วารสารการจัดการสมัยใหม่

Modern Management Frontier Journal

ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2569 Vol.24 No.1 January – June 2026

ISSN: 3088-165X (Online)

การปรับตัวของสตูดิโอออกแบบกราฟิกต่อการเข้ามาของเทคโนโลยี Generative AI

ณธกร อุไรรัตน์[1*] จักรพันธ์ สุระประเสริฐ[2] กิรติ ศรีสุชาติ[3] และ สเตเฟนนี่ ไพลิน ทีล[4]

[1*,2,3,4]คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Adaptation of Graphic Design Studios toward the Integration of Generative AI

Nathakorn Ourairat[1*], Jakapan Suraprasert[2], Kirati Srisuchat[3] and Stephanie Pailin Thiel[4]

[1*,2,3,4]Faculty of Fine and Applied Arts, Dhurakij Pundit University

Article: Research

Received: 18 March 2026

Accepted: 5 May 2026

Published: 12 June 2026

Citation: Ourairat, N., Suraprasert, J., Srisuchat. K., & Thiel, S. P. (2026). Adaptation of Graphic Design Studios toward the Integration of Generative AI. *Modern Management Frontier Journal, 24*(1), 110-121.

บทคัดย่อ

การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เชิงกำเนิด (Generative Artificial Intelligence: Generative AI) ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในสาขาการออกแบบกราฟิกซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ภาพ การสื่อสารทางทัศนศิลป์ และการผลิตสื่อดิจิทัล งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้ในกระบวนการทำงานของสตูดิโอออกแบบกราฟิก และวิเคราะห์การปรับตัวขององค์กรด้านการออกแบบต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าว

การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามปลายเปิดที่พัฒนาตามแนวทางการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 คน ซึ่งประกอบด้วยนักออกแบบกราฟิก ผู้กำกับงานสร้างสรรค์ และผู้บริหารในบริษัทโฆษณาและสตูดิโอออกแบบในประเทศไทย การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยเน้นผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือ Generative AI ในกระบวนการออกแบบ

ผลการศึกษาพบว่า Generative AI ถูกนำมาใช้ในหลายขั้นตอนของกระบวนการทำงาน ได้แก่ การค้นคว้าข้อมูล การพัฒนาแนวคิด การสร้างภาพตัวอย่าง และการทดลองรูปแบบงานออกแบบ เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยลดระยะเวลาในการทำงานและเพิ่มความยืดหยุ่นในการทดลองแนวคิดสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า AI ยังไม่สามารถทดแทนบทบาทของนักออกแบบได้ทั้งหมด เนื่องจากการออกแบบยังต้องอาศัยการตีความบริบททางสังคม ความเข้าใจในแบรนด์ และการตัดสินใจเชิงสร้างสรรค์ของมนุษย์

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าองค์กรด้านการออกแบบมีแนวโน้มปรับตัวผ่านการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล การเรียนรู้การใช้เครื่องมือ AI และการปรับรูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์, การออกแบบกราฟิก, อุตสาหกรรมสร้างสรรค์, การปรับตัวขององค์กร

Abstract

The rapid development of Generative Artificial Intelligence (Generative AI) has significantly influenced various creative industries, particularly graphic design. This technology enables the generation of visual content through machine learning models,

allowing designers to explore new creative possibilities and accelerate the design process. This study aims to investigate how graphic design studios adapt to the integration of Generative AI in their professional practices.

This research employed a qualitative research approach by collecting data through open-ended questionnaires developed based on semi-structured interview guidelines from 30 key informants, including graphic designers, creative directors, and executives working in advertising agencies and graphic design studios in Thailand. The participants were selected using purposive sampling, focusing on individuals with experience related to the use of Generative AI tools in the design process.

The findings indicate that Generative AI is increasingly used as a supportive tool in several stages of the design process, particularly in idea generation, visual exploration, and rapid prototyping. Many design studios reported that AI technologies help reduce production time and expand creative experimentation. However, most participants emphasized that Generative AI cannot fully replace human designers because creative interpretation, contextual understanding, and client communication remain essential aspects of design work. Furthermore, design studios are adapting by developing new digital competencies, integrating AI tools into their workflows, and redefining the role of designers in the creative process.

The study highlights that the integration of Generative AI is reshaping the professional landscape of graphic design while maintaining the importance of human creativity. The findings provide insights into how creative organizations adapt to emerging technologies in the evolving digital economy.

Keywords: Generative AI, Graphic Design, Creative Industry, Organizational Adaptation

Corresponding author: Faculty of Fine and Applied Arts, Dhurakij Pundit University
E-mail address: nathakorn.our@dpu.ac.th

บทนำ (Introduction)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เชิงกำเนิด (Generative AI) ได้พัฒนาอย่างรวดเร็วและเริ่มมีบทบาทในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก โดยในปัจจุบันปัญญาประดิษฐ์ถูกจำแนกออกเป็นหลายระดับตามความสามารถในการเรียนรู้และการตอบสนองต่อมนุษย์ (Kaplan & Haenlein, 2019) ซึ่งเครื่องมืออย่าง Midjourney, DALL·E และ Stable Diffusion สามารถสร้างภาพจากคำสั่งข้อความได้อย่างรวดเร็ว โดยอาศัยกระบวนการเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) ที่เลียนแบบโครงสร้างการทำงานของโครงข่ายประสาทเทียม (Goodfellow et al., 2016) ส่งผลให้กระบวนการพัฒนาแนวคิด การทดลองรูปแบบ และการสร้างต้นแบบมีความคล่องตัวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการนำปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจเพื่อเพิ่ม

ประสิทธิภาพการทำงานและสร้างโอกาสใหม่ในกระบวนการผลิต (Davenport & Ronanki, 2018) อย่างไรก็ตาม การเข้ามาของเทคโนโลยีดังกล่าวก่อให้เกิดข้อถกเถียงเกี่ยวกับบทบาทของนักออกแบบในอนาคต ระหว่างการเป็นเครื่องมือสนับสนุนกับการทดแทนแรงงานมนุษย์ ขณะเดียวกัน งานออกแบบยังคงต้องอาศัยการตีความบริบท ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และการตัดสินใจเชิงสร้างสรรค์ที่เทคโนโลยียังไม่สามารถทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ ภายใต้บริบทนี้ สตูดิโอออกแบบและองค์กรด้านการออกแบบจึงจำเป็นต้องปรับตัวทั้งด้านทักษะบุคลากรและรูปแบบการทำงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคเครื่องจักรที่สองซึ่งเน้นการทำงานร่วมกันระหว่างมนุษย์และเทคโนโลยีอัจฉริยะเพื่อสร้างความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Brynjolfsson & McAfee, 2014) ดังนั้น การศึกษาการปรับตัวของสตูดิโอออกแบบกราฟิกต่อการนำ Generative AI มาใช้จึงมีความสำคัญ เพื่อทำความเข้าใจแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงและแนวทางการปรับตัวของอุตสาหกรรมในยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research purpose)

1. เพื่อศึกษาการนำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้ในกระบวนการทำงานของสตูดิโอออกแบบกราฟิกและบริษัทเอเจนซี่ด้านการออกแบบ
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยี Generative AI ต่อกระบวนการทำงานและความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบกราฟิก
3. เพื่อศึกษารูปแบบการปรับตัวของสตูดิโอออกแบบกราฟิกต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี Generative AI

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี Generative AI ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

Generative AI เป็นเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถสร้างเนื้อหาใหม่จากการเรียนรู้ข้อมูลจำนวนมาก โดยเริ่มมีบทบาทชัดเจนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การออกแบบกราฟิก การโฆษณา และการผลิตสื่อดิจิทัล เครื่องมืออย่าง Midjourney, DALL·E และ Stable Diffusion ช่วยให้นักออกแบบสร้างภาพจากคำสั่งข้อความได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ขั้นตอนการพัฒนาแนวคิดและการสร้างต้นแบบมีความคล่องตัวมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้เทคโนโลยีดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความรวดเร็วและทางเลือกในการทำงาน แต่การออกแบบยังคงต้องอาศัยการตีความความเข้าใจบริบท และการตัดสินใจเชิงสร้างสรรค์ของมนุษย์เป็นสำคัญ (Dwivedi et al., 2023; Floridi et al., 2023; Kshetri, 2024)

2.2 การเปลี่ยนแปลงของกระบวนการทำงานด้านการออกแบบกราฟิก

งานออกแบบกราฟิกเป็นกระบวนการสื่อสารด้วยภาพที่ต้องผสานทั้งความคิดสร้างสรรค์และทักษะเชิงเทคนิค ตั้งแต่การวิเคราะห์โจทย์ พัฒนาแนวคิด ไปจนถึงการสร้างชิ้นงานสมบูรณ์ เมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รูปแบบการทำงานของนักออกแบบก็เปลี่ยนตามไปด้วย โดยเฉพาะการเข้ามาของ Generative AI ที่

ช่วยให้การสร้างภาพตัวอย่าง การทดลองรูปแบบ และการมองเห็นแนวทางของงานเกิดขึ้นได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เทคโนโลยีนี้จึงไม่ได้เปลี่ยนเพียงเครื่องมือที่ใช้ทำงานเท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนจังหวะ วิธีคิด และกระบวนการตัดสินใจในงานออกแบบด้วย (McKinsey, 2024)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรต่อเทคโนโลยีใหม่

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวทั้งด้านบุคลากร กระบวนการทำงาน และแนวทางการใช้เครื่องมือใหม่ให้เหมาะสม การยอมรับเทคโนโลยีไม่ได้เกิดจากการมีเครื่องมือเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ การทดลองใช้ และการพัฒนาทักษะของคนในองค์กรด้วย ในบริบทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การปรับตัวต่อ Generative AI จึงสะท้อนผ่านการฝึกอบรม การแลกเปลี่ยนความรู้ภายในทีม และการปรับรูปแบบการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมใหม่

2.4 บทบาทของ Generative AI ต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการออกแบบ

Generative AI มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการออกแบบในฐานะเครื่องมือที่ช่วยเร่งกระบวนการสร้างสรรค์และขยายทางเลือกของงานออกแบบ เทคโนโลยีนี้ช่วยให้ทีมงานสามารถพัฒนา visual concept สร้างภาพประกอบ และจัดทำต้นแบบได้เร็วขึ้น จึงตอบสนองต่อความต้องการของงานในยุคดิจิทัลได้ดีขึ้น ขณะเดียวกัน การเข้าถึงเครื่องมือ AI ที่ง่ายขึ้นยังส่งผลต่อการแข่งขันในตลาด ทำให้บทบาทของนักออกแบบมืออาชีพขยับจากผู้ผลิตงานเพียงอย่างเดียว ไปสู่การกำกับแนวคิด วางทิศทาง และสร้างคุณค่าที่แตกต่างให้ผลงานมากขึ้น (Dwivedi et al., 2023)

2.5 ทักษะใหม่ของนักออกแบบในยุค AI

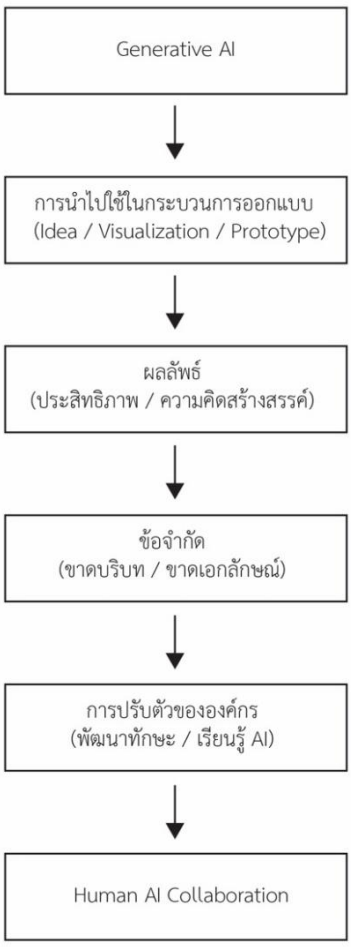
การทำงานในยุค AI ทำให้นักออกแบบจำเป็นต้องพัฒนาทักษะใหม่ควบคู่กับทักษะดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นการใช้เครื่องมือดิจิทัล การเขียนคำสั่งเพื่อสื่อสารกับระบบ AI และการคัดเลือกหรือปรับแต่งผลลัพธ์ให้เหมาะกับโจทย์งานจริง อย่างไรก็ตาม ทักษะที่ยังคงมีความสำคัญอย่างมาก คือ ความคิดเชิงแนวคิด ความเข้าใจบริบทของลูกค้า และความสามารถในการสื่อสารสาระของงานออกแบบ เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพนั้นไม่ได้เกิดจากทักษะทางเทคนิคเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องอาศัยแรงจูงใจและบริบทสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม (Amabile, 1996) เพราะเป็นมิติที่ AI ยังไม่สามารถทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ (Kshetri, 2024)

2.6 ความร่วมมือระหว่างมนุษย์และปัญญาประดิษฐ์ในงานสร้างสรรค์

แนวคิดเรื่อง Human-AI Collaboration อธิบายว่า AI ควรถูกมองเป็นผู้ช่วยในกระบวนการสร้างสรรค์มากกว่าจะเป็นสิ่งที่เข้ามาแทนมนุษย์ทั้งหมด ในงานออกแบบกราฟิก AI สามารถช่วยสร้างตัวเลือกของภาพหรือแนวทางงานได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เทคโนโลยีโครงข่ายประสาทเทียมเชิงสร้างสรรค์ยังช่วยให้ระบบสามารถสร้างผลลัพธ์ที่มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากรูปแบบเดิมที่มีอยู่ (Elgammal et al., 2017) ขณะที่นักออกแบบยังคงทำหน้าที่กำหนดทิศทาง คัดเลือก ปรับแต่ง และเชื่อมโยงผลงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายของลูกค้าและบริบทของงาน ดังนั้น การทำงานร่วมกันระหว่างมนุษย์กับ AI จึงสะท้อนการเปลี่ยนบทบาทของนักออกแบบจากผู้ผลิตผลงานเพียงอย่างเดียว ไปสู่ผู้กำกับกระบวนการสร้างสรรค์ในสภาพแวดล้อมดิจิทัล (Floridi et al., 2023)

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการปรับตัวของสตูดิโอออกแบบกราฟิกต่อการนำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้ โดยสังเคราะห์แนวคิดจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการทำงานด้านการออกแบบ ตั้งแต่การพัฒนาแนวคิด การสร้างภาพ และการสร้างต้นแบบ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ ขณะเดียวกัน ข้อจำกัดของเทคโนโลยีทำให้องค์กรต้องปรับตัวด้านทักษะและแนวทางการใช้งาน เพื่อนำไปสู่การทำงานร่วมกันระหว่างมนุษย์และ AI อย่างเหมาะสม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research methodology)

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษามุมมอง ประสบการณ์ และแนวทางการปรับตัวของผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการออกแบบกราฟิกต่อการนำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้ในกระบวนการทำงาน โดยมุ่งทำความเข้าใจปรากฏการณ์เชิงลึกในบริบทการทำงานจริง ทั้งในด้านการใช้เครื่องมือ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบงาน และผลกระทบต่อบทบาทของนักออกแบบ

3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในบริษัทโฆษณา สตูดิโอออกแบบ และองค์กรด้านสื่อดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีการนำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้ในกระบวนการทำงาน และมีประสบการณ์ใช้งานจริงในระดับปฏิบัติหรือการบริหารงาน เพื่อให้สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนสถานการณ์จริงของอุตสาหกรรมได้อย่างเหมาะสม

ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยนักออกแบบกราฟิก ผู้กำกับงานสร้างสรรค์ ผู้บริหารสตูดิโอออกแบบ และผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เครื่องมือ AI ในงานออกแบบ และสามารถสะท้อนมุมมอง ประสบการณ์ และแนวทางการปรับตัวต่อเทคโนโลยีได้อย่างครอบคลุม ทั้งในระดับการปฏิบัติงานและระดับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ขององค์กร ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย

ประเภทผู้ให้ข้อมูล	ตำแหน่ง	จำนวน
นักออกแบบกราฟิก	Graphic Designer / Designer	12
ผู้กำกับงานสร้างสรรค์	Creative Director / Art Director	8
ผู้บริหารองค์กร	Owner / Managing Director	5
ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัล	Photographer / Game Designer / Digital Designer	5
รวม		**30**

หมายเหตุ : จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยผู้วิจัย (2569)

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดที่พัฒนาตามแนวทางการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลถ่ายทอดประสบการณ์และมุมมองเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี Generative AI ในกระบวนการออกแบบได้อย่างอิสระ คำถามครอบคลุม 7 ประเด็นหลัก ได้แก่ การใช้งาน AI ในกระบวนการทำงาน ผลกระทบต่อการออกแบบ ข้อดีและข้อจำกัด การปรับตัวขององค์กร ผลต่อความคิดสร้างสรรค์ แนวโน้มของอุตสาหกรรม และข้อเสนอแนะในการใช้งาน ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยให้ผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามด้วยตนเองในลักษณะเชิงพรรณนา พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยและขอความยินยอมก่อนการเก็บข้อมูล โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถถอนตัวได้ทุกเมื่อโดยไม่เกิดผลกระทบใด ๆ ภายหลังการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลและนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงธีม พร้อมจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ปรากฏ และตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายรายเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยถอดความข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดอย่างครบถ้วนภายหลังการเก็บข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องโดยเปรียบเทียบกับบันทึกภาคสนาม เพื่อให้ข้อมูลสะท้อนมุมมองและบริบทของผู้ให้ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงธีม โดยอ่านข้อมูลซ้ำหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจภาพรวม และทำการเข้ารหัสข้อมูลตามประเด็นที่ปรากฏจริงควบคู่กับกรอบแนวคิดการวิจัย ก่อนจัดกลุ่มรหัสที่มีความสัมพันธ์กันเป็นประเด็นย่อย และสังเคราะห์เป็นประเด็นหลักที่อธิบายรูปแบบการปรับตัวต่อการใช้เทคโนโลยี Generative AI ในกระบวนการออกแบบ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบข้อมูลระหว่างผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของประเด็น และพิจารณาความครอบคลุมของข้อมูลร่วมกับบริบทของอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ ก่อนนำเสนอผลการวิจัยในลำดับถัดไป

3.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ โดยใช้การตรวจสอบจากผู้ให้ข้อมูล (Member Checking) เพื่อยืนยันความถูกต้องของการตีความควบคู่กับการเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายราย (Data Triangulation) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องและความแตกต่างของประเด็นที่ปรากฏ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้บันทึกและถอดความข้อมูลอย่างละเอียดโดยคงบริบทเดิม พร้อมจัดทำบันทึกภาคสนามและรวบรวมข้อมูลประกอบเพื่อใช้สนับสนุนการตีความ อีกทั้งมีการทบทวนความเชื่อมโยงของรหัสข้อมูล ประเด็นย่อย และประเด็นหลักอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ข้อค้นพบมีความสอดคล้องและอธิบายปรากฏการณ์ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสม่ำเสมอของการเข้ารหัสข้อมูล (Coding Consistency) โดยเปรียบเทียบการตีความในแต่ละช่วงของการวิเคราะห์ เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล รวมถึงมีการทบทวนข้อมูลซ้ำหลายรอบ (Iterative Review) เพื่อให้การวิเคราะห์มีความรอบคอบและครอบคลุมประเด็นสำคัญ นอกจากนี้ยังพิจารณาความสอดคล้องของข้อค้นพบกับบริบทจริงของอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มความเที่ยงตรงของผลการวิจัย และช่วยให้ข้อสรุปสามารถสะท้อนสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสมในเชิงวิชาการ

ผลการวิจัย (Research results)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดของผู้ให้ข้อมูลจำนวน 30 คน ซึ่งประกอบด้วยนักออกแบบกราฟิก ผู้กำกับงานสร้างสรรค์ และผู้บริหารในองค์กรด้านการออกแบบ สามารถสังเคราะห์ประเด็นสำคัญที่สะท้อนการนำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้ในกระบวนการทำงานออกแบบได้อย่างเป็นระบบ โดยผลการศึกษาครอบคลุมทั้งรูปแบบการใช้งาน ประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน ข้อดีและข้อจำกัด ตลอดจนแนวทางการปรับตัวขององค์กรในบริบทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์เชิงธีมเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของประเด็นต่าง ๆ อย่างชัดเจน และสามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในบริบทจริงได้อย่างเหมาะสมเชิงวิชาการ ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์สามารถสังเคราะห์เป็น6ประเด็นหลัก ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล

Theme	Sub-theme	จำนวนผู้ให้ข้อมูล	ร้อยละ
การใช้ AI ในกระบวนการทำงาน	ใช้ในการค้นคว้าและพัฒนาแนวคิด	24	80.00
	ใช้สร้างภาพตัวอย่าง และ mood board	21	70.00
	ใช้สร้าง mockup และ draft design	18	60.00
การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	ลดระยะเวลาในการออกแบบ	26	86.67
	ทดลองแนวคิดได้รวดเร็วขึ้น	23	76.67
ข้อดีของ AI	ช่วยสร้าง reference และ inspiration	22	73.33
	ช่วยขยายมุมมองในการออกแบบ	19	63.33
ข้อจำกัดของ AI	ขาดความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรม	20	66.67
	งานออกแบบอาจไม่เป็นเอกลักษณ์	17	56.67
การปรับตัวขององค์กร	การเรียนรู้การใช้ prompt	16	53.33
	การแลกเปลี่ยนความรู้ภายในทีม	14	46.67
แนวโน้มในอนาคต	AI จะเป็นเครื่องมือสำคัญในงานออกแบบ	27	90.00

หมายเหตุ : จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดโดยผู้วิจัย (2569)

จากตารางที่ 2 สามารถสรุปประเด็นสำคัญออกเป็น 6 ประเด็น โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การนำ Generative AI มาใช้ในกระบวนการทำงานออกแบบ

ผลการศึกษาพบว่า สตูดิโอออกแบบกราฟิกและเอเจนซี่โฆษณาได้นำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้ในกระบวนการทำงาน โดยเฉพาะในขั้นตอนต้น ได้แก่ การค้นคว้าข้อมูลและการพัฒนาแนวคิด ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 80.00 ใช้ในขั้นตอนดังกล่าว และร้อยละ 70.00 ใช้ในการสร้างภาพตัวอย่างและ mood board ขณะที่ร้อยละ 60.00 ใช้ในการสร้าง mockup และ draft design การใช้งานดังกล่าวมีลักษณะเป็นเครื่องมือสนับสนุนมากกว่าการทดแทนแรงงาน โดยช่วยให้การคิดและการสื่อสารแนวคิดมีความชัดเจนและรวดเร็วขึ้น

นอกจากนี้ ยังพบว่า Generative AI มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้นักออกแบบสามารถทดลองและเปรียบเทียบแนวคิดได้หลากหลายภายในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งส่งผลให้การตัดสินใจเลือกแนวทางการออกแบบมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดขั้นตอนการค้นหา reference และเพิ่มความสะดวกในการนำเสนอแนวคิดให้กับลูกค้าและทีมงาน

โดยสรุป Generative AI ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนกระบวนการคิด การทดลอง และการสื่อสารในงานออกแบบ มากกว่าการเข้ามาแทนที่บทบาทของนักออกแบบโดยสมบูรณ์

4.2 การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน

ผลการศึกษาพบว่า Generative AI มีบทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานออกแบบอย่างชัดเจน โดยผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 86.67 เห็นว่า AI ช่วยลดระยะเวลาในการออกแบบ และร้อยละ 76.67 เห็นว่าสามารถทดลองแนวคิดได้รวดเร็วขึ้น การใช้ AI ทำให้กระบวนการค้นหา reference และการกำหนดทิศทางของงานสามารถดำเนินการได้ภายในระยะเวลาอันสั้น ส่งผลให้การทำงานมีความคล่องตัวมากขึ้น

นอกจากนี้ ยังช่วยให้นักออกแบบสามารถทดลองแนวคิดได้หลากหลายโดยใช้ทรัพยากรน้อยลง และสามารถพัฒนาแนวทางใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้สามารถรองรับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนในกระบวนการออกแบบ ทำให้กระบวนการทำงานมีความเป็นระบบมากขึ้น

โดยสรุป Generative AI มีบทบาทสำคัญในการยกระดับทั้งความรวดเร็ว ประสิทธิภาพ และความยืดหยุ่นของกระบวนการทำงานออกแบบ

4.3 ข้อดีและการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์จาก AI

ผลการศึกษาพบว่า Generative AI มีข้อดีสำคัญในการสนับสนุนกระบวนการคิดสร้างสรรค์ โดยผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 73.33 ระบุว่า AI ช่วยสร้าง reference และ inspiration และร้อยละ 63.33 เห็นว่า AI ช่วยขยายมุมมองในการออกแบบ เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยให้นักออกแบบสามารถเข้าถึงแนวคิดที่หลากหลายได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ AI ยังช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลาและต้นทุนในการทดลองแนวคิด ทำให้นักออกแบบสามารถพัฒนาและเปรียบเทียบทางเลือกของงานได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีบทบาทในการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดภาวะคิดงานไม่ออก (Creative Block) ซึ่งช่วยให้สามารถต่อยอดแนวคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

โดยสรุป Generative AI เป็นเครื่องมือที่ช่วย “เสริมพลังความคิดสร้างสรรค์” เพิ่มโอกาสในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ และสนับสนุนกระบวนการออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 ข้อจำกัดและความท้าทายของการใช้ Generative AI

ผลการศึกษาพบว่า Generative AI ยังมีข้อจำกัดสำคัญ โดยผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 66.67 เห็นว่า AI ขาดความเข้าใจบริบททางวัฒนธรรม และร้อยละ 56.67 เห็นว่างานออกแบบอาจไม่เป็นเอกลักษณ์ ส่งผลให้ผลงานบางส่วนอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า

นอกจากนี้ การเข้าถึงเครื่องมือ AI ที่ง่ายขึ้นยังส่งผลต่อรูปแบบการแข่งขันในอุตสาหกรรม เนื่องจากผู้ใช้งานทั่วไปสามารถสร้างงานออกแบบเบื้องต้นได้ ส่งผลให้งานระดับพื้นฐานมีการแข่งขันสูงขึ้น และทำให้มูลค่าของงานบางประเภทลดลง อีกทั้งยังสะท้อนว่าการใช้ AI โดยขาดการควบคุมจากมนุษย์ อาจส่งผลต่อคุณภาพและความเหมาะสมของผลงาน

โดยสรุป ข้อจำกัดของ Generative AI ส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องปรับตัว โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าเชิงแนวคิด ความแตกต่าง และเอกลักษณ์ของผลงานมากขึ้น

4.5 การปรับตัวและแนวโน้มของสตูดิโอออกแบบในอนาคต

ผลการศึกษาพบว่าองค์กรมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการใช้ Generative AI โดยผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 53.33 มีการเรียนรู้การใช้ prompt และร้อยละ 46.67 มีการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในทีม เพื่อพัฒนาทักษะในการใช้ AI อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังพบว่าองค์กรมีการปรับรูปแบบการทำงาน โดยนำ AI เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงาน และส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันภายในทีม ซึ่งช่วยให้สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี อีกทั้งยังสะท้อนถึงการเปลี่ยนบทบาทของนักออกแบบจากผู้ผลิตผลงานไปสู่ผู้กำกับกระบวนการสร้างสรรค์

โดยสรุป การปรับตัวขององค์กรสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านทักษะบุคลากรและรูปแบบการทำงาน เพื่อให้สามารถใช้ AI เป็นเครื่องมือสนับสนุนได้อย่างเหมาะสม

4.6 แนวโน้มในอนาคต

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า Generative AI มีแนวโน้มกลายเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานออกแบบในทุกขั้นตอน โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.00) เห็นว่า AI จะเป็นเครื่องมือสำคัญในอนาคต

อย่างไรก็ตาม AI ยังไม่สามารถทดแทนมนุษย์ได้ทั้งหมด โดยเฉพาะในด้านการตีความบริบท การตัดสินใจเชิงสร้างสรรค์ และการกำหนดทิศทางของงาน ส่งผลให้บทบาทของนักออกแบบมีแนวโน้มเปลี่ยนไปสู่การเป็นผู้กำกับแนวคิดและควบคุมกระบวนการทำงานมากขึ้น นอกจากนี้ แนวโน้มดังกล่าวยังสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม ที่มุ่งเน้นความคิดสร้างสรรค์เชิงกลยุทธ์มากกว่าทักษะเชิงเทคนิคเพียงอย่างเดียว

โดยสรุป อนาคตของอุตสาหกรรมการออกแบบจะอยู่บนพื้นฐานของการทำงานร่วมกันระหว่างมนุษย์และ AI มากกว่าการทดแทนกันโดยสมบูรณ์

อภิปรายผล (Discussion the results)

ผลการศึกษาพบว่า Generative AI มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานของสตูดิโอออกแบบกราฟิก โดยเฉพาะในขั้นตอนการพัฒนาแนวคิดและการสร้างภาพตัวอย่าง ซึ่งช่วยลดระยะเวลาและเพิ่มความหลากหลายของแนวคิด ส่งผลให้การทำงานมีความคล่องตัวมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด Technology Acceptance Model (Davis, 1989) และการแพร่กระจายนวัตกรรม (Rogers, 2003) ที่อธิบายว่าการยอมรับเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และการสนับสนุนจากองค์กร อย่างไรก็ตาม Generative AI ยังมีข้อจำกัดด้านความเข้าใจบริบท ความแม่นยำ และลิขสิทธิ์ ส่งผลให้บทบาทของนักออกแบบยังคงมีความสำคัญในด้านการตีความ การกำหนดแนวคิด และการควบคุมคุณภาพของผลงาน

ในด้านความคิดสร้างสรรค์ พบว่า Generative AI ส่งผลต่อกระบวนการสร้างสรรค์ของนักออกแบบในหลายด้าน โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มองว่า AI ช่วยขยายขอบเขตทางความคิด ทำให้สามารถทดลองแนวทางการออกแบบได้หลากหลายและรวดเร็วมากขึ้น รวมทั้งช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลาในการพัฒนาแนวคิดเบื้องต้น อย่างไรก็ตาม แม้ AI จะช่วยสนับสนุนการสร้างแนวคิดและภาพตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ความคิดสร้างสรรค์เชิงลึก การตีความอารมณ์ ความเข้าใจบริบท และการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของผลงาน ยังคงต้องอาศัยประสบการณ์และมุมมองของนักออกแบบเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนยังมองว่า การพึ่งพา AI มากเกินไปอาจส่งผลให้รูปแบบงานออกแบบมีลักษณะคล้ายคลึงกันมากขึ้น และลดความโดดเด่นของแนวคิดเฉพาะบุคคลในระยะยาว

นอกจากประเด็นด้านประสิทธิภาพในการทำงานแล้ว ยังพบว่าผู้ปฏิบัติงานในสายออกแบบให้ความสำคัญกับประเด็นด้านจริยธรรมและลิขสิทธิ์ของการใช้ Generative AI เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีดังกล่าวอาศัยการเรียนรู้จากข้อมูลและผลงานจำนวนมากในการสร้างผลลัพธ์ใหม่ จึงก่อให้เกิดข้อกังวลเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของผลงาน ความถูกต้องในการนำข้อมูลหรือผลงานมาใช้ ตลอดจนความเสี่ยงที่ผลงานอาจมีลักษณะใกล้เคียงกับต้นฉบับโดยไม่ได้ตั้งใจ ส่งผลให้องค์กรและนักออกแบบจำเป็นต้องตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของผลงานอย่างรอบคอบมากขึ้น ขณะเดียวกันยังสะท้อนให้เห็นว่า แม้เทคโนโลยี AI จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการออกแบบมากขึ้น แต่การพิจารณาเชิงจริยธรรม การตีความบริบทของงาน และการควบคุมคุณภาพของผลงาน ยังคงเป็นบทบาทสำคัญที่ต้องอาศัยการตัดสินใจของมนุษย์ร่วมด้วย

ดังนั้น แนวโน้มของอุตสาหกรรมจึงเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างมนุษย์และ AI มากกว่าการทดแทนกัน โดยองค์กรควรพัฒนาทักษะการใช้ AI ควบคู่กับการกำหนดแนวทางใช้งานที่เหมาะสม ทั้งนี้ การศึกษานี้มีข้อจำกัดด้านกลุ่มตัวอย่างและช่วงเวลา ดังนั้นการตีความผลควรพิจารณาบริบทดังกล่าว และการวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงใช้วิธีการแบบผสมผสานเพื่อเพิ่มความครอบคลุมของผลการศึกษา

นอกจากนี้ องค์กรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยควรกำหนดแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมและการใช้ Generative AI ที่เหมาะสม รวมทั้งพัฒนาทักษะด้านการออกแบบร่วมกับ AI สำหรับบุคลากร เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมในอนาคต

References

Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.

Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review, 96(1)*, 108–116. https://hbr.org/2018/01/artificial-intelligence-for-the-real-world

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J. S., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P., Kar, A. K., Kizgin, H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., ... Williams, M. D. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges, and implications of generative conversational AI. *International Journal of Information Management, 71*, Article 102642. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642

Elgammal, A., Liu, B., Elhoseiny, M., & Mazzone, M. (2017). CAN: Creative adversarial networks. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence, 31*(1), 123–130. https://doi.org/10.1609/aaai.v31i1.10558

Floridi, L., Chiriatti, M., & Pagallo, U. (2023). AI as a creative collaborator: Opportunities and challenges. *Minds and Machines, 33*(1), 1–16. https://doi.org/10.1007/s11023-023-09623-6

Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep learning*. MIT Press.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons, 62*(1), 15–25. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004

Kshetri, N. (2024). Generative AI in advertising, marketing and graphic design: Benefits, challenges, and future trajectories. *Journal of Business Strategy, 45*(2), 157–165. https://doi.org/10.1108/JBS-06-2023-0115

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.