลายกราฟิกเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.53$) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขในอุดรธานี เป็นวิจัยแบบผสมผสาน ผ่านการศึกษาจากการทบทวนเอกสาร การ

สัมภาษณ์ และการวัดประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถสรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะดังนี้

1.สรุปผลการวิจัย

1.1 บริบทศูนย์พักพิงสุนัขและความต้องการของศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี

ศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานีเป็นหนึ่งในโครงการรณรงค์ ช่วยเหลือแก้ปัญหาสุนัขจรจัด สัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัยจากโรคพิษสุนัขบ้าที่ได้ก่อตั้งเพื่อรองรับ สุนัขไร้บ้านและขาดที่พึ่งในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดใกล้เคียง โดยศูนย์มีความ

ต้องการพัฒนาสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ข้อมูลรณรงค์เกี่ยวกับสุนัขจรจัด ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสุนัขปลอดโรค คนปลอดภัย ข้อมูลเกี่ยวกับ 5 ย. การป้องกันอันตรายจากสุนัขจรจัด ข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนเลี้ยงสุนัข ข้อมูลเทคนิคการดูแลเอาใจใส่สุนัข และข้อมูลโปรแกรมการฉีดวัคซีนให้สุนัข

1.2 การออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขในอุดรธานี

การออกแบบกราฟิกสำหรับประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สติกเกอร์ไลน์ 1 ชุด จำนวนชุด 40 ภาพ ภาพกราฟิกนำเสนอข้อมูล (infographic) จำนวน 4 ภาพ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ พวงกุญแจ กระเป๋าผ้า เสื้อยืด จำนวน 5 ลวดลาย โดยออกแบบตัวการ์ตูนสุนัขจรจัด จำนวน 4 บุคลิกที่มีความแตกต่างกันในลักษณะภาพสองมิติ ที่มีความน่ารักและเป็นมิตร โดยนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สติกเกอร์ไลน์ ภาพอินโฟกราฟิก และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้วยโทนสีที่อบอุ่น และตัวอักษรแบบมีหัวที่อ่านง่าย

1.3 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกราฟิก ประชาสัมพันธ์ศูนย์พักพิงสุนัขในจังหวัดอุดรธานี

2.อภิปรายผลการวิจัย

การออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี โดยเน้นสื่อออนไลน์ ได้แก่ สติกเกอร์ไลน์ และภาพกราฟิก เพื่อนำเสนอข้อมูล และเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ และรณรงค์ช่วยเหลือสุนัขจรจัดรวมไปถึงให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้มากขึ้น ซึ่งสื่อที่ได้ออกแบบใหม่ สามารถกระตุ้นความสนใจของบุคคลทั่วไปในจังหวัดอุดรธานีเกี่ยวกับข้อมูลสุนัขปลอดโรคคนปลอดภัยและ 5 ย. ป้องกัน พืชสุนัขบ้า ข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนเลี้ยงสุนัข ข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคการดูแลสุนัข สุขภาพดี ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมการฉีดวัคซีนให้สุนัข ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้และเข้าใจได้ง่ายขึ้น สามารถนำไปปฏิบัติใช้ในชีวิตประจำวันรวมถึงการกระตุ้นจิตสำนึกของ

จากสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยบุคลากรหน่วยงานในกรมปศุสัตว์จังหวัดอุดรธานีและบุคคลทั่วไปในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 100 คน สามารถสรุปผลความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.52$) โดยมีความเหมาะสม ความสวยงาม และเป็นมิตร ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.71$) ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการออกแบบอินโฟกราฟิก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.50$) โดยมีความสามารถในการสื่อข้อมูลที่มียุทธศาสตร์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.67$) และความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการออกแบบของที่ระลึก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.58$) โดยมีความเหมาะสมของรูปแบบของที่ระลึก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.70$)

กลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงปัญหาของสุนัขจรจัดในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วณาลี อัครพรหมณ์ (2564) เรื่องการออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ใช้กราฟิกนำเสนอข้อมูล (infographic) และการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ในการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงการดูแลสุขภาพและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

นอกจากนี้แนวการออกแบบสื่อกราฟิกประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดจังหวัดอุดรธานี ที่ได้นำเสนอแรงบันดาลใจจากสุนัขจรจัดที่เป็นสายพันธุ์ผสมมาออกแบบเป็นตัวละครการ์ตูนสองมิติที่มีความน่ารักเป็นมิตร รวมไปถึงผสมผสานการแต่งกายและบุคลิกของมนุษย์เพื่อสร้างความโดดเด่นน่าสนใจ นอกจากนี้ยังใช้โทนสีอบอุ่น และตัวอักษรที่น่ารัก

เป็นมิตรอ่านง่าย ทำให้สื่อกราฟิกที่ออกแบบสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้จดจำและเกิดทัศนคติที่ดีต่อสุนัขจรจัดมากขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ธิดาใจ จันทนามศรี (2560) เรื่อง เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของอินโฟกราฟิกไทยแลนด์ ที่พบว่ารูปแบบการสื่อสารด้วยภาพ ทั้งภาพเสมือนจริง ภาพนามธรรม และภาพสัญลักษณ์ เป็นรูปแบบที่เข้าใจง่าย ทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ความหมายของภาพได้ทันที และ

3. ข้อเสนอแนะการวิจัย

3.1 หากมีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมโดยเฉพาะข้อมูลของสุนัขที่ต้องการผู้รับเลี้ยงดูในศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดอุดรธานี จะช่วยให้ผู้อยากรับเลี้ยงสุนัขเข้าถึงข้อมูลได้มากยิ่งขึ้น

3.2 สตีกเกอร์ไลน์สุนัขจรจัด สามารถพัฒนาต่อ โดยแยกคอลเล็กชันของสุนัขแต่ละตัว รวมไปถึง

การออกแบบสื่ออินโฟที่สวยงามมีสีสันสะดุดตา จะส่งผลต่อการรับรู้และจดจำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย ชนาภาคนต์ จรรย์วัฒนากุลกิจ (2560) เรื่อง แมวไทยเพื่อออกแบบคาแรคเตอร์เกมโดยการนำเอาแมวไทยมาทำเกม Pet Simulation ที่มีการออกแบบตัวละครให้มีความน่าสนใจ จากการนำเอาเอกลักษณ์เด่นของแมวไทยมาใช้ในการออกแบบ ทำให้เกิดความแปลกใหม่และส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีความต้องการรู้จักและเลี้ยงแมวไทยมากยิ่งขึ้น

เพิ่มเติมรูปร่างลักษณะสุนัขจรจัดแบบอื่น ๆ ที่พบเห็นตามสถานที่ชุมชน

3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสามารถออกแบบเพิ่มโทนสีและรูปแบบอักษร ให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จรงค์ เทศนา. (2565). อินโฟกราฟิกส์ (Infographics). สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2565, สืบค้นจาก <https://chachoengsao.cdd.go.th>.

ชนาภาคนต์ จรรย์วัฒนากุลกิจ. (2560). การศึกษาแมวไทยเพื่อออกแบบคาแรคเตอร์เกม. ศิลปะประยุกต์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ณัฐสิทธิ์ ดอนแก้ว, พิศประไพ สารศาลิน และ ชัยพร พานิชรุทติวงศ์ (2562). การออกแบบสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ เพื่อลดปัญหาสุนัขจรจัด. ใน รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2562

วันที่ 26 เมษายน 2562 (352-362).

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรังสิต.

ธิดาใจ จันทนามศรี. (2560). เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของอินโฟกราฟิกไทยแลนด์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัญจพร อินคต (2559). ออกแบบแอนิเมชันเรื่องสั้น 2 มิติ เพื่อลดการทอดทิ้งสัตว์เลี้ยง เรื่อง “พลูโต” สำหรับผู้มีอายุตั้งแต่ 20 – 45 ปี. ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- ยศนันท์ ปานาภรณ์. (2562). **มาตรการทางกฎหมายในการจัดการปัญหาสุนัขจรจัดในประเทศไทย: ศึกษากรณีบทบาทของเจ้าของสุนัข ผู้ประกอบกิจการเพื่อจำหน่ายสุนัข และหน่วยงานรัฐ.** นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วนาลี อัครพราหมณ์. (2564). **การออกแบบกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในผู้สูงอายุ.** ศิลปบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์. (2549). **ประวัติศาสตร์การออกแบบกราฟิก.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2565). **สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ทรงติดตามการดำเนินโครงการสัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัยจากโรคพิษสุนัขบ้าตามพระปณิธานฯ ของศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดกองพันทหารปืนใหญ่ที่ 13.** สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2565, สืบค้นจาก <https://news.ch7.com>
- Goonlinethailand. (2564). **Sticker LINE ประเภทต่างฉบับอัปเดตปี 2021.** สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2565, สืบค้นจาก <https://goonline thailand.com>.