

การออกแบบและพัฒนาบางสำหรับแฟนคลับในบริบทประเทศไทย

Design and Development of Light Stick (BONG)

Y Series Fans In The Context of Thailand

ศุภพงษ์ อุดมแก้วกาญจนา^{a,*} Suppapong Udomkaewkanjana^a,นพดล อินทรจันทร^{b,*} Noppadol Inchan^b

(Received : 30 May 2025, Revised : 26 November 2025, Accepted: 30 October 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาบางสำหรับแฟนคลับในบริบทประเทศไทย” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความต้องการของแฟนคลับซีรีส์วายในบริบทประเทศไทยต่อการใช้แท่งไฟ (บง) และ (2) ออกแบบและพัฒนาแท่งไฟที่เหมาะสมกับบริบทดังกล่าว โดยมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงการใช้งาน การแสดงออกทางวัฒนธรรม และการเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน โดยงานวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วาย และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ซึ่งเป็นแฟนคลับชาวไทยที่ติดตามศิลปินเกาหลีและมีพฤติกรรมการใช้แท่งไฟ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแท่งไฟ พร้อมทั้งศึกษาแนวทางการออกแบบแท่งไฟจากศิลปินเกาหลีจำนวน 10 วง ที่ได้รับความนิยมในระดับนานาชาติ เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบและแนวทางในการออกแบบต้นแบบใหม่ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แท่งไฟมากที่สุด คือ ด้านความคุ้มค่าและความคุ้มค่า (ร้อยละ 89.0), ด้านความแข็งแรงทนทาน (ร้อยละ 85.0), ด้านฟังก์ชันการใช้งาน (ร้อยละ 81.0) และด้านรูปลักษณ์ความสวยงาม (ร้อยละ 77.0) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาพัฒนา ต้นแบบแท่งไฟ 3 แบบ และนำไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ต้นแบบแนวคิดที่ 3 ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุดโดยเฉลี่ย 4.56 จาก 5.00 โดยมีจุดเด่นคือสามารถผสมผสานสัญลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์แฟนคลับไทยเข้ากับฟังก์ชันสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมบันเทิงไทย โดยเฉพาะการออกแบบสินค้าที่ตอบสนองความต้องการเชิงอารมณ์และวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างสร้างสรรค์และมีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในอนาคต

คำสำคัญ : แท่งไฟ (บง), แฟนคลับ, ซีรีส์วาย, อุตสาหกรรมบันเทิงไทย, วัฒนธรรมแฟนด้อม

^a ผู้วิจัย, วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Researcher, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

^b ที่ปรึกษา, วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Advisee, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

Corresponding author, E-mail: Suppapong.udo@gmail.com

Abstract

This research “Design and Development of Light Stick (Bong) for Fan Clubs in the Context of Thailand”, aims to (1) examine the needs of Thai Girls’ Love (Y-series) fans regarding the use of light sticks (bong) and (2) design and develop a light stick that aligns with those needs within the Thai context. A mixed-method research design was employed. Qualitative data were collected through in-depth interviews with Y-series fans, while quantitative data were gathered from a purposive sample of 100 Thai fans who follow Korean artists and have experience using light sticks. The study also analyzed the design features of light sticks from 10 internationally popular K-pop groups to serve as a reference and guideline for developing new prototypes suitable for the Thai market. The findings revealed that the most influential factors affecting purchasing decisions included value for money (89.0%), durability (85.0%), functionality (81.0%), and aesthetics (77.0%). Based on these findings, three light stick prototypes were developed. The third design concept received the highest expert satisfaction rating, with an average score of 4.56 out of 5.00. This concept effectively integrates symbols reflecting Thai fan identity with modern functions. relevant fan symbols with modern smart features. The recommendations from this research can be applied to product development in the Thai entertainment industry, especially product design that creatively responds to the emotional and cultural needs of the target group and has added economic value in the future.

Keywords : Light Stick (Bong), Fan Club, Y-Series, Thai Entertainment Industry, Fandom



บทนำ

ปัจจุบัน ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมในหลากหลายด้าน โดยหนึ่งในอุตสาหกรรมที่โดดเด่นและสร้างรายได้อย่างมหาศาล คืออุตสาหกรรมบันเทิงจากการศึกษารายงาน Global Entertainment & Media Outlook 2022-2026 โดย PwC พบว่าอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงทั่วโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่ารายได้รวมจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 89 ล้านล้านบาทในปี 2567 และจะเติบโตเฉลี่ยที่ 4.6% ต่อปี จนถึงปี 2569 สาเหตุสำคัญมาจากความนิยมที่เพิ่มขึ้นในช่วงวิกฤตโรคระบาด ผู้คนใช้เวลาและเงินในสื่อบันเทิงที่เข้าถึงง่ายมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้ขยายตัวทั้งในแง่ของตลาดและโอกาสทางธุรกิจ ในบริบทของประเทศไทย รายงาน Global Entertainment & Media (E & M) Outlook 2021-2025 คาดการณ์ว่า รายได้รวมของอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทยในปี 2568 จะเพิ่มขึ้นเป็น 601,936 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 4.5% ต่อปีระหว่างปี 2564-2568 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2565 คาดว่าจะมีรายได้รวม 505,822 ล้านบาท เติบโต 4% จากปีก่อนหน้านี้ สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและความน่าสนใจของตลาดบันเทิงไทยที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการภายในประเทศ แต่ยังสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ ทั้งนี้ในแง่ของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมบันเทิง หนึ่งในสินค้าที่ได้รับความนิยมและมีบทบาทสำคัญคือ แท่งไฟเซียร์ (บง) ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงแค่สินค้าเพื่อการบริโภค แต่ยังสะท้อนวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนคลับ การออกแบบแท่งไฟจึงกลายเป็นพื้นที่แห่งความคิดสร้างสรรค์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าทั้งทางเศรษฐกิจและทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมบันเทิงไทย ในยุคปัจจุบัน กระแสนิยมซีรีส์วายในประเทศไทยได้รับความสนใจเป็นอย่างมากทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ ไม่เพียงแต่เป็นสื่อบันเทิง แต่ยังสะท้อนแนวคิด ความเชื่อ และวิถีทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ แฟนคลับซีรีส์วายยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมของกลุ่มผู้ชม ผ่านการสื่อสารและการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์ เช่น การจัดกิจกรรมสนับสนุน การสร้างผลงานแฟนอาร์ต และการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อแสดงตัวตนและความภักดีต่อศิลปินและซีรีส์ที่ชื่นชอบ การออกแบบบง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญของแฟนคลับ มีบทบาทในการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับกลุ่มแฟนคลับ และยังช่วยเพิ่มมิติทางอารมณ์และความรู้สึกในการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมกับศิลปิน ทั้งนี้ แท่งไฟของศิลปินไทยมีความโดดเด่นในเรื่องการออกแบบที่สะท้อนตัวตนและเอกลักษณ์ของศิลปินแต่ละคน เช่น สี รูปทรง หรือสัญลักษณ์ที่เฉพาะตัว

ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจมาจากแห่งไฟในวงการ K-POP อย่างไรก็ตาม บงของศิลปินไทยยังมีความท้าทายในแง่ของการพัฒนาเทคโนโลยีภายใน เมื่อเปรียบเทียบกับเกาหลี ซึ่งมักมีระบบการเชื่อมต่อที่ซับซ้อน ในบริบทของแฟนคลับไทย การใช้งานบงยังพบปัญหาบางประการ ปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาบงให้ตอบโจทย์ทั้งในเชิงคุณภาพและการใช้งานมากขึ้น นอกจากนี้แม้ว่าจะมีงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมแฟนคลับในหลายมิติ เช่น การสื่อสาร การบริโภคข่าวสาร การสร้างอัตลักษณ์แฟนด้อม (สุกัญญา กันธะวงศ์, 2553; ศรัณย์ นันททวาริ, 2552; Duffett, 2013) แต่ยังไม่มียงานวิจัยที่ศึกษาการออกแบบแห่งไฟในบริบทแฟนคลับซีรีส์วายไทยโดยเฉพาะ รวมถึงยังไม่มีงานที่ผสานข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ จึงเป็นช่องว่างงานวิจัยที่สำคัญซึ่งงานนี้ต้องการเติมเต็ม อย่างไรก็ตาม แห่งไฟเชียร์แฟนคลับสำหรับซีรีส์วายในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับการออกแบบให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และการตลาด งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาและแก้ไขปัญหาที่พบเพื่อยกระดับการออกแบบและพัฒนาบงในอุตสาหกรรมบันเทิงไทยให้มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงการใช้งานและการสร้างประสบการณ์ร่วมที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นระหว่างศิลปินและแฟนคลับ การพัฒนาดังกล่าวไม่เพียงช่วยส่งเสริมความสุขของแฟนคลับ แต่ยังสนับสนุนศักยภาพของวงการบันเทิงไทยให้ก้าวทันมาตรฐานสากล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของแฟนคลับซีรีส์วายในการใช้แห่งไฟในบริบทของไทย
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาแห่งไฟในบริบทของประเทศไทย

ขอบเขตงานวิจัย

กลุ่มแฟนคลับชาวไทยจำนวน 100 คน ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีโดยศิลปินเกาหลีบุคคลนั้นหรือวงนั้น ต้องมีกลุ่มแฟนคลับที่แสดงให้เห็นชัดว่า มีมากกว่า 5-10 ล้านคน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมพัฒนาแห่งไฟให้มีฟังก์ชันที่หลากหลายตามบริบทของไทย
2. เพื่อออกแบบแห่งไฟที่เหมาะสมและตอบโจทย์กลุ่มแฟนคลับมากขึ้น

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ กลุ่มแฟนคลับ (ผู้ชื่นชอบศิลปินในประเทศไทย)

กลุ่มตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ เป็น กลุ่มแฟนคลับ (ผู้ชื่นชอบศิลปินในประเทศไทย)

จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ (1) แนวคิดแฟนคลับและแฟนด้อม (2) ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์ (3) งานวิจัยด้านสินค้าของแฟนคลับ และ (4) การวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปช่องว่างการวิจัย

1. แนวคิดเรื่องแฟน (Fan) และแฟนด้อม (Fandom)

คำว่า “แฟน” จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546 หมายถึง ผู้นิยมชมชอบ เช่น แฟนเพลง แฟนภาพยนตร์ และแฟนบอล โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากคำว่า Fanatic ที่หมายถึง บุคคลที่ชื่นชอบ คลั่งไคล้หลงใหลในบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ในขณะที่สุกัญญา กันธะวงศ์ (2553) ได้กล่าวถึงคำว่า แฟน (Fans) ไว้ว่า แฟน คือบุคคลที่ติดตามชมผลงานของศิลปิน หรือดาราตลอดทั้งวัน ฟังเพลงที่ศิลปินชื่นชอบ และพูดคุยถึง เรื่องราวชีวิตและการทำงานของศิลปิน ดาราที่ตนเองชื่นชอบ ทั้งนี้ ในมุมมองด้านจิตวิทยา นักวิชาการด้านจิตวิทยา Jensen (1992) โดยมีมุมมองคำว่า “แฟน” ถูกตั้งขึ้นมาเพื่อตอบสนองระบบดารา และเป็นกลุ่มที่ชอบในผู้ที่มิใช่เสียงโด่งดังที่น่าเสนอผ่านสื่อมวลชน

2. ทฤษฎีการออกแบบ

เพื่อรองรับการออกแบบแห่งไฟ งานวิจัยนี้พิจารณาทฤษฎีการออกแบบสำคัญดังนี้ (1) User-Centered Design (UCD) เป็นการเน้นการออกแบบที่เริ่มจากความต้องการของผู้ใช้ (Chakrabarti, 2013) โดยพิจารณาปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ความเข้าใจง่าย และประสบการณ์ใช้งานรวม (2) Emotional Design (Norman) การออกแบบควรสร้างอารมณ์ ความรู้สึกผูกพัน และความประทับใจ ซึ่งเหมาะกับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม เช่น แห่งไฟที่มีเอกลักษณ์ของศิลปิน

(3) Aesthetic–Usability Effect ผู้ใช้มองว่าสินค้าที่ “สวยงาม” ใช้งานง่ายกว่า แม้ปัจจัยบางอย่างจะไม่สะดวกก็ตาม ทำให้ความสวยงามเป็นตัวแปรสำคัญในการออกแบบ และ (4) Value for Money และ Durability Theory ในสินค้าแฟนคลับ ผู้บริโภคคาดหวังความคุ้มค่าและความทนทาน ซึ่งเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจากการวิเคราะห์ทฤษฎีต่าง ๆ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรหลักของงาน ได้แก่ ความสวยงาม / รูปลักษณ์ – ฟังก์ชัน – ความทนทาน – ความคุ้มค่า

3. ทฤษฎีแฟนคลับ (Fan Club Theory)

ทฤษฎีแฟนคลับ (Fan Club Theory) ไม่ได้เป็นทฤษฎีที่รู้จักอย่างทั่วไป หรือได้รับการกำหนดไว้ในทางที่ตายตัวของวิชาที่กว้างขวาง อาจจะมีการใช้คำว่า “ทฤษฎีแฟนคลับ” เพื่ออธิบายการตั้งตนเป็นแฟนหรือสนับสนุนกลุ่มหนึ่ง ๆ ซึ่งสามารถทำได้ในหลายมิติ (1) ความชื่นชอบและความผูกพัน ทฤษฎีนี้สามารถใช้เพื่ออธิบายทฤษฎีทางจิตวิทยาเกี่ยวกับความผูกพันและความชื่นชอบของบุคคลต่อกลุ่มหรือสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ (2) การสร้างชุมชน แฟนคลับสามารถทำหน้าที่เป็นชุมชนที่รวมตัวกันของบุคคลที่มีความชื่นชอบหรือความสนใจที่ใกล้เคียงกัน (3) การสนับสนุนและการแบ่งปันสมาชิกในแฟนคลับมักจะมีการสนับสนุนและแบ่งปันข้อมูล และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องต่อเรื่องหรือกลุ่มที่เป็นที่ชื่นชอบ

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้รูปแบบการผสมผสานข้อมูลแบบ Exploratory Sequential Design คือเริ่มจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจประเด็นสำคัญ และนำผลไปพัฒนาเครื่องมือเชิงปริมาณ ก่อนจะนำผลทั้งสองส่วนมาออกแบบต้นแบบแห่งไฟ โดยมีแนวทางในการวิจัย และแบ่งส่วนในการเก็บข้อมูลตามระยะดังนี้

ระยะที่ 1 : การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Phase)

เครื่องมือที่ใช้ : แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

วัตถุประสงค์ : เพื่อสำรวจพฤติกรรม การใช้งาน ความต้องการ และปัญหาในการใช้แท่งไฟรวมถึงใช้ผลการสัมภาษณ์เป็นฐานในการพัฒนาแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

ระยะที่ 2 : การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Phase)

เครื่องมือที่ใช้ : แบบสอบถามที่พัฒนาจากประเด็นที่ได้จากข้อมูลเชิงคุณภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา : ความคุ้มค่า ความสวยงาม ความแข็งแรงทนทาน และฟังก์ชันการใช้งานของแท่งไฟ

ระยะที่ 3 : การผสานข้อมูล (Integration)

นำผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพมาใช้กำหนดแนวคิดในการออกแบบต้นแบบ ขณะที่ข้อมูลเชิงปริมาณถูกใช้ยืนยันความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน ผลจากทั้งสองส่วนถูกรวมกันเป็นพื้นฐานในการพัฒนาต้นแบบแท่งไฟจำนวน 3 รูปแบบ

ระยะที่ 4 : การพัฒนาต้นแบบ (Prototype Development)

4.1 การพัฒนาต้นแบบแท่งไฟ

ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมาสังเคราะห์ประเด็นด้านพฤติกรรม ความต้องการ และปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้แท่งไฟ ได้แก่ รูปลักษณ์ ความสวยงาม ฟังก์ชันการใช้งาน ความแข็งแรงทนทาน และความคุ้มค่า เพื่อนำมาออกแบบต้นแบบแท่งไฟจำนวน 3 รูปแบบ โดยแต่ละต้นแบบสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะและสอดคล้องกับบริบทการใช้งานของแฟนคลับซีรีส์วาย

4.2 การประเมินต้นแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

ต้นแบบทั้ง 3 รูปแบบถูกนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านจากด้านการออกแบบ การจัดการธุรกิจ และอุตสาหกรรมบันเทิงประเมิน โดยใช้แบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ในด้านความเหมาะสม ความสวยงาม ความสามารถในการใช้งาน ความสอดคล้องกับแฟนด้อม และศักยภาพทางธุรกิจ

4.3 การวิเคราะห์ผลการประเมิน

ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจของแต่ละต้นแบบ พร้อมทั้งพิจารณาข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพเพื่อปรับปรุงต้นแบบให้มีความเหมาะสมทั้งด้านการใช้งาน ความสวยงาม วัฒนธรรมแฟนด้อม และความเป็นไปได้เชิงธุรกิจ ก่อนสรุปเป็นแนวทางออกแบบในบริบทประเทศไทย

โดยผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนตามระยะและกระบวนการข้างต้น ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนวรรณกรรมด้านพื้นฐานและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ศึกษาเก็บข้อมูลทางด้านพื้นฐานและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแท่งไฟ จากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ออนไลน์ เอกสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการเปรียบเทียบแท่งไฟ ของวงเกาหลีกที่กำลังอยู่ในกระแสและติดอันดับจากประเทศเกาหลีทั้งหมด 10 วง

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบแบบสัมภาษณ์และศึกษาเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มประชากรให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ต้องการศึกษา แล้วนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเป็นต้นแบบในการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบต้นแบบแท่งไฟ ด้วยการวิเคราะห์จากวงที่อยู่ในกระแสทั้ง 10 วง และจากการทบทวนวรรณกรรมด้านพื้นฐานและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยออกแบบเป็นจำนวน 3 แท่งไฟ จากนั้นสัมภาษณ์และวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ออกมา

ขั้นตอนที่ 4 นำต้นแบบแท่งไฟที่ออกแบบใหม่ นำให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ช่วยปรับปรุงและยืนยันความเหมาะสมของต้นแบบในมิติต่าง ๆ ทั้งในด้านการใช้งาน ความสวยงาม และด้านความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์ผลการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นสรุปผลเป็นแนวทางการในการออกแบบแท่งไฟ ในบริบทของประเทศไทย และเหมาะสมกับงานวิจัย

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก หัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแท่งไฟ (บง)

ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อแท่งไฟ (บง) โดยเรียงลำดับจากสำคัญมากไปน้อย ซึ่งสามารถสรุปความคิดเห็นได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำคัญ ด้านความคุ้มค่า คุ้มค่า

ระดับความสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากที่สุด	52	52
มาก	26	26
ปานกลาง	17	17
น้อย	5	5
น้อยที่สุด	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำคัญ ด้านความคุ้มค่า คุ้มค่า แบ่งเป็น ระดับมากที่สุด 52 คน (ร้อยละ 52) ระดับมาก 26 คน (ร้อยละ 26) ระดับปานกลาง 17 คน (ร้อยละ 17) และระดับน้อย 5 คน (ร้อยละ 5) จึงสรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญ ด้านความคุ้มค่า คุ้มค่า ในระดับ มากที่สุด

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำคัญ ด้านความแข็งแกร่งทนทาน

ระดับความสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากที่สุด	57	57
มาก	25	25
ปานกลาง	14	14
น้อย	4	4
น้อยที่สุด	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำคัญ ด้านความแข็งแกร่งทนทาน แบ่งเป็น ระดับมากที่สุด 57 คน (ร้อยละ 57) ระดับมาก 25 คน (ร้อยละ 25) ระดับปานกลาง 14 คน (ร้อยละ 14) และระดับน้อย 4 คน (ร้อยละ 4) จึงสรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญ ด้านความแข็งแกร่งทนทาน ในระดับ มากที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำคัญ ด้านฟังก์ชัน ลูกเล่นในการใช้งาน

ระดับความสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากที่สุด	50	50
มาก	32	32
ปานกลาง	11	11
น้อย	7	7
น้อยที่สุด	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำคัญ ด้านฟังก์ชัน ลูกเล่นในการใช้งาน แบ่งเป็น ระดับมากที่สุด 50 คน (ร้อยละ 50) ระดับมาก 32 คน (ร้อยละ 32) ระดับปานกลาง 11 คน (ร้อยละ 11) และระดับน้อย 7 คน (ร้อยละ 7) จึงสรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ความสำคัญด้านฟังก์ชัน ลูกเล่นในการใช้งาน ในระดับ มากที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำคัญ ด้านรูปลักษณ์และความสวยงาม

ระดับความสำคัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากที่สุด	70	70
มาก	24	24
ปานกลาง	4	4
น้อย	2	2
น้อยที่สุด	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยความสำคัญ ด้านรูปลักษณ์ และความสวยงาม แบ่งเป็น ระดับมากที่สุด 70 คน (ร้อยละ 70) ระดับมาก 24 คน (ร้อยละ 24) ระดับปานกลาง 4 คน (ร้อยละ 4) และระดับน้อย 2 คน (ร้อยละ 2) จึงสรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ ให้ความสำคัญด้านรูปลักษณ์และความสวยงาม ในระดับ มากที่สุด

จากหัวข้อนั้น พบว่า ด้านรูปลักษณ์และความสวยงาม มี 70 คนที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านความแข็งแรงทนทาน มี 57 คนให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านฟังก์ชัน ลูกเล่นในการใช้งาน มี 50 คนให้ความสำคัญมากที่สุด ด้านความคุ้มค่า คุ้มราคา มี 52 คนที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ รูปลักษณ์และความสวยงาม ตามด้วย ความแข็งแรงทนทาน และ ฟังก์ชัน ลูกเล่นในการใช้งาน ส่วนความคุ้มค่า คุ้มราคาก็เป็นปัจจัยที่สำคัญเช่นกัน แต่มีอันดับต่ำกว่าอื่น ๆ

สรุปข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากข้อมูลสามารถสะท้อนได้ว่า ผู้ใช้งานให้ความสำคัญต่อความสวยงามสูงถึง 70% จึงถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการกำหนดรูปรูทโทนี และองค์ประกอบศิลป์ของต้นแบบ โดยผู้วิจัยเน้นการออกแบบที่มีจุดเด่นทางสายตา สามารถจดจำได้ง่าย และสะท้อนเอกลักษณ์ของศิลปินและซีรีส์ได้ชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของแฟนคลับ

ในส่วนของสัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านความทนทานมากกว่า 57% ส่งผลให้ผู้วิจัยคำนึงถึงการออกแบบโครงสร้างภายในให้แข็งแรงเป็นพิเศษ เช่น การเพิ่มความหนาของผนังพลาสติก การยึดชุดวงจรและแบตเตอรี่ให้มั่นคง และการออกแบบด้ามจับให้รับแรงได้ดี เพื่อให้รองรับบริบทการใช้งานจริงของแฟนคลับที่มักพกพาและใช้งานเป็นเวลานาน

ในส่วนของสัดส่วนที่ระบุว่า 50% ของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับฟังก์ชันการใช้งาน ทำให้การออกแบบเน้นระบบควบคุมที่ใช้งานง่าย เช่น ปุ่มเลือกโหมดไฟที่ตอบสนองไว โหมดสีหลายระดับ และการเตรียมความพร้อมสำหรับการพัฒนาให้รองรับการเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันในอนาคต เพื่อเพิ่มประสบการณ์เชิงอินเตอร์แอคทีฟให้กับผู้ใช้

และในส่วนของสัดส่วนที่ชี้ว่าร้อยละ 52 ให้ความสำคัญด้านความคุ้มค่า ทำให้ผู้วิจัยต้องพิจารณาสมดุลระหว่างวัสดุ ฟังก์ชัน และต้นทุนการผลิต เพื่อให้แท่งไฟมีราคาที่เข้าถึงได้ ในขณะที่ยังคงคุณภาพการใช้งานและความสวยงามตามที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวัง

ส่วนที่ 2 ผลการออกแบบต้นแบบแท่งไฟ (บง)

จากผลการวิจัยในส่วนที่ 1 และการทำการศึกษาแนวทางการออกแบบ รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ จึงสามารถออกแบบต้นแบบได้ออกมา 3 รูปแบบด้วยกัน ดังนี้



TwiLantern

TwiLantern

TwiLantern

ภาพประกอบที่ 1 การออกแบบต้นแบบแท่งไฟ (บง)

ที่มา : ศุภพงศ์ อุดมแก้วกาญจนนา

รูปแบบที่ 1 ลางสังหรณ์บง (การออกแบบโดยเน้นการนำเสนอผ่านซีรีส์เป็นหลัก)

แนวความคิด เป็นแท่งไฟที่เน้นการออกแบบไปตามซีรีส์ โดยให้ผู้ติดตามสนใจไปพร้อมกับเนื้อเรื่องนั้น ๆ ซึ่งตัวอย่างออกแบบไปตามซีรีส์เด่นประจำปีของค่าย เพื่อให้แฟนคลับได้สะสมและเป็นสินค้าเพื่อส่งเสริมการขาย ทั้งนี้การออกแบบแท่งไฟนั้นจะผลิตโดยใช้วัสดุตามมาตรฐานในอุตสาหกรรม

รูปแบบที่ 2 ไอดอลบง (การออกแบบโดยเน้นการนำเสนอผ่านค่าย/สังกัดเป็นหลัก)

แนวความคิด เป็นแท่งไฟที่เน้นการออกแบบไปตามค่าย เพื่อลดการออกแบบในหลาย ๆ ครั้ง แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของค่าย เพื่อสร้างการจดจำ และสร้างสีสันในการนำมาใช้งาน ทั้งนี้การออกแบบแท่งไฟนั้นจะผลิตโดยใช้วัสดุตามมาตรฐานในอุตสาหกรรม

รูปแบบที่ 3 เกิลฟรินบง (การออกแบบโดยเน้นการนำเสนอผ่านตัวนักแสดง/ศิลปินเป็นหลัก)

แนวความคิด เป็นแท่งไฟที่เน้นการออกแบบไปตามศิลปิน เพื่อให้แฟนคลับได้เข้าถึงตัวตนของศิลปินมากขึ้น โดยดึงเอกลักษณ์ประจำตัวของศิลปินมาใช้ อาทิ สีที่ชอบ ดอกไม้ที่ชอบ เป็นต้น เพื่อให้แฟนคลับได้สะสมและเป็นสินค้าเพื่อส่งเสริมการขาย ทั้งนี้การออกแบบแท่งไฟนั้นจะผลิตโดยใช้วัสดุตามมาตรฐานในอุตสาหกรรม

ส่วนที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจในการออกแบบ

การประเมินนั้น ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญหลากหลายแขนงเพื่อประเมินความพึงพอใจและความเหมาะสมของการออกแบบ ให้มีความสอดคล้องไปกับแนวคิดและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการธุรกิจ (3) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม วงการบันเทิง ซึ่งจากการประเมินผลการออกแบบ สามารถสรุป วิเคราะห์ออกมาได้ดังนี้

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์แหล่งไฟจากผู้เชี่ยวชาญ แนวคิดการออกแบบที่ 1

รายการขอความเห็น	แหล่งแรงบันดาลใจ			ค่าเฉลี่ย
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ด้านการออกแบบ				
การจัดวางองค์ประกอบศิลป์	4	5	4	4.33
ความคิดสร้างสรรค์	4	5	4	4.33
ความสามารถในการใช้งาน	4	5	3	4.00
ด้านแพนด้อมและวัฒนธรรม				
การสร้างเอกลักษณ์ให้แพนด้อม	3	5	3	3.67
ความคล้องกับซีรีส์ หรือบริษัท	3	5	3	3.67
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แพนด้อม	3	5	3	3.67
ด้านการสื่อสารธุรกิจ				
ความสอดคล้องกลุ่มเป้าหมาย	3	5	3	3.67
การสร้างจดจำ	3	5	3	3.67
การกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน	3	5	3	3.67

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์แหล่งไฟจากผู้เชี่ยวชาญ แนวคิดการออกแบบที่ 2

รายการขอความเห็น	ไฮโดรลิก			ค่าเฉลี่ย
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ด้านการออกแบบ				
การจัดวางองค์ประกอบศิลป์	3	5	3	3.67
ความคิดสร้างสรรค์	3	5	3	3.67
ความสามารถในการใช้งาน	3	5	3	3.67
ด้านแพนด้อมและวัฒนธรรม				
การสร้างเอกลักษณ์ให้แพนด้อม	4	5	4	4.33
ความคล้องกับซีรีส์ หรือบริษัท	4	5	4	4.33
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แพนด้อม	4	5	3	4.00
ด้านการสื่อสารธุรกิจ				
ความสอดคล้องกลุ่มเป้าหมาย	3	5	3	3.67
การสร้างจดจำ	3	5	3	3.67
การกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน	3	5	3	3.67

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์แหล่งไฟจากผู้เชี่ยวชาญ แนวคิดการออกแบบที่ 3

รายการขอความเห็น	เกิลฟรินบง			ค่าเฉลี่ย
	ผู้เชี่ยวชาญ			
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ด้านการออกแบบ				
การจัดวางองค์ประกอบศิลป์	4	5	4	4.33
ความคิดสร้างสรรค์	4	5	4	4.33
ความสามารถในการใช้งาน	4	5	3	4.00
ด้านแพนด้อมและวัฒนธรรม				
การสร้างเอกลักษณ์ให้แพนด้อม	3	5	3	3.67
ความล้องกับซีรีส์ หรือบริษัท	3	5	3	3.67
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แพนด้อม	3	5	3	3.67
ด้านการสื่อสารธุรกิจ				
ความสอดคล้องกลุ่มเป้าหมาย	4	5	3	4.00
การสร้างความจดจำ	3	5	3	3.67
การกระตุ้นให้เกิดการใช้งาน	4	5	3	4.00

โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านได้ให้ความเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบแหล่งไฟ ดังนี้

ท่านที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้ให้ความเห็นว่า ชอบในแนวคิดที่พัฒนาจากเดิม โดยมีความเป็นเอกลักษณ์ เข้าใจง่าย โดยส่วนตัวของแหล่งไฟที่ออกแบบให้สอดคล้องกับซีรีส์ที่มีความละเอียดในองค์รวมและสื่อสารง่าย เพียงไม่แน่ใจในด้านการเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับผลงานและเนื้อเรื่องนั้น ๆ มีความเรียบง่ายและอาจเพิ่มรายละเอียดให้เหมาะสมขึ้นเล็กน้อย

ท่านที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการธุรกิจ ได้ให้ความเห็นว่า แหล่งไฟมีความเหมาะสมจากการพัฒนาต้นแบบ ซึ่งสามารถช่วยส่งเสริมการตลาดได้ดี ชอบแหล่งไฟที่ออกแบบเพื่อศิลปิน เพราะมีจุดเด่นที่น่าสนใจ มีความเรียบง่าย โดยอาจมีบางจุดที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องมากขึ้น โดยพิจารณาได้ตามความเหมาะสม

ท่านที่ 3 ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม วงการบันเทิง ได้ให้ความเห็นว่า ชอบแหล่งไฟที่ออกแบบเพื่อศิลปิน เพราะแหล่งไฟสามารถสะท้อนองค์ประกอบโดยรวมได้ดี สามารถเห็นแล้ว



มองได้อย่างชัดเจนว่าเป็นของใคร เป็นแฟนด้อมไหน มีการใช้สี เส้น ลวดลายที่เหมาะสม และสามารถใช้งานตามบริบทได้จริง โดยบางจุดอาจพัฒนาให้เห็นและใช้งานได้ง่ายขึ้น โดยให้พิจารณาได้ตามความเหมาะสม

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความต้องการของแฟนคลับซีรีส์วายต่อแท่งไฟ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วาย พบว่า เหตุผลหลักที่ทำให้แฟนคลับตัดสินใจซื้อแท่งไฟคือ ความต้องการแสดงออกถึงความรัก ความผูกพัน และความภักดีต่อศิลปิน หรือคาแรคเตอร์ที่ตนชื่นชอบ แท่งไฟถูกมองว่าเป็น “สื่อกลาง” ที่สามารถเชื่อมโยงแฟนคลับกับศิลปินผ่านสัญลักษณ์ร่วมทางสายตา เมื่อใช้แท่งไฟในการแสดงคอนเสิร์ตหรือกิจกรรมแฟนมีตติ้ง แฟนคลับจะรู้สึกว่าคุณภาพตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม และสามารถสื่อสารกับศิลปินได้อย่างไม่ต้องใช้คำพูด นอกจากนี้ แท่งไฟยังเป็น สัญลักษณ์ของการเป็นสมาชิกในกลุ่มแฟนด้อม การมีแท่งไฟในรูปแบบเฉพาะกลุ่ม ช่วยสร้างอัตลักษณ์ร่วม และเป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกันในหมู่แฟนคลับ ยิ่งไปกว่านั้น แท่งไฟยังมีคุณค่าทางจิตใจในฐานะ ของสะสมหรือของที่ระลึก ที่แสดงถึงช่วงเวลาสำคัญที่แฟนคลับเคยมีประสบการณ์ร่วมกับศิลปิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง “Memorable Experience” ในงานอีเวนต์ นอกเหนือจากมิติทางอารมณ์แล้ว แฟนคลับยังมองว่าแท่งไฟเป็น องค์ประกอบที่สร้างบรรยากาศ ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น คอนเสิร์ต การโบกแท่งไฟพร้อมกันของแฟน ๆ เป็นภาพที่สร้างพลังร่วมและความทรงจำที่น่าประทับใจ อย่างไรก็ตาม ยังมีแฟนคลับบางส่วนที่เลือกไม่ซื้อแท่งไฟ โดยให้เหตุผลเชิงลบ เช่น ราคาที่ค่อนข้างสูง การใช้งานจำกัด และไม่ค่อยมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งมองว่าแท่งไฟเป็น สินค้าฟุ่มเฟือยและไม่มีความคุ้มค่าในแง่การใช้งาน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแท่งไฟ

เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยเชิงปริมาณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแท่งไฟมากที่สุดคือ รูปลักษณ์และความสวยงาม ซึ่งได้รับการยืนยันจากแฟนคลับถึง 70% ว่าให้ความสำคัญในระดับสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่าความประทับใจแรกและความเป็นเอกลักษณ์ทางดีไซน์มีบทบาทอย่างมากในการกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภค ความแข็งแรงทนทาน เป็นอีกปัจจัยที่แฟนคลับคำนึงถึง โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาว่าแท่งไฟมักถูกใช้งานในสถานการณ์ที่หลากหลาย และอาจต้องเผชิญ

กับแรงกระแทกหรือการใช้งานต่อเนื่อง ขณะที่ ฟังก์ชันหรือลูกเล่นของแท่งไฟ เช่น การเปลี่ยนสี การเชื่อมต่อ กับแอปพลิเคชัน การซิงค์กับเพลง เป็นต้น ก็ได้รับความสนใจเช่นกัน แม้อาจไม่ใช่ปัจจัยอันดับต้น ๆ แต่ก็เป็นส่วนเสริมที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและความคุ้มค่าในการใช้งาน อย่างไรก็ตามปัจจัยด้าน ความคุ้มค่า คุ้มค่า แม้จะยังมีความสำคัญ แต่ถูกจัดลำดับความสำคัญต่ำกว่าองค์ประกอบด้านกายภาพและความสวยงาม นี่แสดงให้เห็นว่า กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายมีแนวโน้มที่จะ ยอมจ่าย เพื่อสิ่งที่ตอบโจทย์ประสบการณ์ มากกว่าการเน้นราคาหรือความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว

3. การออกแบบและพัฒนาแท่งไฟในบริบทของไทย

จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและเชิงปริมาณ ได้นำไปสู่การออกแบบต้นแบบแท่งไฟ 3 รูปแบบนั้นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบให้ความเห็นว่า แท่งไฟที่มีการพัฒนาจากแนวคิดเดิม และเพิ่มเอกลักษณ์เฉพาะตน จะช่วยสร้างความแตกต่างในตลาดได้ดี ขณะที่ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ เห็นว่าแท่งไฟแบบศิลปินมีศักยภาพเชิงการตลาดมากที่สุด เพราะสามารถ สร้างความผูกพันระดับบุคคลกับแฟนคลับ และช่วยผลักดันยอดขายสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ส่วนผู้ประกอบการในวงการบินเห็นมองว่าแท่งไฟแบบศิลปินสะท้อนตัวตนได้ชัดเจนและสามารถใช้งานได้จริงในกิจกรรมของแฟนคลับในประเทศไทย แม้ต้นแบบจะได้รับการยอมรับโดยรวม แต่ยังมีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง เช่น ควรเลือกใช้สีที่ สื่อถึงเนื้อเรื่องหรืออารมณ์ของผลงาน ให้แม่นยำมากขึ้น เพิ่มรายละเอียดเล็กน้อยในดีไซน์เพื่อความชัดเจน และปรับปรุงฟังก์ชันให้ใช้งานง่ายขึ้น เช่น การกดเปลี่ยนโหมดความสามารถในการชาร์จไฟ หรือความสามารถในการควบคุมจากมือถือ ในท้ายที่สุด การพัฒนาแท่งไฟในบริบทของไทยควรพิจารณาถึงปัญหาที่แฟนคลับพบในปัจจุบัน ได้แก่ ความทนทานที่ไม่เพียงพอ ความซับซ้อนในการใช้งาน และข้อจำกัดด้านฟังก์ชัน โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่ยังไม่รองรับลูกเล่นบางอย่าง ซึ่งหากได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม จะสามารถยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้ และสร้างความแตกต่างสำหรับแฟนคลับซีรีส์วาย

ข้อเสนอแนะ

1. เน้นการออกแบบที่สะท้อนตัวตนศิลปิน

หนึ่งในข้อค้นพบที่เด่นชัดคือ แพนคลับให้คุณค่าและความรู้สึกผูกพันอย่างลึกซึ้งกับศิลปิน เฉพาะบุคคล การออกแบบแห่งไฟจึงควรมุ่งเน้นไปที่การ ถ่ายทอดอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปิน ไม่ว่าจะเป็น สีประจำตัว ดอกไม้ประจำตัว ลวดลายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวในชีวิตรหัส หรือแม้แต่คำพูดที่ศิลปินมักใช้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถนำมาสร้างเป็นสัญลักษณ์ทางการออกแบบที่แพนคลับสามารถระบุตัวตนของศิลปินได้

2. ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ ความสวยงาม และความทนทาน

จากผลการวิจัย พบว่าแพนคลับให้ความสำคัญกับ รูปลักษณ์และความสวยงามของแห่งไฟในระดับสูงสุด ถึง 70% ของกลุ่มตัวอย่าง นั้นหมายความว่าแห่งไฟควรถูกออกแบบให้ โดดเด่น มีเอกลักษณ์ และสวยงามสะดุดตา เพื่อให้สามารถใช้ได้ทั้งในบริบทของการใช้งานจริง เช่น คอนเสิร์ต หรือการสะสมในฐานะของที่ระลึก การใช้วัสดุคุณภาพสูงที่มีความแข็งแรงทนทานจะช่วยให้แห่งไฟสามารถใช้งานได้นาน ไม่เกิดความเสียหายง่ายจากการตกหล่นหรือใช้งานซ้ำ ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานโดยตรง

3. พัฒนาฟังก์ชันและลูกเล่นให้หลากหลาย

แม้แพนคลับจะไม่ได้จัดความคุ้มค่าด้านราคาว่าเป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ แต่ความเห็นจากผู้ไม่ซื้อแห่งไฟจำนวนไม่น้อยกลับชี้ให้เห็นว่า แห่งไฟในปัจจุบันยัง ขาดฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายหรือโดดเด่นพอ ซึ่งทำให้ถูกมองว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยและไม่จำเป็น ดังนั้น ควรมีการพัฒนาแห่งไฟให้สามารถรองรับ เทคโนโลยี Smart Lighting เช่น การเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันผ่าน Bluetooth เพื่อควบคุมสี แสง หรือโหมดใช้งาน หรือการตั้งค่าธีมเฉพาะกิจ (Event Mode) สำหรับคอนเสิร์ตหรือกิจกรรมต่าง ๆ การเพิ่มระบบสั่นหรือตอบสนองทางสัมผัสเพื่อเพิ่มความรู้สึกอินเทอร์แอคทีฟ

เอกสารอ้างอิง

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546*. นานมีบุ๊คส์.
- ศรัณย์ นันทอารี. (2552). แฟนคลับในสังคมไทย: รูปแบบการแสดงออกและปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 27(2), 112–129
- สุกัญญา กันธะวงศ์. (2553). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารและทัศนคติของแฟนคลับต่อดารานักแสดง. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 28(3), 15–29.
- สุกัญญา กันธะวงศ์. (2553). *วิเคราะห์พฤติกรรมแฟนคลับ: กรณีศึกษาศิลปินเกาหลีในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Chakrabarti, A. (Ed.). (2013). *Research into design for communities* (Vol. 1). Springer.
- Duffett, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*. Bloomsbury Academic.
- Jenson, J. (1992). *Fandom as pathology: The consequences of characterization*. In L. A. Lewis (Ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 9–29). Routledge.