

# บทที่ 3

## กระบวนการสร้างสรรค์ และการนำเสนอ เชิงนิเทศศาสตร์ การวิเคราะห์ผู้รับสาร




สัปดาห์ที่: 6

ผศ.วิภาณี แม้นอินทร์


# ❖ กระบวนการสร้างสารและการนำเสนอ เชิงนิเทศศาสตร์ ❖

ผู้ส่งสาร/ผู้สื่อสาร  จุดเริ่มต้นการส่งข้อความ

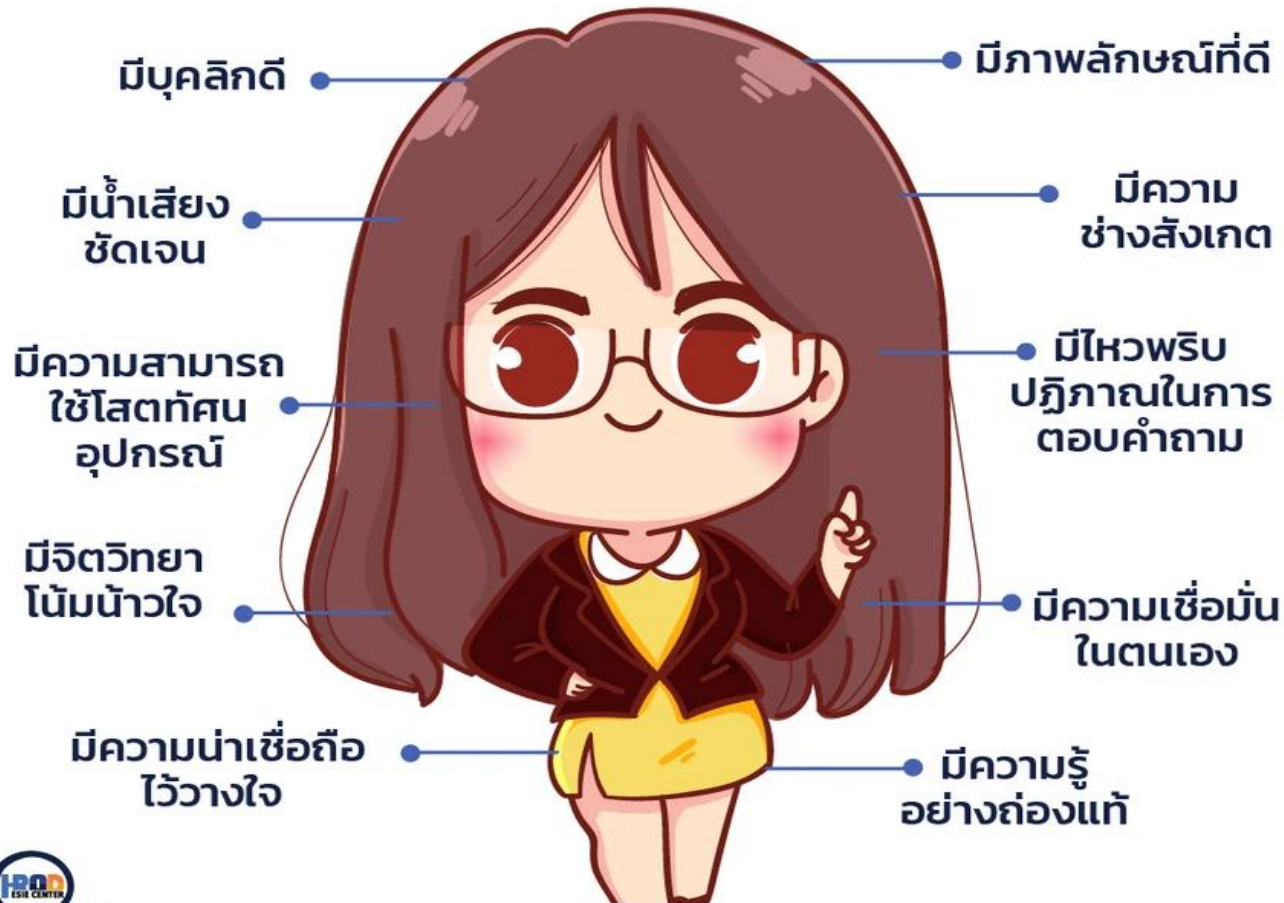
ใช้หลักความน่าเชื่อถือและ  
ความน่าดึงดูดของผู้ส่งสาร  
(Sender's credibility and  
attractiveness)

 มีความเชี่ยวชาญ  
(Expertise), มีความน่าเชื่อถือ  
(Trustworthiness), ได้รับความ  
นิยม (Goodwill)

ประยุกต์ใช้หลักของ  
อริสโตเติล

 Ethos, Pathos, และ  
Logos

# คุณสมบัติของผู้นำเสนอ




WWW.HRODTHAI.COM



สถาบันฝึกอบรมด้านทรัพยากรมนุษย์ - Hrodthai.com By Toppro

<https://www.hrodthai.com/single-post/เทคนิคการนำเสนออย่างมืออาชีพ>

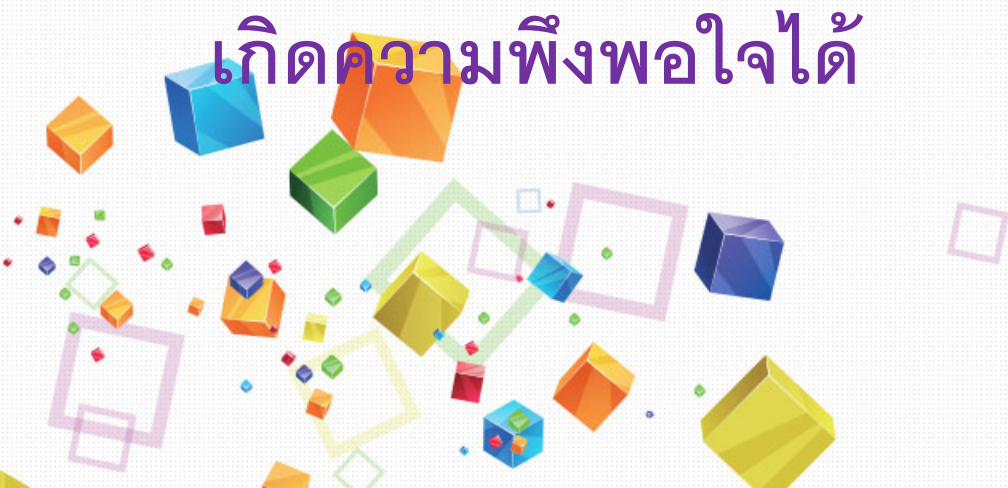
## สาร เนื้อหาของการพูดและนำเสนอ

 การออกแบบสาร คือ กระบวนการสื่อสารที่ผู้สร้างสารปรุงแต่งสารที่ส่งไปให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจสารตามวัตถุประสงค์ของการสร้างสารเป็นการสื่อสารที่ผู้สร้างสารตั้งใจหรือวางแผนไว้  
(อวยพร พานิช, 2549)



➔ **สีโนบล สายเพชร (2561)** การออกแบบ  
สาร หมายถึง การวิเคราะห์ วางแผน นำเสนอ และ  
ทำความเข้าใจในสาร

โดยสาร ณ ที่นี้ หมายความว่ารวมถึง  
เนื้อหาและรูปแบบ การออกแบบสารที่ดีจะนำไปสู่  
ความเป็นสุนทรียศาสตร์ของสาร ทำให้ผู้รับสาร  
เกิดความพึงพอใจได้



# ❖ ขั้นตอนการสร้างสรรค์สาร ❖ (Pettersson, 2012)

1. ผู้ส่งสารกำหนดความหมาย จะผลิตสารให้มีความหมายว่าอย่างไร
2. ขั้นตอนการออกแบบ เลือกว่าจะใช้หลักการ และเครื่องมือใดในการออกแบบ
3. ออกแบบสาร
4. ส่งต่อสารไปยังผู้รับสาร (ผู้รับสารแต่ละคนมีบริบททางสังคมหรือบริบทอื่น ๆ เป็นตัวกำกับการตีความ





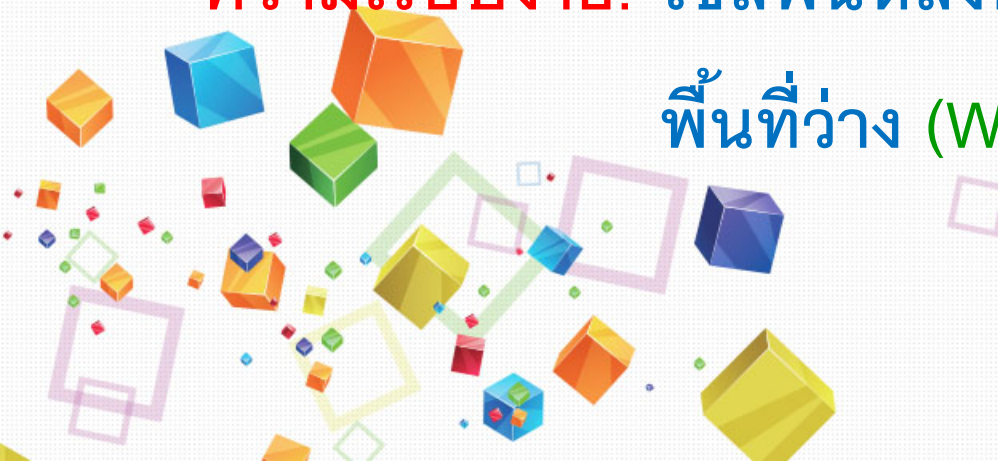
## Tip การออกแบบสาร

### 1. การจัดโครงสร้างและการจัดวาง (Structure & Layout)

**จัดลำดับ:** เนื้อหาต้องมีระเบียบ อ่านง่าย จากบนลงล่าง  
ซ้ายไปขวา

**หนึ่งสไลด์ หนึ่งความคิด:** ข้อความและภาพในสไลด์ควรมี  
เพียงหนึ่งแนวคิดหลัก

**ความเรียบง่าย:** ใช้สีพื้นหลังอ่อน ไม่รบกวนสายตา และมี  
พื้นที่ว่าง (White Space) เพียงพอ





## Tip การออกแบบสาร

**ความสม่ำเสมอ:** ใช้รูปแบบ (Template), สี, ฟอนต์, และ  
ตำแหน่งองค์ประกอบเดียวกันในทุก  
สไลด์

**ความสมดุล:** จัดวางองค์ประกอบให้ดูสมดุลทั้งแบบมี  
แบบแผน (Formal) หรือไม่มีแบบแผน





## Tip การออกแบบสาร

### 2. การเลือกใช้สื่อและองค์ประกอบ (Media & Elements)

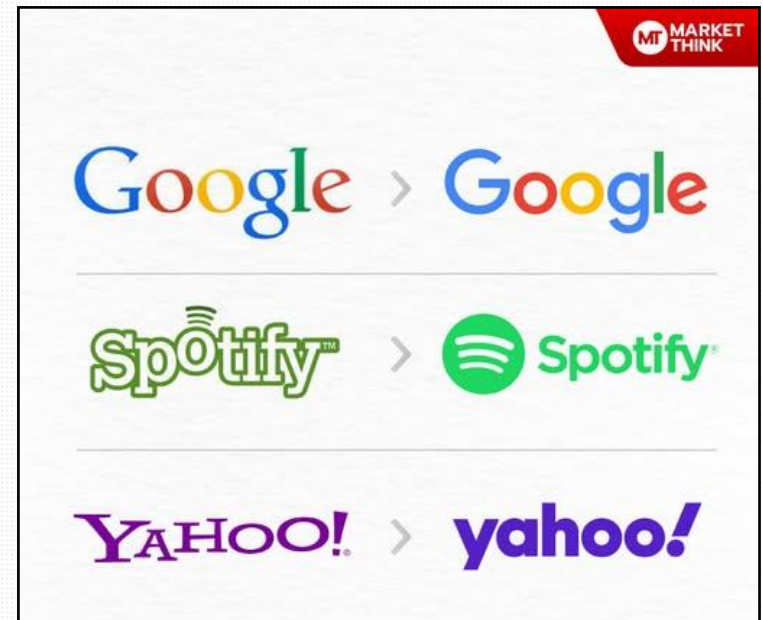
**ตัวอักษร:** เลือกฟอนต์ที่อ่านง่าย ขนาดเหมาะสม

เช่น Sans-serif



<https://goterrestrial.com/2020/11/19/serif-and-san-serif/>

ให้ความรู้สึก ทันสมัย เรียบง่าย สะอาด  
ตา เข้าถึงง่าย รู้สึกมินิมอล และเหมาะ  
กับการแสดงผลบนหน้าจอ นิยมใช้เพื่อ  
สร้างภาพลักษณ์ที่ดูอ่อนเยาว์ มีสไตล์  
และเป็นกันเอง





# Tip การออกแบบสาร

## 5 ไอเดีย จับคู่สีที่ใช้ ใช้สร้าง Branding ให้แข็งแรง

MT MARKET THINK



### สีคู่ตรงข้าม

(Complementary Colors)

- เลือกจับคู่สีที่อยู่ตรงข้ามกัน
- ทำได้ง่ายที่สุด ได้สีที่ตัดกัน ช่วยเพิ่มความโดดเด่นให้งานออกแบบ

ตัวอย่างการจับคู่สี



### สีในโทนเดียวกัน

(Monochromatic Colors)

- ใช้สีหลักเพียงสีเดียว
- แต่มีการปรับโทนให้มีความมืด-สว่าง หรือความอ่อน-สด ที่ต่างกัน

ตัวอย่างการจับคู่สี



### สีข้างเคียง

(Analogous Colors)

- เลือกใช้สีที่อยู่ทางด้านซ้าย และขวาของสีหลัก รวมทั้งหมด 3 สี
- ช่วยทำให้งานออกแบบกลมกลืนไม่โดดไปมา

ตัวอย่างการจับคู่สี

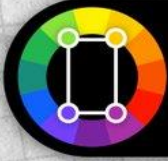


### สามสีตรงข้าม

(Triadic Colors)

- เลือกสีที่อยู่ตรงข้ามอีก 2 สี โดยแต่ละสีมีระยะห่างบนวงล้อสีเท่ากัน
- ทำให้งานออกแบบ มีทั้งสีโทนอุ่น และโทนเย็น

ตัวอย่างการจับคู่สี



### สี่สีตรงข้าม

(Tetradic Colors)

- จับคู่สี โดยมีทั้งสีที่ใกล้เคียงกัน และสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงล้อสี
- ในลักษณะของรูปทรงสี่เหลี่ยม

ตัวอย่างการจับคู่สี



รู้หรือไม่

Color Wheel คือ วงจรสี หรือบางครั้งก็เรียกกันว่า วงล้อสี เป็นเครื่องมือที่คิดค้นขึ้นตั้งแต่ปี 1666 โดย Sir Isaac Newton หรือที่รู้จักกันดีในฐานะผู้คิดค้นทฤษฎีแรงโน้มถ่วงนั่นเอง



อ้างอิง : Canva, Goterrestrial, Jalearmmedia, Grappik และ RMUTT

สี: ใช้สีที่เข้ากัน (คู่สี)  
พื้นเข้ม ตัวอักษรอ่อน  
หรือพื้นอ่อน ตัวอักษรเข้ม (ตามหลักสากล)

ภาพและกราฟิก: ใช้  
ภาพ วิดีโอ กราฟ  
แผนภูมิ เพื่อสื่อสารให้  
เข้าใจง่ายขึ้น



## Tip การออกแบบสาร

**เสียง:** ใช้เสียงประกอบที่เหมาะสม หรือการบรรยายด้วยเสียงจะดีกว่าภาพ+เสียง+อักษรพร้อมกัน เพราะป้องกันข้อมูลท่วมทับัน

**การเน้น:** ใช้สี ลูกศร หรือตัวหนาเพื่อเน้นส่วนสำคัญ



# สื่อ สะพานนำข้อความจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

⇒ พิจารณาบริบทผู้ฟัง (จำนวน, ความรู้พื้นฐาน, ความสนใจ), เป้าหมายการสื่อสาร (เพื่อให้รู้, ให้คล้อยตาม, ให้ลงมือทำ), และข้อจำกัด (สถานที่, งบประมาณ, ทักษะผู้นำเสนอ) เพื่อเลือกสื่อที่ชัดเจน, สอดคล้อง, และน่าสนใจ เช่น สไลด์, วิดีโอ, หรือตัวอย่างจริง และออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าใจ (Big, Clear, Clean, Simple) เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุด



## Good Presentation



**9Expert**  
Knowledge Provider

<https://www.9experttraining.com/articles/แนะนำการทำงานนำเสนอที่>



## Tip การเลือกใช้สื่อในการนำเสนอ

คุณสมบัติและประเภทของสื่อ (Media Properties):

ความเหมาะสมกับเนื้อหา:

สไลด์ (PowerPoint): เหมาะกับข้อมูลทั่วไป, สถิติ, รูปภาพ

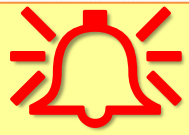
วิดีโอ: เหมาะกับการสาธิต, สร้างอารมณ์, หรือแสดง

กระบวนการ

ตัวอย่างจริง/หุ่นจำลอง: เหมาะกับการเรียนรู้ที่เน้น  
ประสบการณ์ตรง, การสัมผัส.

โปสเตอร์/แผ่นพับ: เหมาะกับการนำเสนอแบบ  
กลุ่มย่อย, การแจกจ่ายเพื่อทบทวน





## Tip การเลือกใช้สื่อในการนำเสนอ

**การเข้าถึง:** สื่อต้องเข้าถึงง่ายสำหรับผู้รับสาร เช่น บนเว็บ,  
สิ่งพิมพ์

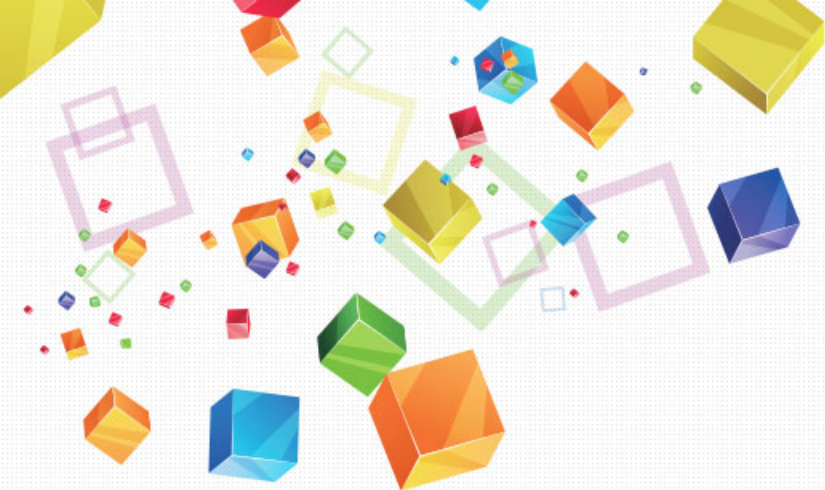
**ต้นทุนและการผลิต:** พิจารณาค่าใช้จ่ายในการผลิตและ  
เผยแพร่



ผู้รับสาร

👉 หัวใจสำคัญของการออกแบบสารเพื่อนำเสนอ





## รู้จัก ทำความเข้าใจ และรู้ความต้องการผู้รับสาร


➔ การออกแบบสารเพื่อนำเสนอต้องเริ่มจากการเข้าใจผู้ฟัง (ความต้องการ, พื้นฐานความรู้) เพื่อเลือกเนื้อหาที่ตรงใจ, จัดลำดับให้เข้าใจง่าย (จากง่ายไปยาก), ใช้สื่อภาพและเสียงที่ชัดเจน (ตัวอักษร, สี, กราฟิก) และปรับภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การนำเสนอมีประสิทธิภาพบรรลุเป้าหมาย

ไม่ใช่นำเสนอในสิ่งที่ผู้นำเสนอรู้ แต่ต้องนำเสนอสิ่งที่ผู้ฟังต้องการรู้และเข้าใจได้จริง



## ❖ การวิเคราะห์ผู้รับสาร ❖

👉 **ไพบูลย์ วัฒนกิจ (2553: 19)** อธิบายว่าแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเปิดรับข่าวสารมีสาเหตุมาจาก 4 ประการ ได้แก่ ความเหงา ความอยากรู้ อยากเห็น ประโยชน์ใช้สอยของตนเองและลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนหรือสื่อต่าง ๆ

 กาญจนนา แก้วเทพ (2541) แบ่งการวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อให้สะดวกต่อการนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้ 3 แนวทาง

1) แบ่งตาม  
ลักษณะเกณฑ์  
ของประชากร

- อายุ เพศ  
การศึกษาฐานะ  
ทางเศรษฐกิจและ  
รายได้

2) แบ่งตาม  
คุณลักษณะด้าน  
จิตวิทยา

- บุคลิกภาพ  
แบบต่าง ๆ แบบ  
แผนวิธีคิด  
ลักษณะทาง  
อารมณ์ วิธีชีวิต

3) เกณฑ์เรื่องการ  
แสวงหาข่าวสาร  
ของผู้รับสาร

- การใช้ประโยชน์  
และการได้รับความ  
พึงพอใจ

ตัวอย่าง

การออกแบบสาร



ตัวอย่าง การออกแบบบทรายในบริบททางธุรกิจ  
การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ “สมาร์ทโฟน”

## การวิเคราะห์และออกแบบบทราย

1. แบ่งกลุ่มผู้ชม: ระบุกลุ่มผู้ชมหลัก เช่น ผู้ที่สนใจในเทคโนโลยี นักธุรกิจ และผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความต้องการและความชอบที่แตกต่างกัน



## 2. ปรับแต่งสาร:

☑ ผู้ที่สนใจในเทคโนโลยี ☞ เน้นที่คุณสมบัติล้ำสมัย  
ข้อมูลจำเพาะทางเทคนิค และแง่มุมที่เป็นนวัตกรรม

☑ นักธุรกิจ ☞ เน้นเครื่องมือเพิ่มประสิทธิภาพการ  
ทำงาน คุณสมบัติด้านความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ

☑ ผู้บริโภคทั่วไป ☞ เน้นเรื่องการออกแบบที่เป็น  
มิตรต่อผู้ใช้ ยกกระตักวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และ

ความคุ้มค่า



### 3. เลือกช่องทาง:

☑ ผู้ที่สนใจในเทคโนโลยี ☞ ใช้สื่อสังคมออนไลน์และบล็อกที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

☑ นักธุรกิจ ☞ ใช้ LinkedIn และนิตยสารทางธุรกิจ

☑ ผู้บริโภคทั่วไป ☞ ใช้โฆษณาทางโทรทัศน์ เว็บไซต์ที่เป็นกระแสหลัก และจอแสดงผลในร้านค้า



4. **Feedback Loop:** ติดตามปฏิกริยาผ่านความคิดเห็นบนสื่อสังคมออนไลน์ คำวิจารณ์ รีวิวของลูกค้า และข้อมูลการขาย เพื่อปรับเปลี่ยนสารในอนาคต

5. **ผลลัพธ์:** ด้วยการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้ชมที่แตกต่างกัน และการออกแบบสารที่เฉพาะเจาะจงแต่ละกลุ่ม บริษัทสามารถสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างการมีส่วนร่วมและยอดขายได้สูงขึ้น



ตัวอย่าง การออกแบบสารในบริบททางสังคม  
สร้างความตระหนักรู้”ความสำคัญของการฉีดวัคซีน”

## การวิเคราะห์สาร

1. ผู้ชม: ประชาชนทั่วไป

2. วัตถุประสงค์: เพื่อให้ความรู้แก่สาธารณชนเกี่ยวกับ  
ประโยชน์ของการฉีดวัคซีนและขจัดความเชื่อผิด ๆ ที่พบบ่อย  
ในสังคม

3. เนื้อหา: ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประสิทธิภาพของวัคซีน

ความปลอดภัยและความสำคัญของภูมิคุ้มกันหมู่

## การออกแบบสาร

4. โครงสร้าง: เริ่มต้นด้วยข้อเท็จจริงหรือสถิติที่ดึงดูดความสนใจ ตามด้วยคำอธิบายที่ตรงไปตรงมาเกี่ยวกับวิธีการทำงานของวัคซีน และจัดการกับข้อกังวลและความเชื่อผิด ๆ ทั่วไป ปิดท้ายด้วยการขอความร่วมมือให้ดำเนินการเพื่อรับการฉีดวัคซีน



5. **ภาพ:** ใช้อินโฟกราฟิกเพื่ออธิบายแนวคิดทางวิทยาศาสตร์ที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย และรวมเรื่องราวหรือประสบการณ์ส่วนตัวหรือการรับรองเพื่อให้ข้อความมีความน่าเชื่อถือ

6. **น้ำเสียงและลีลา:** ใช้น้ำเสียงให้เหมาะกับการให้ข้อมูลสร้างความมั่นใจและแสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจ รวมถึงมีเป้าหมายเพื่อสร้างความไว้วางใจและลดความกลัวให้กับสาธารณชน



# การเลือกช่องทาง

## 7. ช่องทางเผยแพร่ :

โซเชียลมีเดีย (Facebook, TikTok, LINE, YouTube):

👉 คลิปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้มีประสบการณ์, Infographic  
ชี้แจงข้อเท็จจริง, สตีกเกอร์ไลน์ให้ความรู้

สื่อดั้งเดิม (โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์):

👉 รายการให้ความรู้, โฆษณาประชาสัมพันธ์สั้น ๆ,  
บทความ/สกู๊ปข่าว



การสื่อสารในชุมชน (ผู้นำชุมชน, อสม., วัด, โรงเรียน):

👉 จัดอบรม/เสวนา, อสม. ลงพื้นที่ให้ข้อมูล, ป้าย  
ประชาสัมพันธ์ในวัด/ตลาด



การออกแบบ  
การสื่อสาร



HOW

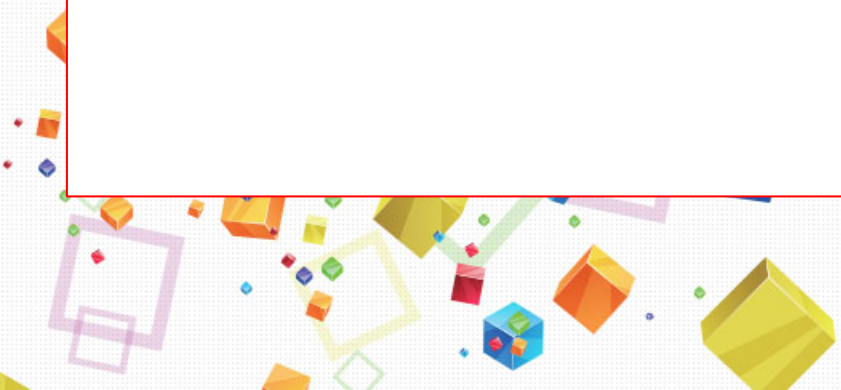
WHY?

WHAT?

WHO?

WHEN?

WHERE?



## หลักการนำเสนอ 5W1H

Why	ทำไมต้องมาเสนองาน
What	เราจะต้องพูดอะไร
Who	เสนองานกับใคร
When	พูดเมื่อไหร่ ช่วงเวลาไหน
Where	ที่ไหน
How	พูดอย่างไร



★ โครงสร้างการนำเสนอ ★

- ☑ ส่วนคำอธิบายตอนต้น 5-10%
- ☑ ส่วนที่ติดตามมา 75-80%
- ☑ ส่วนบทสรุป 10-15%



**The end**



## เอกสารอ้างอิง

วิภาณี แม้นอินทร์. (2568). การนำเสนอเชิงนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ณรงค์ อนุรักษ์. (2567). การนำเสนอเชิงนิเทศศาสตร์. ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทากรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.