

# แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า กรณีศึกษาจังหวัดตรัง

## Logo Design Direction for Slow Tourism : A Case Study of Trang Province

กนกพร สัตยาไชย<sup>1</sup>, อารยะ ศรีกลยาณบุตร<sup>2</sup> และ ปวินท์ บุนนาค<sup>3</sup>

Kanokporn Sattayachai, Araya Srikanlayanabuth and Pawin Bunnag

Corresponding author, E-mail: krataa.kt@gmail.com

Received : March 30, 2021

Revised : November 30, 2021

Accepted : December 15, 2021

### บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวแนวเนิบช้าเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสบการณ์มากกว่าปริมาณกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นและท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าจำเป็นต้องสร้างอัตลักษณ์ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การสร้างตราสัญลักษณ์จึงถือเป็นกระบวนการสำคัญและควรที่จะศึกษา งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นเพื่อหาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า กรณีศึกษาจังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาหาอัตลักษณ์ของจังหวัดตรัง 2) เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า กรณีศึกษาจังหวัดตรัง วิธีวิจัยประกอบด้วย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 9 ท่านแบ่งเป็น 3 ท่านต่อแบบสอบถาม 1 ชุด ได้แก่แบบสอบถามที่ 1 การท่องเที่ยวแนวเนิบช้า แบบสอบถามที่ 2 อัตลักษณ์จังหวัดตรัง และแบบสอบถามที่ 3 ลักษณะของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าและอัตลักษณ์จังหวัดตรัง ซึ่ง

ในแบบสอบถามมีการใช้ตราสัญลักษณ์ที่มีแนวปฏิบัติเป็นเลิศ (Best practices) ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า 1) จังหวัดตรังมีอัตลักษณ์โดดเด่นทั้งหมด 12 อัตลักษณ์ ได้แก่ ถ้ำมรกต รถตุ๊กตุ๊กหัวกบ หอนาฬิกาเมือง หมูย่างเมืองตรัง ขนมเค้กเมืองตรัง ผ้าทอนามื่นศรี ยางพาราต้นแรก สถานีรถไฟกันตัง ประเพณีแลลูกกลม ผลิตภัณฑ์ไม้เทพทาโร พะยูง และวัฒนธรรมการรับประทานอาหารเช้า 2) แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า กรณีศึกษาจังหวัดตรัง ประกอบไปด้วยผลจากการวิเคราะห์ด้วยเกณฑ์ทางเรขศิลป์ 5 เกณฑ์ ดังนี้ คือ 1) ชนิดของตราสัญลักษณ์ควรเป็นแบบ pictorial name mark 2) ประเภทของสัญลักษณ์ควรเป็นแบบ icon 3) แนวโน้มของตราสัญลักษณ์ (Logo trend) ควรเป็นแบบ nature-inspired 4) ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt) ที่ควรใช้ คือ มีความสมมาตรแบบ reflective มี figure ground แบบ stable และมีการใช้หลักของ proximity ร่วมด้วย และ 5) องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบอื่นๆ เช่น เส้นแบบโค้ง ชุดสีแบบเอกรงค์ รูปร่างเรขาคณิต และอักษรแบบไม่มีเชิง โดยคำตอบที่ได้นี้จะเป็แนวทางในการ

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/  
Master's degree student Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/  
Professor, Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

<sup>3</sup> ดร.สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/  
Dr., Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

ออกแบบตราสัญลักษณ์ ซึ่งจะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแนวเนิบช้าในจังหวัดตรังให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวได้ และหวังว่าแนวทางนี้จะเป็นองค์ความรู้สำหรับผู้สนใจนำไปใช้ในการริเริ่มการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวแนวเนิบช้าที่อื่นๆได้ในอนาคตอีกด้วย

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวแนวเนิบช้า, ตราสัญลักษณ์, จังหวัดตรัง

## Abstract

Slow tourism is the alternative tourism in Thailand, which is eco-friendly, locally-connected and aims to create more experiences in each place than visiting various places with 'slow down' concept. To develop slow tourism in Thailand, logo design is the important process that needs to explore more in a design guideline. This research aims at contributing to knowledge in logo design for slow tourism, employing 'Trang province' as a case study. The objectives are: 1) To search for identities of Trang province. 2) To develop a guideline of logo design for slow tourism: a case study of Trang province. Research methods include literature review, 3 questionnaires with nine experts. The research outcomes are: 1) Trang province found 12 identities represent Trang culture and nature include emerald cave, frog head Tuk Tuk, Trang clock tower, Trang grilled pork, Trang cake, Na Muen Sri Handicraft Textile, Thailand's First Rubber Tree, Old train station, Look-Lom festival, Trang aromatic wood carving, Dugong and Trang traditional breakfast 2) Guideline of logo design for slow tourism: a case study of Trang province consists of five components: type of logo: pictorial name mark, category of sign: icon, logo trend: nature-inspired, Gestalt principles: proximity, reflective symmetry and stable figure ground and other design principles include curve line, monochrome color, geometric shape, sans serif font. The research knowledge can

be used as a logo design direction to help Trang province to promote their slow tourism and could be useful initiatives for other slow tourism spots to develop their own design.

**Keyword:** Slow tourism, Logo design, Trang province

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงและมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก สังเกตได้จากการอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ<sup>4</sup> ส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวมีการเคลื่อนตัวอย่างรวดเร็วโดยสามารถสร้างเม็ดเงินอย่างมหาศาลจากแหล่งท่องเที่ยวและจากทรัพยากรที่มีอยู่ทำให้ทำให้ปีให้หลังมานี้ หน่วยงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งตัวของนักท่องเที่ยวเอง ได้มีการสังเกตเห็นว่าการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mass tourism) หรือการท่องเที่ยวแบบมวลชนนั้นเริ่มมีผลกระทบต่อทรัพยากรต่างๆ อย่างเช่นทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเสื่อมโทรมลง ทำให้ร้านอาหารให้ท้องถิ่นปรับเปลี่ยนรูปแบบจนขาดเสน่ห์ หรือแม้กระทั่งการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมท้องถิ่นตามการบริโภคของนักท่องเที่ยวกระแสหลักจนสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชนไป ด้วยเหตุนี้เองจึงมีความพยายามที่จะแก้ปัญหาจากการท่องเที่ยวแบบมวลชนนี้เกิดขึ้นเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Alternative tourism) หลายรูปแบบด้วยกัน หนึ่งในนั้นคือการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า (Slow tourism) นั้นเอง

การท่องเที่ยวแนวเนิบช้า (Slow tourism)<sup>5</sup> เป็นการเดินทางที่ต้องการลดจำนวนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวลง เพื่อเพิ่มปริมาณประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุดให้มากขึ้น โดยเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นโดยตรงและใช้เวลาในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างคุ้มค่าที่สุด ก่อให้เกิดการการพักผ่อนอย่างแท้จริง โดยไม่ไปรบกวนแหล่งท่องเที่ยวหรือทำลายวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวแนวเนิบช้ามีปริมาณการขยายตัวขึ้นอย่างมาก เนื่องจากผู้คนมีภาวะเบื่อหน่ายสังคมเมืองอันเร่งรีบและแสนวุ่นวาย จนพยามหลีกเลี่ยงหนีการท่องเที่ยวกระแสหลักนั่นเอง

<sup>4</sup> สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 3/2562, หน้า 7.

<sup>5</sup> Dickinson, J. E., Robbins, D., & Lumsdon, L. (2011). Slow Travel: issues for tourism and climate change. Journal of Sustainable Tourism, 19(3), 281-300.

ซึ่งหากประเทศไทยสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าได้สำเร็จก็จะส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจนสามารถสร้างความเข้มแข็งของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือ CBT - Community Based Tourism ได้อีกด้วย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแนวเนิบช้าให้เป็นที่รู้จักนั้น จำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์การสร้างแบรนด์อันมีการออกแบบเรขศิลป์เป็นปัจจัยสำคัญ โดยสังเกตได้จากการที่นักท่องเที่ยวจัดตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ ได้นั่นเอง จากจุดนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า ตราสัญลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าสนใจและควรนำมาศึกษาเพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์ที่ชัดเจนขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาและเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยนี้จึงมีการศึกษาในระดับกรณีศึกษาซึ่งในที่นี้คือ จังหวัดตรัง

จังหวัดตรังเป็นจังหวัดขนาดเล็ก ตั้งอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทย เป็น 1 ใน 12 เมืองรองนำท่องเที่ยวที่ประกาศโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความอุดมสมบูรณ์และยังไม่มีเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก ซึ่งถือว่ามีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแนวเนิบช้าได้ ไม่ว่าจะเป็น เกาะลิบงที่มีการท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยชุมชนเอง เป็นมิตรต่อพะยูน ซึ่งเป็นสัตว์อนุรักษ์ประจำถิ่น หรือ การรับประทานอาหารเช้าแบบท้องถิ่น ที่ยังคงพบเห็นวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมได้โดยทั่วไป ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นองค์ความรู้ที่สามารถช่วยสร้างโอกาสให้ผู้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแนวเนิบช้านำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างตราสัญลักษณ์ตลอดจนทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักได้ รวมทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้สนใจในเรื่องจังหวัดตรัง ได้เห็นถึงศักยภาพและนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาหาอัตลักษณ์ของจังหวัดตรัง
2. เพื่อหาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า กรณีศึกษาจังหวัดตรัง

## ขอบเขตของการวิจัย

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากวรรณกรรมที่มีแนวปฏิบัติเป็นเลิศ (Best practices) โดยในที่นี้หมายถึงการรวบรวมตัวอย่างออกแบบตราสัญลักษณ์ซึ่งคัดเลือกจากผลงานที่ผ่านการประกวดระดับนานาชาติมีคณะกรรมการระดับสากลเป็นผู้ตัดสิน ประกอบด้วยผลงานจาก 2 แหล่งด้วยกันคือ การประกวด WOLDA – Worldwide Logo Design Award และ การประกวดIndigo Design Award

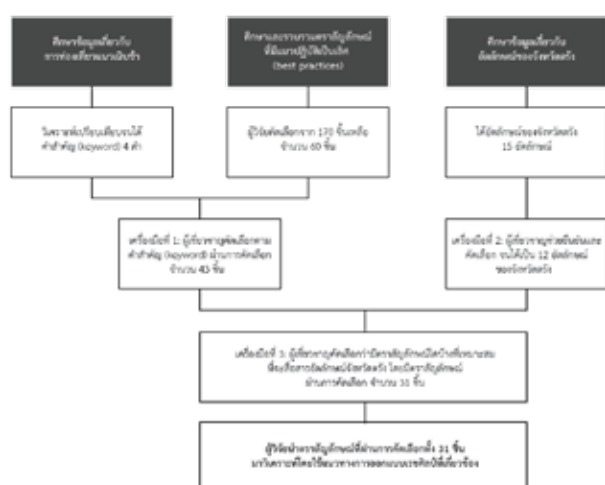
2. งานวิจัยนี้ครอบคลุมพื้นที่การศึกษาเป็นกรณีศึกษาจังหวัดตรัง โดยมีการใช้หลักการทุนวัฒนธรรมเข้ามาเป็นแนวทางในการคัดเลือกอัตลักษณ์

3. งานวิจัยนี้มุ่งหาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ ซึ่งหมายถึงลักษณะทางเรขศิลป์ที่เหมาะสมสำหรับใช้ออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยมีพื้นฐานจากองค์ความรู้เกี่ยวกับเรขศิลป์ อย่างเช่น ชนิดของตราสัญลักษณ์ ประเภทของสัญญาณ แนวโน้มของตราสัญลักษณ์ ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt) นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบอื่นๆ เช่น เส้น สี และตัวอักษร เป็นต้น ซึ่งแนวทางดังกล่าวสามารถช่วยให้ผู้ที่ศึกษาวิจัยนำไปออกแบบและประยุกต์ใช้ต่อไปได้

## วิธีการดำเนินการ

ในการหาแนวทางการออกแบบ ผู้วิจัยได้ใช้การคัดเลือกตัวอย่างงานที่ได้รับความนิยมเชื่อถือจากงานประกวดผนวกกับการวิเคราะห์หาคำสำคัญจากลักษณะและนิยามของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า พร้อมกับการศึกษาหาอัตลักษณ์ของจังหวัดตรังอันเป็นกรณีศึกษาของงานวิจัย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีการค้นคว้าจากการรวบรวมข้อมูลเอกสาร (Documentary search) เป็นหลัก ประกอบกับการใช้แบบสอบถาม โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

## วิธีการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 1 แผนผังแสดงวิธีการวิจัย  
ที่มา: โดยผู้วิจัย กนกพร สัตยาไชย (2564)

### 1.1 รวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 รวบรวมข้อมูลจากบทความวิจัย ศิลปินหนังสือ และเว็บไซต์ เพื่อศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าและอัตลักษณ์ของจังหวัดตรัง เพื่อนำไปใช้สร้างเครื่องมือวิจัย

ส่วนที่ 2 รวบรวมตัวอย่างผลงานการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่มีแนวปฏิบัติเป็นเลิศ (Best practices) เพื่อใช้ประกอบการสร้างเครื่องมือวิจัยและใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน

ส่วนที่ 3 รวบรวมหลักการออกแบบเรขศิลป์ที่เกี่ยวกับการสื่อความหมายและการรับรู้ สำหรับใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ด้วยตนเองเพื่อหาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์จากตัวอย่างชิ้นงานที่ผ่านการคัดเลือก

### 1.2 สร้างเครื่องมือในการวิจัยและนำไปใช้

งานวิจัยนี้ประกอบด้วยขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ 3 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ** ในการคัดเลือกตัวอย่างตราสัญลักษณ์นั้น ถือเป็นการศึกษาจากตราสัญลักษณ์ที่มีแนวปฏิบัติเป็นเลิศ (Best practices) จึงจำเป็นจะต้องมีเกณฑ์การคัดเลือกที่ชัดเจนและสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า จึงใช้วิธีการนำเอานิยามของการท่องเที่ยวช้าจากผู้ให้นิยาม 5 บทความ มาเปรียบเทียบหาความถี่เพื่อวิเคราะห์คำสำคัญ(Keyword) ต่อไปผู้วิจัยจะทำการคัดเลือกตราสัญลักษณ์จากแหล่งที่นำเชื่อถือ โดยคัดเลือกจากผลงานที่ผ่านการประกวดระดับนานาชาติ มีคณะกรรมการระดับสากลเป็นผู้ตัดสิน ได้แก่ การประกวด WOLDA – Worldwide Logo Design Award และ Indigo Design Award ซึ่งมีตัวอย่างงานรวมกันทั้งหมด 170 ชิ้น จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกตัวอย่างเบื้องต้นด้วยวิธีแบบเจาะจง (Purposive sampling) ตามเกณฑ์คำสำคัญ แล้วนำตราสัญลักษณ์ที่ผ่านเกณฑ์นั้นไปใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

**ขั้นที่ 2 สร้างเครื่องมือ** งานวิจัยนี้ประกอบไปด้วยเนื้อหาหลักและกรณีศึกษา จึงต้องอาศัยการสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อช่วยวิเคราะห์และยืนยันข้อมูล ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อช่วยในการคัดเลือกตัวอย่างและยืนยันข้อมูลเพื่อให้เกิดความชัดเจนและแม่นยำ การสร้างเครื่องมือสำหรับวิจัยนี้จะแบ่งเป็น 3 เครื่องมือตามเนื้อหาและความเชี่ยวชาญของผู้เชี่ยวชาญแต่ละชุด ได้แก่

**เครื่องมือที่ 1** มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยคัดเลือกตราสัญลักษณ์ที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกแล้วในเบื้องต้นว่ามีตราสัญลักษณ์ใดบ้างที่สื่อสารถึงความหมายของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า ซึ่งใช้วิธี Delphi Technique โดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย นักออกแบบ

ผู้มีประสบการณ์การออกแบบตราสัญลักษณ์ 1 ท่าน นักการตลาดตัวแทนมุมมองของผู้นำไปใช้ 1 ท่านและอาจารย์ตัวแทนมุมมองด้านวิชาการ 1 ท่าน โดยแต่ละท่านจะต้องมีประสบการณ์ทำงานในสายงานนั้นๆ ไม่ต่ำกว่า 3 ปี

**เครื่องมือที่ 2** มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยคัดเลือกอัตลักษณ์ของจังหวัดตรังตามแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมโดยการใช้วิธี Delphi Technique โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านจังหวัดตรังหรือปราชญ์ชาวบ้านจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยประธานสมาคมผู้ประกอบการรุ่นใหม่เป็นตัวแทนภาคธุรกิจ 1 ท่าน นักวิเคราะห์นโยบายการท่องเที่ยวเป็นตัวแทนภาครัฐ 1 ท่าน และเจ้าของโฮมสเตย์เป็นตัวแทนภาคประชาชน 1 ท่าน โดยแต่ละท่านจะต้องมีภูมิลำเนาหรือเคยปฏิบัติหน้าที่อยู่ในจังหวัดตรังไม่ต่ำกว่า 3 ปี

**เครื่องมือที่ 3** มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยคัดเลือกตราสัญลักษณ์ที่ผู้เชี่ยวชาญชุดแรกคัดเลือกไว้แล้วจากเครื่องมือที่ 1 ว่ามีตราสัญลักษณ์ใดบ้างที่เหมาะสมที่จะสื่อสารอัตลักษณ์จังหวัดตรังที่ผู้เชี่ยวชาญชุดที่ 2 คัดเลือกไว้แล้วจากเครื่องมือที่ 2 โดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยนักออกแบบผู้มีประสบการณ์การออกแบบตราสัญลักษณ์ 1 ท่าน นักการตลาดตัวแทนมุมมองของผู้นำไปใช้ 1 ท่าน และอาจารย์เป็นตัวแทนมุมมองด้านวิชาการ 1 ท่าน โดยแต่ละท่านจะต้องมีประสบการณ์ทำงานในสายงานนั้นๆ ไม่ต่ำกว่า 3 ปี

**ขั้นที่ 3 นำเครื่องมือไปใช้** เมื่อได้เครื่องมือสำหรับงานวิจัยแล้ว ผู้วิจัยเอาเครื่องมือแต่ละชุดไปใช้โดยทำการเข้าพบผู้เชี่ยวชาญและอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็นเวลาประมาณ 10 นาที จากนั้นจึงได้ให้ผู้เชี่ยวชาญทำแบบสอบถามด้วยตนเองที่ละข้อจนครบแล้วจึงมาพูดคุยเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นอันเสร็จสิ้นขั้นตอน

### 1.3 วิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลในแต่ละขั้นตอน ผู้วิจัยจะรวบรวมผลและนำมาวิเคราะห์โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้วิจัยวิเคราะห์หาคำสำคัญของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าและอัตลักษณ์ของจังหวัดตรังจากเนื้อหาในวรรณกรรม เพื่อนำไปใช้ในเครื่องมือวิจัยที่ 1 และเครื่องมือที่ 2

ส่วนที่ 2 ผู้วิจัยวิเคราะห์เปรียบเทียบคำตอบของผู้เชี่ยวชาญชุดที่ 1 เพื่อหาตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่ผ่านการคัดเลือกจากเครื่องมือที่ 1 และวิเคราะห์เปรียบเทียบคำตอบของผู้เชี่ยวชาญชุดที่ 2 เพื่อหาอัตลักษณ์จังหวัดตรังจากเครื่องมือที่ 2 และสุดท้ายผู้วิจัยวิเคราะห์เปรียบเทียบคำตอบของผู้เชี่ยวชาญชุดที่ 3 เพื่อหาตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่ผ่านการคัดเลือกจากเครื่องมือที่ 3

ส่วนที่ 3 ผู้วิจัยวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์จากตัวอย่างชิ้นงานที่ผ่านการคัดเลือกจากเครื่องมือที่ 3 โดยใช้แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) ประเภทของตราสัญลักษณ์ (Type of logo) การแบ่งตราสัญลักษณ์ (ศรีกัลยาณบุตร, อ., 2541) แบบหยาบเป็น 3 แบบใหญ่ๆ คือ Logo, Symbol และ Combination mark นั้นจะมีประโยชน์ที่เข้าใจได้ง่ายกว่าและเหมาะที่นำไปใช้ในการอธิบายเพื่อนำเสนอผลงานกับลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริหารองค์กร ส่วนการแบ่งแบบละเอียดเป็น 7 แบบ คือ Name-only mark, Initial letter mark, Allusive mark, Abstract mark, Name symbol mark, Pictorial name mark และ Associative mark นั้นจะมีประโยชน์ในเชิงวิเคราะห์ซึ่งเหมาะสำหรับการใช้งานของนักออกแบบ



ภาพที่ 2 ประเภทของตราสัญลักษณ์  
ที่มา: การออกแบบตราสัญลักษณ์

2) ประเภทของสัญญาณ (The Categories of Signs) ได้จัดแบ่งสัญญาณออกเป็น 3 ประเภท (Peirce, 1955) ตามความสัมพันธ์ของสัญญาณกับของจริงที่ถูกแทนที่ ได้แก่ 1) Icon หรือ “รูปเหมือน” เป็นเครื่องหมายที่มีรูปร่างลักษณะเหมือน (Resemblance) หรือคล้ายกับของจริง หรือสิ่งที่มันบ่งบอกและเป็นที่เข้าใจได้ง่าย ตัวอย่างเช่น ภาพถ่าย แผนที่ ภาพวาดภาพบนป้ายจราจรที่เป็นรูปจำลองของรถยนต์หรือจักรยานยนต์กระแทกคาบุดบางคำ ที่เป็นการเตือนเสียงธรรมชาติ 2) Index/indices หรือ “ดัชนี” เป็นเครื่องหมายที่มีความเชื่อมโยงของจริงแบบเป็นเหตุเป็นผลกัน (Causal connection) เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งตัวอย่างเช่นควันไฟเป็นเครื่องบ่งชี้ว่ามีไฟไหม้ 3) Symbol หรือ “สัญลักษณ์” เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงบางสิ่งบางอย่าง แต่มันไม่ได้คล้ายคลึงกับสิ่งที่มันบ่งชี้ความเชื่อมโยงระหว่าง

สัญลักษณ์กับของจริงที่มันอ้างอิงถึงนั้น ไม่ใช่ความเชื่อมโยงกัน ตามธรรมชาติแต่เป็นผลมาจากข้อตกลงของสังคม (Social convention) และอาศัยการเรียนรู้ตัวอย่างเช่น ภาษา เครื่องหมายจราจร และเครื่องหมายทางด้านคณิตศาสตร์ หลักการข้างต้นนี้มีประโยชน์ต่อการสร้างตราสัญลักษณ์ในแง่ของการสื่อสารและการใช้สิ่งของมาแทนค่าและสื่อความหมาย โดยประเภทของสัญญาณสามารถช่วยให้เห็นถึงระดับความซับซ้อนของการสื่อสารได้ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานได้



ภาพที่ 3 ประเภทของสัญญาณ  
ที่มา: <http://www.decodingculture.in/>

3) แนวโน้มของตราสัญลักษณ์ (Logo trend) เป็นการนำทิศทางทางการออกแบบตราสัญลักษณ์ของแต่ละปีมาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางออกแบบในปีถัดไป โดยในที่นี้ผู้วิจัยได้นำ logo trend จากปี 2020 จากเว็บไซต์ [www.graphicmama.com](http://www.graphicmama.com) โดยมี Lyudmil Enchev นักออกแบบเรขศิลป์ บรรณาธิการเว็บไซต์เป็นผู้รวบรวมวิเคราะห์และนำมาเผยแพร่ ซึ่งแนวโน้มตราสัญลักษณ์ปี 2020 ประกอบด้วย 1) 3D and Isometric Logo Designs 2) Logos in Ink Style 3) Wordmark Logo Design 4) Nature-inspired Logo Design 5) Classic Black & White Logo Design 6) Vivid Colors in Logo Design 7) Character & Mascot in Logo Design 8) Glitch in Logo Design 9) Animated Logos 10) Gradients in Logo Design 11) Simple Geometry Shapes in Logo Design

4) ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt) ในการออกแบบการรับรู้จะเกิดจากการที่สมองประมวลผลประสบการณ์ในอดีตและความรู้สึกขณะนั้น รูปทรงของวัตถุใดๆนั้น ไม่ได้มีความสำคัญมากไปกว่าพื้นที่ว่างรอบๆตัวมัน ทุกอย่างย่อมมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งอื่นรอบตัวเสมอ ความเข้าใจเกิดจากการลงมือทำ มนุษย์รับรู้ต่อสิ่งที่เห็นได้อย่างรวดเร็ว เช่น สี, รูปทรง, พื้นผิว, เสียง และการเคลื่อนไหว มันเกิดจากการเชื่อมโยงของสมอง

5) องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบอื่นๆ เช่น เส้น สี และตัวอักษร เป็นต้น กล่าวคือ เส้นแบบต่างๆ สามารถสื่ออารมณ์ที่แตกต่างออกไป ไม่ว่าจะเป็นเส้นโค้ง เส้นคลื่น เส้นหยัก หรือเส้นตรง ในส่วนของสี การเลือกใช้สีแบบคู่ตรงข้ามหรือสีใกล้เคียงหรือสีเอกรงค์ เหล่านี้นั้นย่อมให้ทิศทางทางการออกแบบที่แตกต่างกัน รวมถึงตัวอักษรที่เป็นส่วนที่มีบทบาทสำคัญในงานออกแบบ ตัวอักษรแบบมีเชิงและแบบไม่มีเชิง ก็ถือเป็นข้อสังเกตที่ควรศึกษา เหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบย่อย ที่มีประโยชน์กับการหาแนวทางการออกแบบเป็นอย่างดี

ผลการวิจัยหรือการศึกษา

ได้ผลวิจัยเป็น 2 ส่วนดังนี้

1.1 ผลการวิจัยที่วิเคราะห์จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์คำสำคัญของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า

จากการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความวิจัย ศิลปนิพนธ์ และเว็บไซต์แล้วพบว่า นิยามและลักษณะของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้ามีอยู่หลากหลายทฤษฎีจากผู้ให้นิยามหลายท่าน โดยการศึกษาจะนำคำนิยามเหล่านี้

ไปใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวอย่างตราสัญลักษณ์นั้น

จำเป็นต้องใช้กระบวนการวิเคราะห์หาคำสำคัญ(keyword) ซึ่งสามารถทำได้โดยนำความหมายและทฤษฎีการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าของผู้ให้นิยามแต่ละท่าน มาเปรียบเทียบตารางโดยแบ่งกลุ่มของความหมายได้เป็น 4 กลุ่มดังปรากฏในตารางด้านล่างนี้ และหากทฤษฎีใดพบคำที่มีความหมายไปในทิศทางเดียวกันก็จะคัดเลือกคำนั้นเป็นคำสำคัญ

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบนิยามเพื่อหาคำสำคัญ

| การแบ่งกลุ่ม                            | Dickinson & Lumsdon (2010)  | Caffyn (2009)                | Conway and Timm (2010) | Lumsdon and McGrath (2011)                       | ราณี อธิชัยกุล และ ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, (2554) | คำสำคัญ (Keyword)                    |
|-----------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------|
| กลุ่มความช้า                            | ยานพาหนะอันเนิบช้า          |                              |                        |                                                  | ไร้ความเร่งรีบให้เวลาและโอกาส                 | ไม่เร่งรีบให้เวลาช้า                 |
| กลุ่มประสบการณ์การท่องเที่ยว            | มุ่งเน้นคุณภาพของประสบการณ์ | สร้างประสบการณ์จริง          |                        | ไม่เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวสะสมประสบการณ์ท่องเที่ยว | ผ่อนคลายความตึงเครียดซึมซับประสบการณ์         | ผ่อนคลายให้ประสบการณ์                |
| กลุ่มที่ให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อม       | ลดปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์    | เป็นมิตรกับธรรมชาติ          | ใส่ใจสิ่งแวดล้อม       |                                                  | ลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม            | เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมดูเป็นธรรมชาติ |
| กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่น | วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น   | เกี่ยวข้องกับผู้คนในท้องถิ่น | ความยั่งยืนของวัฒนธรรม | มีปฏิสัมพันธ์กับชาวท้องถิ่น                      | พบปะผู้คนในท้องถิ่น                           | มีความเชื่อมโยงกับท้องถิ่น           |

จากการเปรียบเทียบความหมายและทฤษฎีตามตารางจึงสามารถสรุปได้ว่า คำสำคัญ หรือ Keyword ที่สามารถสื่อถึงลักษณะของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า มีดังต่อไปนี้

1. ช้า ไม่เร่งรีบ ให้เวลา
2. ผ่อนคลาย ให้ประสบการณ์
3. ดูเป็นธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
4. มีความเชื่อมโยงกับท้องถิ่น



## ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของจังหวัดตรัง

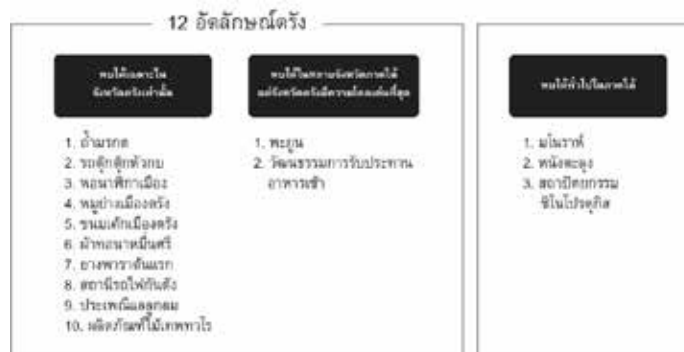
ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งจากหนังสือและเว็บไซต์ตามแนวคิดทฤษฎีทางวัฒนธรรมซึ่งครอบคลุมประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) ศิลปะการแสดง 2) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 3) วรรณกรรมพื้นบ้าน 4) กีฬาหรือภูมิปัญญาไทย 5) เทศกาล พิธีกรรม 6) ความรู้และแนวปฏิบัติ 7) ภาษา โดยจะพบว่าในบางประเภทรูปแบบนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นร่วมกันในท้องถิ่นภาคใต้จึงไม่เพียงพอที่จะนำมาเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดตรัง



ภาพที่ 4 ตารางแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดตรัง โดยแบ่งตามเกณฑ์แนวคิดทฤษฎีทางวัฒนธรรม  
ที่มา: โดยผู้วิจัย กนกพร สัตยาไชย (2564)

ผู้วิจัยจึงเลือกอัตลักษณ์ที่เด่นและมีความเป็นปัจจุบันทันสมัยสำหรับใช้ในแบบสอบถามทั้งสิ้น 15 อัตลักษณ์ ได้แก่ 1) พะยูม 2) ถ้ำมรกต 3) รถตุ๊กตุ๊กหัวกบ 4) หอนาฬิกาเมืองตรัง 5) หมู่บ้านเมืองตรัง 6) วัฒนธรรมการกินอาหารเข้า 7) ขนบเค็กเมืองตรัง 8) ผ้าทอพื้นเมืองศรี 9) ยางพาราต้นแรก 10) ประเพณีแลลูกกลม 11) มโนราห์ 12) หนังตะลุง 13) สถานีรถไฟกันตัง 14) ผลิตภัณฑ์ไม้เทพทาโร 15) สถาปัตยกรรมชิโนโปรตุกีส

โดยในเครื่องมือวิจัยที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญจะพิจารณาอัตลักษณ์แต่ละข้อว่ามีความโดดเด่นเป็นที่รู้จักมาก - น้อย 3 ระดับ ได้แก่ “พบได้เฉพาะในจังหวัดตรังเท่านั้น” เท่ากับโดดเด่นมากที่สุด “พบได้ในหลายจังหวัดภาคใต้” เท่ากับโดดเด่นปานกลาง และ “พบได้ทั่วไปในภาคใต้” เท่ากับโดดเด่นน้อยที่สุด ซึ่งผลการตอบแบบสอบถามทั้ง 15 ข้อพบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมีคำตอบดังนี้



ภาพที่ 5 ตารางแสดงคำตอบที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในเครื่องมือที่ 2  
ที่มา: โดยผู้วิจัย กนกพร สัตยาไชย (2564)

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่า คำตอบที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้ในงานวิจัยนั้นสามารถใช้ได้ทั้งอัตลักษณ์ที่ “พบได้เฉพาะในจังหวัดตรงเท่านั้น” และ “พบได้ในหลายจังหวัดภาคใต้แต่จังหวัดตรงมีความโดดเด่นที่สุด” รวมทั้งสิ้น 12 อัตลักษณ์ เนื่องจากมีแนวโน้มที่จะสามารถนำไปใช้สื่อสารถึงจังหวัดตรงได้โดยตรง ไม่สร้างความสับสนกับจังหวัดอื่นๆในพื้นที่ใกล้เคียง

## 1.2 ผลการวิจัยที่วิเคราะห์จากเครื่องมือวิจัย

**แบบสอบถามที่ 1** จากตราสัญลักษณ์ที่ผู้วิจัยวิเคราะห์เบื้องต้น พบว่าผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้พิจารณาว่า ตราสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับคำสำคัญ (Keyword) ทั้งสิ้นมี 43 ชิ้น และไม่สอดคล้องทั้งสิ้น 17 ชิ้น

**แบบสอบถามที่ 3** เมื่อนำตราสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับคำสำคัญ (Keyword) ของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าที่ได้จากการคัดเลือกโดยใช้แบบสอบถามที่ 1 ทั้ง 43 ชิ้น มาพิจารณาว่ามีลักษณะเหมาะสมที่จะสื่อสารอัตลักษณ์ทั้ง 12 ของจังหวัดตรงที่ได้จากแบบสอบถามที่ 2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการคัดเลือกตราสัญลักษณ์ที่มีแนวโน้มเหมาะสมในการนำไปสื่อสารอัตลักษณ์จังหวัดตรง ทั้งสิ้น 31 ชิ้น และไม่เหมาะสมทั้งสิ้น 29 ชิ้น ดังปรากฏด้านล่างนี้



**ภาพที่ 6** ตราสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับคำสำคัญ (Keyword) ของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าและมีลักษณะเหมาะสมที่จะสื่อสารอัตลักษณ์ของจังหวัดตรง

ที่มา: <https://wolda.org/> และ <https://www.indigoaward.com/>

เมื่อได้ตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่มีความสอดคล้องกับคำสำคัญ (Keyword) ของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าและมีลักษณะเหมาะสมที่จะสื่อสารอัตลักษณ์ของจังหวัดตรง ทั้งสิ้น 31 ชิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ด้วยตนเองโดยใช้แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

### 1. ประเภทของตราสัญลักษณ์ (Type of logo) ได้ผลดังนี้

**ตารางที่ 2** ตารางแสดงคำตอบที่ได้จากการวิเคราะห์ประเภทของตราสัญลักษณ์

| ประเภทของตราสัญลักษณ์ | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|-----------------------|----------------------------------------------|
| Pictorial name mark   | 18                                           |
| Allusive mark         | 12                                           |
| Name only mark        | 1                                            |
| Initial letter mark   | 0                                            |
| Abstract mark         | 0                                            |
| Name symbol mark      | 0                                            |
| Associative mark      | 0                                            |

จากตารางพบว่า ตราสัญลักษณ์ประเภท Pictorial name mark พบได้มากที่สุดเป็นจำนวน 18 ชิ้น และประเภท Allusive mark เป็นลำดับที่ 2 จำนวน 12 ชิ้น และพบ Name only mark เป็นลำดับที่ 3 จำนวน 1 ชิ้น



## 2. ประเภทของสัญญาณ (The Categories of Signs) สามารถแยกประเภทได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงคำตอบที่ได้จากการวิเคราะห์ประเภทของสัญญาณ

| ประเภทของสัญญาณ | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|-----------------|----------------------------------------------|
| icon            | 13                                           |
| symbol          | 11                                           |
| index           | 7                                            |

จากตารางพบว่า ประเภทของสัญญาณ ที่พบได้มากที่สุดคือ icon จำนวน 13 ชิ้น และอันดับรองลงมาคือ symbol จำนวน 11 ชิ้น และที่พบน้อยที่สุดคือ index จำนวน 7 ชิ้น

## 3. แนวโน้มของตราสัญลักษณ์ (Logo trend) มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงคำตอบที่ได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มของตราสัญลักษณ์

| แนวโน้มของตราสัญลักษณ์                | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|---------------------------------------|----------------------------------------------|
| Nature-inspired Logo Design           | 27                                           |
| Classic Black & White Logo Design     | 13                                           |
| Simple Geometry Shapes in Logo Design | 12                                           |
| Wordmark Logo Design                  | 7                                            |
| Vivid Colors in Logo Design           | 5                                            |
| Character & Mascot in Logo Design     | 4                                            |
| Logos in Ink Style                    | 3                                            |
| Glitch in Logo Design                 | 0                                            |
| 3D and Isometric Logo Designs         | 0                                            |
| Animated Logos                        | 0                                            |
| Gradients in Logo Design              | 0                                            |

จากตารางพบว่า Nature-inspired Logo Design เป็นแนวโน้มของตราสัญลักษณ์ที่พบได้มากที่สุด และมี Classic Black & White Logo Design เป็นอันดับรองลงมา และมี Simple Geometry Shapes in Logo Design เป็นลำดับที่สาม

4. ทฤษฎีเกสตัลท์(Gestalt)ในการออกแบบ เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ที่มีประสิทธิภาพ สะดวกต่อการนำไปใช้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ตามทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt) โดยแบ่งชนิดของ symmetry และชนิดของ figure round ย่อยลงไป ทำให้ตารางผลแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางแสดงคำตอบที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีเกสตัลท์(Gestalt)

| ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt) | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|-------------------------|----------------------------------------------|
| Proximity               | 15                                           |
| Similarity              | 6                                            |
| Closure                 | 6                                            |
| Continuation            | 4                                            |

จากหลักพื้นฐานทั้ง 4 ในกลุ่มแรกนี้พบว่า หลักการ proximity พบมากที่สุด เป็นจำนวน 16 ชิ้น โดยมี similarity และ closure เป็นอันดับที่ 2 จำนวน 6 ชิ้น

ตารางที่ 6 ตารางแสดงคำตอบที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีเกสตัลท์(Gestalt) – symmetry

| ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt) - Symmetry | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|------------------------------------|----------------------------------------------|
| Reflective                         | 26                                           |
| Asymmetry                          | 4                                            |
| Translative                        | 1                                            |
| Rotative                           | 0                                            |

ในส่วนของ symmetry เป็นหลักการที่พบได้เกือบทุกตราสัญลักษณ์ จึงควรวิเคราะห์ย่อยลงไปเชิงของชนิดที่พบ จากตารางพบว่า ชนิดที่พบได้มากที่สุดคือ Reflective เป็นจำนวน 26 ชิ้น และแบบ Asymmetry รองลงมา เป็นจำนวน 4 ชิ้น

ตารางที่ 7 ตารางแสดงคำตอบที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีเกสตัลท์(Gestalt) – figure ground

| ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt) – figure ground | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------|
| Stable                                  | 18                                           |
| Reversal                                | 10                                           |
| Ambiguous                               | 3                                            |

ต่อมาในส่วนของ figure ground มีลักษณะเดียวกันกับ symmetry คือเป็นหลักการที่พบในแทบทุกตราสัญลักษณ์ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์แยกชนิด พบว่า Stable เป็นชนิดที่พบมากที่สุด เป็นจำนวน 18 ชิ้น และ Reversal รองลงมา เป็นจำนวน 10 ชิ้น

5. องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบอื่นๆ จากการวิเคราะห์ เส้น สี รูปร่างและตัวอักษร พบว่า

ตารางที่ 8 ตารางแสดงคำตอบที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบอื่นๆ

| เส้น      | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|-----------|----------------------------------------------|
| เส้นโค้ง  | 21                                           |
| เส้นคลื่น | 10                                           |

| ชุดสี                           | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|---------------------------------|----------------------------------------------|
| ชุดสีเอกรงค์                    | 14                                           |
| ชุดสีคล้ายคลึงกัน               | 8                                            |
| ชุดสีคู่ตรงข้าม                 | 4                                            |
| ชุดสีคู่ตรงข้ามข้างเคียงสองด้าน | 4                                            |
| ชุดสีคู่ตรงข้ามข้างเคียง        | 1                                            |

| รูปร่าง            | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|--------------------|----------------------------------------------|
| รูปร่างแบบเรขาคณิต | 22                                           |
| รูปร่างแบบอแกนิก   | 9                                            |

| ตัวอักษร        | จำนวนตัวอย่างตราสัญลักษณ์ที่เข้าเกณฑ์ (ชิ้น) |
|-----------------|----------------------------------------------|
| แบบมีเชิง       | 20                                           |
| แบบไม่มีเชิง    | 4                                            |
| มีทั้ง 2 แบบ    | 2                                            |
| ไม่มีทั้ง 2 แบบ | 5                                            |

จากตารางจะเห็นว่า เส้นโค้งมี 21 ชิ้น ชุดสีเอกรงค์มี 14 ชิ้น รูปร่างแบบเรขาคณิตมี 22 ชิ้น และตัวอักษรแบบไม่มีเชิงมี 20 ชิ้น ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานทางการออกแบบที่พบมากที่สุดจากการวิเคราะห์

## การสรุปผลและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดตรังและหาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดตรัง ผู้วิจัยพบว่า อัตลักษณ์ที่พบตามหลักทฤษฎีทางวัฒนธรรม มีความหลากหลายและครอบคลุมในทุกแง่มุมหากแต่บางส่วนมีความไม่โดดเด่นมากพอที่จะนำมาต่อยอดในเชิงประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังต้องอาศัยการพิจารณาจากประสบการณ์ของผู้วิจัยประกอบกันว่าอัตลักษณ์ใดมีความปัจจุบันทันสมัย ทำให้ขึ้นแรกพบอัตลักษณ์ตรึงจำนวน 15 อัตลักษณ์ และเมื่อให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบและยืนยันจึงพบว่าอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นและมีเฉพาะที่ตรึง ได้แก่ ถ้ำมรกต รถตุ๊กตุ๊กหวัทบ

หอนาฬิกาเมือง หมูย่างเมืองตรัง ขนมเค้กเมืองตรัง ผ้าทอนาหมื่นศรี ยางพาราต้นแรก สถานีรถไฟกันตัง ประเพณีแลลูกกลม ผลิตภัณฑ์ไม้เทพทาโร และพบว่าอัตลักษณ์ที่พบได้ในภาคใต้แต่จังหวัดตรังโดดเด่นที่สุดได้แก่ พะยูง วัฒนธรรมการกินอาหารเช้า ซึ่งสามารถสังเกตได้ว่า อัตลักษณ์ส่วนใหญ่ในที่นี้มีความเป็นรูปธรรมมากกว่านามธรรม ประกอบไปด้วยลักษณะทางธรรมชาติ วัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นและสถาปัตยกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถนำเอาอัตลักษณ์เหล่านี้ไปพัฒนาเป็นตราสัญลักษณ์หรือออกแบบเรขศิลป์อื่นๆต่อไปได้



ภาพที่ 7 อัตลักษณ์จังหวัดตรังทั้ง 12  
ที่มา: @ Trang ที่จังหวัดตรัง

2. ผลการศึกษาหาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้ากรณีศึกษาจังหวัดตรัง ผู้วิจัยพบว่า ในกระบวนการรวบรวมตัวอย่างนิยามและลักษณะของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้ามีความหลากหลายของผู้ให้นิยาม อีกทั้งตัวนิยามยังมีความเป็นนามธรรมค่อนข้างสูง เลือกวิธีการคัดสรรนิยามออกมาเป็นคำสำคัญจนได้เป็นคำสำคัญที่ครอบคลุมทั้ง 4 มิติของลักษณะการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า โดยคำว่า “ช้า ไม่เร่งรีบ” ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่สุด ซึ่งแนวทางการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ที่ได้จะมาจากเกณฑ์ที่ผู้วิจัยใช้ขั้นวิเคราะห์ด้วยตนเองหลังจากผ่านการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผลอภิปรายจากการวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ด้วยเกณฑ์ดังกล่าวมีดังนี้ เกณฑ์ประเภทตราสัญลักษณ์พบว่า ตราสัญลักษณ์ที่นำมาศึกษาส่วนใหญ่คือ pictorial name mark กล่าวคือตราสัญลักษณ์ที่นำมาเป็นตัวอย่างจะมีการใช้ชื่อกำกับตัวตราสัญลักษณ์ เพื่อให้ผู้พบเห็นจดจำได้ง่าย สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่อต่างๆ ได้ดี การใช้ประเภทของสัญลักษณ์พบว่าตราสัญลักษณ์ที่พบใน

งานวิจัยนี้ส่วนใหญ่เป็นประเภท "icon" สื่อให้เห็นว่าในระดับของการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า การออกแบบตราสัญลักษณ์เป็นไปในทิศทางที่ไม่ซับซ้อน เน้นให้ผู้พบเห็นสนใจและเข้าใจความหมายได้ในทันที ซึ่งเป็นข้อที่น่าสังเกตเนื่องจากตามทฤษฎีแล้วประเภทของสัญลักษณ์ที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์มักเป็นประเภท symbol ซึ่งจะมีความลุ่มลึกมีชั้นเชิงในการสื่อสารมากกว่าประเภทอื่นๆ แต่ในหัวข้อการท่องเที่ยวแนวเนิบช้ากลับเน้นไปในทิศทางที่เรียบง่าย ตรงไปตรงมา จากจุดนี้ประเภทของตราสัญลักษณ์และประเภทของสัญลักษณ์ ได้สื่อให้เห็นว่า ผู้สร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า ควรให้ความสำคัญกับความเข้าใจและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายมากกว่าความซับซ้อนทางเทคนิคในการสร้างสรรค์ ซึ่งหากลองวิเคราะห์ต่อก็จะเห็นว่า pictorial name mark และ icon จะมีพื้นฐานอยู่บนสิ่งที่เป็นรูปธรรมมากกว่านามธรรมนั่นเอง สำหรับการใช้เกณฑ์แนวโน้มของตราสัญลักษณ์ พบว่า Natural inspired เป็นข้อที่พบมากที่สุด



ภาพที่ 8 แสดงผลงานที่มีแนวปฏิบัติดีเลิศ (Best practices) ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องตามผลการวิจัยโดยหมายเลข 1 และ 2 มีลักษณะสอดคล้องกับผลวิจัยในทุกเกณฑ์ และหมายเลข 3 ถึง 8 มีลักษณะเข้าเกณฑ์แต่ไม่ครบทุกเกณฑ์  
ที่มา: <https://wolda.org/> และ <https://www.indigoaward.com/>

โดยสามารถพบองค์ประกอบต่างๆของตราสัญลักษณ์ที่มีลักษณะตามธรรมชาติหรือได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ ได้แก่ ใบไม้ เกลียวคลื่น วงกลมคล้ายดวงอาทิตย์ ก้นหอย เขาสัตว์ ภูเขา เป็นต้น ซึ่งมีข้อน่าสังเกตว่าแม้บางตราสัญลักษณ์จะไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติก็มีการใช้รูปร่างที่สื่อถึงธรรมชาติเหล่านี้ เพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย สบายตา แก่ผู้พบเห็น โดยหากเทียบกับเกณฑ์ทั้งสองก่อนหน้านี้ พบว่าสามารถพบลักษณะของแนวโน้มตราสัญลักษณ์แบบ Natural inspired ได้มากที่สุด จึงถือว่าเป็นแนวทางที่สำคัญในการนำไปสร้างสรรค์ผลงานในลำดับต่อไปนั่นเอง นอกจากนี้ในส่วนของ ทฤษฎีเกสตัลท์ (Gestalt) ที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์พบว่า มีการใช้ proximity เป็นส่วนใหญ่เพื่อช่วยเสริมชิ้นงานให้มีความสมบูรณ์ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยมีการวางสมมาตรแบบ Reflective เพื่อให้เกิดความสมดุล ทำให้เกิดการรับรู้ของผู้มองเห็นได้ง่าย จดจำได้ในทันที อีกทั้งในส่วนของ figure ground ยังพบว่ามีการใช้แบบ stable ซึ่งสอดคล้องกันในแง่ของความไม่ซับซ้อน

นอกจากนี้ในส่วนขององค์ประกอบพื้นฐานอื่นๆ ก็ยังพบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ มีการใช้เส้นโค้งเป็นหลักซึ่งเป็นลักษณะที่สอดคล้องกับลักษณะของธรรมชาติ โดยมีการใช้ชุดสีเอกรงค์ ที่มีความเรียบง่าย จดจำง่าย เข้ามาเป็นชุดสีหลัก อีกทั้งมีการใช้รูปร่างแบบเรขาคณิตที่ไม่ซับซ้อน โดยมีอักษรประกอบเป็นอักษรแบบไม่มีเชิงเพื่อให้สบายตา



**ภาพที่ 9** ตัวอย่างการออกแบบตราสัญลักษณ์ตามแนวทางที่ได้จากการวิจัย  
ที่มา: โดยผู้วิจัย กนกพร สัตยาไชย (2564)

โดยสรุปแล้วแนวทางการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า กรณีศึกษาจังหวัดตรังจะมุ่งเน้นให้ผู้พบเห็นเกิดความเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน สื่อสารได้ในทันที โดยมีอัตลักษณ์ของจังหวัดตรังทั้ง 12 เป็นตัวเล่าเรื่องราว โดยมีแนวทางทั้ง 5 ข้อที่ได้ เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานในเชิงรูปธรรมและมีนิยามของแนวคิดการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าซึ่งอยู่ในรูปแบบของคำสำคัญ มาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานในเชิงนามธรรมหรือเป็นตัวที่สื่อถึงบุคลิกของงานในด้านอารมณ์และความรู้สึกนั่นเอง

## ข้อเสนอแนะ

แนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวแนวเนิบช้า กรณีศึกษาจังหวัดตรังที่ได้นั้น เป็นแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการมองหาแนวคิดและวิธีการสื่อสารในขั้นเริ่มต้น ซึ่งจะเน้นทิศทางของการสื่อสารถึงลักษณะการท่องเที่ยวแนวเนิบช้าควบคู่กับอัตลักษณ์ของจังหวัดตรังโดยในขั้นตอนการออกแบบตราสัญลักษณ์นั้น นักออกแบบสามารถนำเอาอัตลักษณ์ต่างๆของจังหวัดตรังมาออกแบบตามแนวทางนี้เป็นทางเลือกหลายๆทางเลือกเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายร่วมกันเลือกตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสมที่สุดต่อไป ส่วนจังหวัดอื่นๆที่ต้องการตราสัญลักษณ์การท่องเที่ยวแนวเนิบช้า ก็สามารถนำเอาวิธีวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้กับบริบทของแต่ละจังหวัดได้

## เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562). "สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี 2562".
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562). "กลยุทธ์กระจายพื้นที่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยว". แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: 81.
- คล้ายสังข์, ส. (2563). ทฤษฎีสืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563 จาก [http://www.elfms.ssru.ac.th/somsak\\_kl/file.php/1/2\\_2563](http://www.elfms.ssru.ac.th/somsak_kl/file.php/1/2_2563)
- ททท.สำนักงานตรัง (2561). **ตรัง**. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองข่าวสารท่องเที่ยว.
- ทองสง, ช. (2558). "แนวคิดการพัฒนา Slow Tourism ในประเทศไทย". วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา 12(2).
- พิชญ์ดำรง, น. ส. น. (2544). "ทุนวัฒนธรรมของเศรษฐกิจสร้างสรรค์". อนุสาร อ.ส.ท 47(4), 13-18.
- มณีวรรณ ชาตวนิช, ส. ช. (2561). "อิทธิพลของศาสตร์ต่อภาพความจดจำในแหล่งท่องเที่ยวผ่านทุนทางปัญญาและวัฒนธรรม." Dusit Thani Collge Journal 1(2), 436 - 437
- ศรีกัลยาณบุตร, อ. (2541). การออกแบบตราสัญลักษณ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อเนกสุข, บ. ณ. (2560). "การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow travel): นิยามและแนวคิด". วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 8(1).
- Enchev, L. (2021). "Logo Design Trends in 2021". สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2021 จาก <https://graphicmama.com/blog/logo-design-trends-2021/>.
- Dickinson, J. E. (2011). "Slow travel: Issues for tourism and climate change". Journal of Sustainable Tourism(19), 281-300.
- Lupton, E. (2017). Graphic Design The New Basics, IDC premier.
- Peekung (2540). "เอกลักษณ์สำคัญของท้องถิ่นตรัง". สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2540 จาก [http://www.iamtrang.com/content-all.php?m\\_id=75](http://www.iamtrang.com/content-all.php?m_id=75).
- Peirce, Charles S. (1955). "Philosophical Writings of Peirce". Selected and Edited with an Introduction by Justus Buchler. New York: Dover Publication.