

การออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ

สมเด็จพระนเรศวรมหาราช

วรารณ์ มามี^{1*} และ ชยานิส ชื่นใจชน²

Cartoon character design for the King Naresuan exhibition and convention center

Waraporn Mamee^{1*} and Chayanis Chuenchaichon²

¹⁻²คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

¹⁻²Faculty of Architecture Art and Design, Naresuan University

*Corresponding author. E-mail address: bedede@hotmail.com

Received: March 8, 2023; revised: November 13, 2023; accepted: January 5, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช และ 2. ประเมินความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช โดยผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร ค้นคว้า ทบทวน แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทั้งจากเอกสารที่เป็นบันทึก ตำรา หนังสือ วารสาร ฯลฯ และทำการสอบถามด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรและนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 100 คน พบว่า มีความสนใจในการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีความคิดเห็นว่า สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างมากให้กับมหาวิทยาลัยนเรศวรและจังหวัดพิษณุโลกและควรนำเอาเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและควรที่จะออกแบบมาให้ดูเรียบง่าย ไม่เป็นทางการดูเป็นสากล เพื่อในอนาคตจะสามารถต่อยอดในพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช หลังจากนั้น ผู้วิจัยทำการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ ให้มีความแตกต่างกันในเรื่องของรูปแบบ จำนวน 40 รูปแบบ ทำการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก การออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ จำนวน 3 คน โดยผลการศึกษาและวิเคราะห์การประเมินความคิดเห็น พบว่า ลำดับที่ 1 ได้แก่ การ์ตูนคาแรคเตอร์พญาเงาทอง

คำสำคัญ: การออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จังหวัดพิษณุโลก

ABSTRACT

The purposes of this research were 1. to study and analyze the design of cartoon characters for the King Naresuan Exhibition and Convention Center and 2. to evaluate the opinions regarding the design of cartoon characters for the King Naresuan Exhibition and Convention Center. At first, the researchers collected preliminary data by means of studying basic information from documents and reviewing concepts, theories, and research related to cartoon character design for the King Naresuan Exhibition and Convention Center, both from documents that were records, textbooks, books, journals, and so on and inquiring about the personal information of the questionnaire respondents and information about the needs of cartoon character design for the King Naresuan Exhibition and Convention Center. The sample group were 100 personnel and students of Naresuan University. It was found that they were interested in cartoon character design for the King Naresuan Exhibition and Convention Center. In addition, they thought that it could really help publicize for Naresuan University and Phitsanulok Province. Also, stories of history, traditions, and local culture should be brought into the design, and they should be designed to look simple, unofficial, and international so that, in the future, it could be developed into souvenirs for the King Naresuan Exhibition and Convention Center. After that, the researchers designed different cartoon characters (a total of 40 patterns). These characters were then evaluated through the opinions on the design of cartoon characters for the King Naresuan Exhibition and Convention Center from the sample group who were three professionals in the areas of graphic design, cartoon character design, and symbolic cartoons. The results of the study and analysis of opinion evaluation showed that the cartoon character Plai Phukhaothong was in the first place.

Keywords: Cartoon Character Design, King Naresuan Exhibition and Convention Center, Phitsanulok Province

บทนำ

จังหวัดพิษณุโลก ได้ยื่นเสนอขอประเมินเพื่อเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE CITY) ด้วยความประสงค์ที่จะพัฒนาจังหวัดด้วยกิจกรรมไมซ์ เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์ จะเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการผลักดันและพัฒนาด้านเศรษฐกิจของจังหวัดให้มีการยกระดับ สร้างรายได้และทำให้จังหวัดพิษณุโลก ได้มีโอกาสใหม่ ๆ เกิดขึ้น จังหวัดพิษณุโลกมีความพร้อมในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ที่ดีและเป็นศูนย์กลางความเจริญแห่งภูมิภาคและเป็นที่ตั้งของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง สำหรับการตรวจประเมินเมือง โดยผู้ตรวจประเมินเพื่อยกระดับเป็น MICE CITY ได้เดินทางลงพื้นที่ในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก ทั้งหมด 4 สถานที่ โดยศูนย์แสดงนิทรรศการและการประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มหาวิทยาลัยนเรศวร เป็น 1 ใน 4 สถานที่ที่กำลังจะถูกยกระดับให้เป็นแหล่งสร้างรายได้ พัฒนาด้านเศรษฐกิจให้กับจังหวัดพิษณุโลก (มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2563) ศูนย์แสดงนิทรรศการและการประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช อาคารอุทยานองค์สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ถูกจัดสร้างขึ้นเพื่อรำลึกและเชิดชูพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้แก่ปวงชนชาวไทย พระมหากรุณานับกรผู้ยิ่งใหญ่และกล้าหาญ ในอดีตพระองค์ได้กอบกู้เอกราชของไทยและทำนุบำรุงบ้านเมืองให้เจริญรุ่งเรือง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนปกป้องรักษาเอกราชของชาติจนถึงทุกวันนี้ และเพื่อเป็นการระลึกถึงเหตุการณ์ครั้งสำคัญทางประวัติศาสตร์ อันจะเป็นที่เคารพสักการะอย่างสูงของคนในชาติ เป็นเครื่องหมายน้อมนำให้ระลึกถึงวีรกรรมที่ได้สร้างไว้ให้ปรากฏเป็นที่รวมพลังใจ พลังศรัทธาแก่นุชนไทย สถานที่แห่งนี้จะเป็นศูนย์แสดงนิทรรศการและการประชุมนานาชาติ โดยมีหอประวัติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เปรียบเหมือนพิพิธภัณฑ์แหล่งเรียนรู้ขนาดใหญ่และสิ่งที่ไม่ได้ที่จะต้องมีในอนาคต คือ ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกที่สร้าง ความประทับใจและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว

การตุนถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการสร้าง Brand engagement ที่มีแบรนด์เป็นจุดเชื่อมต่อ ซึ่งการสร้าง ความผูกพันกับลูกค้า หรือผู้บริโภค ก็ต้องมีการอาศัยการตลาดเชิง Experience marketing เพื่อทำให้ลูกค้า หรือผู้บริโภค ได้มีเป้าหมาย และมีโอกาสได้สัมผัส เมื่อลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีย่อมจะเกิดการบอกต่อ นอกจากนั้นการตุนยังเป็นเครื่องมือ ในการสื่อสารประเภท Entertainment content ที่ผสมผสานเทคนิคการเล่าเรื่อง Storytelling ซึ่งถือเป็นรูปแบบการสื่อสารที่

สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อของคนรุ่นใหม่และหากออกแบบการตูนให้ตีมีเรื่องราว จะสามารถส่งเสริม Engagement ให้กับผลิตภัณฑ์ หรือบริการอีกทางหนึ่งด้วย (เอียรทศ ประพฤติชอบ, 2558) ในปัจจุบันมีการตูนรูปแบบใหม่เกิดขึ้น คือ การตูนสัญลักษณ์ หรือที่เรียกกันว่า “มาสคอต” (Mascot) การตูนสัญลักษณ์ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในการเข้ามาช่วยปรับภาพลักษณ์ ให้มีความทันสมัย หรือเพิ่มเสน่ห์ในการดึงดูดใจและสร้างภาพจดจำให้กับสินค้า การสร้างการตูนสัญลักษณ์ ถือเป็นกลยุทธ์ใหม่ สำหรับใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งชาติ, 2558) เพื่อใช้เป็นตัวหลักในการนำเสนอจุดดี จุดเด่นของแต่ละพื้นที่ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น โดยอาศัยบุคลิกลักษณะ คาแรคเตอร์ที่น่ารักของตัวการ์ตูนเป็นสื่อกลาง โดยผ่านตัวแทนองค์กร หรือกลุ่มผู้ประกอบการ เป็นต้น (จีเรช เจริญชนม์, 2565)

การตูนคาแรคเตอร์นั้น สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ สร้างความน่าสนใจให้กับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช โดยสอดแทรกเรื่องราวประวัติศาสตร์ ของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ให้เป็นที่สนใจ เกิดภาพจดจำ บ่งบอกถึงแนวคิด หรือเป็นตัวแทนขององค์กรและบริการต่อผู้พบเห็น มีงานวิจัยระบุว่า การใช้การตูนคาแรคเตอร์จะทำให้ผู้คนรู้จักแบรนด์มากกว่าการจ้างบุคคลที่มีชื่อเสียง ดังนั้น การตูนคาแรคเตอร์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร (จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล, 2560) รวมถึงสามารถที่จะนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นตัวแทนของศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช เพื่อสร้างคุณค่า มูลค่าเพิ่มให้กับพิพิธภัณฑ์และยังสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีความยั่งยืน สร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยี่ยมชมได้เป็นอย่างดีในอนาคต ด้วยเหตุผลข้างต้น จึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช
2. เพื่อประเมินความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอขอบเขตของการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทั้งจากเอกสารที่เป็นบันทึก ตำรา หนังสือ วารสาร ฯลฯ เพื่อให้ทราบถึงวิธีการ เทคนิคในการศึกษาเพื่อนำเสนอเป็นแนวทางในการออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคดังนี้ 1. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการตูนคาแรคเตอร์ 2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช 3. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก และ 4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บุคลากรและนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีความสนใจในการออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในจังหวัดพิษณุโลก รวมทั้งหมด จำนวน 31,630 คน โดยแบ่งออกเป็น บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 4,970 คน (ที่มา: กองการบริหารงานบุคคลสำนักงานอธิการบดี ข้อมูล ณ วันที่ 13/12/2564) และนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 26,660 คน (ที่มา: กองบริการการศึกษา ข้อมูล ณ วันที่ 13/12/2564)

กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรและนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีความสนใจในการออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุระหว่าง 18 - 60 ปีขึ้นไป

ไป ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 100 คน โดยการใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) โดยมีขนาดประชากร จำนวน 25,000 คนขึ้นไป ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ความคลาดเคลื่อนที่ 10%

3. พื้นที่ในการวิจัย

จังหวัดพิษณุโลก

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัยเรื่อง การออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีรายละเอียดเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1

1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสาร ค้นคว้า ทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. สร้างแบบสอบถามและให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยจนผ่านการประเมินว่ามีคุณภาพที่ใช้ได้ สถานที่ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 3 คน

3. สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สถานที่ทำการเก็บข้อมูล ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 100 คน

4. ออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ โดยได้แรงบันดาลใจจากตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

ระยะที่ 2

1. ประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก การออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ การออกแบบการตุ้ยนาคสัญลักษณ์ สถานที่ทำการเก็บข้อมูล ได้แก่ จังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดอื่น ๆ จำนวน 3 คน

2. วิเคราะห์ สรุปและอภิปรายผลเพื่อเสนอแนะแนวทางการออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช

3. เขียนรายงาน

4. เผยแพร่ผลงานวิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้กำหนดแนวทางการสรุปเนื้อหางานวิจัย ให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยดำเนินการ 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการสังเคราะห์โครงสร้างของการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักเกณฑ์การออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ ทำให้เกิดหลักเกณฑ์การออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ ซึ่งนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ดังนี้

ตาราง 1 แสดงผลการสังเคราะห์โครงสร้างของการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักเกณฑ์การออกแบบการตูนคาแรคเตอร์

หลักเกณฑ์ การออกแบบ การตูนคาแรคเตอร์	1. คาแรคเตอร์อิงใบลานกับน้องส่า 2562	2. Tooney Character Design Contest 2019	3. Red Beat Character Contest 2014	4. การตูนคาแรคเตอร์ทำพาท้ายกันและไม้อยากเห็นในกรอบคร่าว 2561	5. DIP Character Design Contest 2018	6. ตัวการ์ตูนคุณธรรม 2560	7. GPF Character Design Contest 2019	8. การตูนสัญลักษณ์สิ่งมีชีวิตบนดอยสุเทพ 2562	9. การตูนสัญลักษณ์ Ratchaburi Premium 2561	10. การตูนสัญลักษณ์ทะเลไทยไร้ขยะ 2562	11. การตูนสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสุรินทร์ 2563	12. การตูนสัญลักษณ์ประจำจังหวัดมุกดาหาร 2562	รวม	ลำดับ
1. มีเอกลักษณ์	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	9	1
2. มีความสวยงาม	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	9	1
3. การสื่อความหมาย ของตัวการ์ตูน	✓	-	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	-	8	2
4. แนวคิดในการออกแบบ	-	-	-	-	✓	-	✓	-	✓	-	-	-	3	6
5. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	✓	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	9	1
6. มีความโดดเด่น น่าสนใจ	✓	-	✓	✓	✓	-	-	-	-	✓	-	-	5	4
7. สามารถนำไปประยุกต์ ใช้งานได้จริง	✓	-	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	3
8. การออกแบบเป็นสากล ทันสมัย	-	✓	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	2	7
9. ความเป็นไทยร่วมสมัย	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	1	8
10. ง่ายต่อการจดจำ	-	-	-	✓	-	✓	✓	✓	-	-	-	-	4	5

ที่มา: วราภรณ์ มามี, 2565

จากตาราง 1 ผลการสังเคราะห์โครงสร้างของการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักเกณฑ์การออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ หลักเกณฑ์จากโครงการประกวดออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ จำนวน 12 โครงการ ประกอบไปด้วย

1. คาแรคเตอร์น้องโบลานกับน้องพิบสา 2562
2. Tooney character design contest 2019
3. Red beat character contest 2014
4. การ์ตูนคาแรคเตอร์ท่าทางที่อยากเห็นและไม่อยากเห็นในครอบครัว 2561
5. DIP character design contest 2018
6. ตัวการ์ตูนคุณธรรม 2560
7. GPF character design contest 2019
8. การ์ตูนสัญลักษณ์สิ่งมีชีวิตบนดอยสุเทพ 2562
9. การ์ตูนสัญลักษณ์ Ratchaburi premium 2561
10. การ์ตูนสัญลักษณ์ทะเลไทยไร้ขยะ 2562
11. การ์ตูนสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสุรินทร์ 2563
12. การ์ตูนสัญลักษณ์ประจำจังหวัดมุกดาหาร 2562

หลังจากทำการสังเคราะห์ จะพบว่า มีหลายประเด็นที่เกิดการซ้ำกัน หรือนิยมนำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์เกี่ยวกับหลักการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ โดยนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มากที่สุด 7 ลำดับคือ 1. มีเอกลักษณ์ 2. มีความสวยงาม 3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 4. การสื่อความหมายของตัวการ์ตูน 5. สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง 6. มีความโดดเด่น น่าสนใจ และ 7. ง่ายต่อการจดจำ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นหลักเกณฑ์ ในการประเมินการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ

ส่วนที่ 2 ผลการเก็บรวบรวมด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรและนิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีความสนใจในการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในจังหวัดพิษณุโลก ทั้งชายและหญิง ที่มีอายุระหว่าง 18 - 60 ปีขึ้นไป ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 100 คน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช

1. เพศ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
1.1 ชาย	35	35
1.2 หญิง	62	62
1.3 เพศอื่น ๆ	3	3
รวม	100	100
2. อายุ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
2.1 อายุ 18 - 28 ปี	51	51
2.2 อายุ 29 - 39 ปี	15	15
2.3 อายุ 40 - 50 ปี	26	26
2.4 อายุ 51 - 60 ปีขึ้นไป	8	8
รวม	100	100

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการตุลาการคดีอาญา สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช (ต่อ)

3. สถานภาพ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
3.1 โสด	77	77
3.2 สมรส	23	23
3.3 หม้าย	0	0
3.4 หย่าร้าง	0	0
รวม	100	100
4. การศึกษา	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
4.1 ประถมศึกษา	-	-
4.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
4.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช.	4	4
4.4 อนุปริญญา ปวส.	-	-
4.5 ปริญญาตรี	57	57
4.6 ปริญญาโท	26	26
4.7 ปริญญาเอก	13	13
รวม	100	100
5. อาชีพ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
5.1 ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	8	8
5.2 พนักงาน ลูกจ้าง	40	40
5.3 นิสิต นักศึกษา	50	50
5.4 อาชีพอื่น ๆ	2	2
รวม	100	100
6. ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
6.1 ภาคเหนือ	49	49
6.2 ภาคกลาง	38	38
6.3 ภาคตะวันออก	1	1
6.4 ภาคตะวันตก	-	-
6.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	9	9
6.6 ภาคใต้	3	3
รวม	100	100
7. รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
7.1 ต่ำกว่า 5,000 บาท	28	28
7.2 5,001 - 15,000 บาท	19	19
7.3 15,001 - 25,000 บาท	9	9
7.4 25,001 - 35,000 บาท	8	8
7.5 35,001 - 45,000 บาท	16	16
7.6 45,001 - 55,000 บาท	11	11
7.7 55,001 บาทขึ้นไป	9	9
รวม	100	100

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการตุ้มนาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช (ต่อ)

8. ความถี่ในการเดินทางมาศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ของท่านมีลักษณะใด ?	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
8.1 ไม่เคยไป	35	35
8.2 เคยไป 1 ครั้ง	19	19
8.3 เคยไป 2 ครั้ง	13	13
8.4 เคยไป 3 ครั้ง	11	11
8.5 เคยไป 4 ครั้ง	7	7
8.6 เคยไป 5 ครั้ง	2	2
8.7 เคยไปมากกว่า 5 ครั้ง	13	13
รวม	100	100
9. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ของท่านคืออะไร ?	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
9.1 พักผ่อน ท่องเที่ยว	24	24
9.2 ประชุม อบรม สัมมนา	36	36
9.3 ทัศนศึกษา แสวงหาความรู้	20	20
9.4 ธุรกิจ	1	1
9.5 อื่น ๆ	19	19
รวม	100	100
10. ท่านคิดว่าหากมีการสร้างสรรคการตุ้มนาแรคเตอร์ขึ้นมา จะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ให้เป็นที่รู้จักได้หรือไม่เพียงใด ?	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
10.1 เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ได้มากที่สุด	61	61
10.2 เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ได้ปานกลาง	34	34
10.3 เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ได้ไม่มาก	4	4
10.4 ไม่สามารถช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์ได้	1	1
รวม	100	100
11. ท่านมีความชื่นชอบตัวการตุ้มนาแรคเตอร์ หรือไม่ ?	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
11.1 ชอบ	99	99
11.2 ไม่ชอบ	1	1
รวม	100	100
12. ท่านคิดว่าการตุ้มนาแรคเตอร์ เพื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ควรจะนำเอกลักษณ์ใด มาเป็นแนวทางในการออกแบบการตุ้มนาแรคเตอร์ ?	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
12.1 สี่ล้อ บุคคลที่มีชื่อเสียง	11	11
12.2 สี่ล้อ สัตว์	23	23
12.3 สี่ล้อ พืช ดอกไม้	1	1
12.4 สี่ล้อ สินค้า ผลิตภัณฑ์ ศิลปหัตถกรรม	9	9
12.5 สี่ล้อ ขนม อาหารท้องถิ่น	2	2
12.6 สี่ล้อ สถานที่สำคัญ สถานที่ท่องเที่ยว	6	6
12.7 สี่ล้อ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์	15	15
12.8 สี่ล้อ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น	31	31
12.9 อื่น ๆ	2	2
รวม	100	100

ตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช (ต่อ)

13. ท่านคิดว่าตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ เพื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ควรมีลักษณะใด ?	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
13.1 ดูสมจริง เป็นทางการ มีรายละเอียดซับซ้อน	6	6
13.2 มีการลดทอนความสมจริง กึ่งทางการ	42	42
13.3 ดูเรียบง่าย ไม่เป็นทางการ ดูเป็นสากล	52	52
รวม	100	100
14. ท่านเคยซื้อสินค้าในร้านขายของที่ระลึก หรือไม่ ?	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
14.1 เคยซื้อ	63	63
14.2 ไม่เคยซื้อ	37	37
รวม	100	100
15. ถ้านำการ์ตูนคาแรคเตอร์ มาต่อยอดในพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ท่านคิดว่าควรจะเป็นผลิตภัณฑ์อะไร ?	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
15.1 ตุ๊กตา ของเล่น	25	25
15.2 เครื่องเขียน อุปกรณ์สำนักงาน	12	12
15.3 เครื่องนอน	1	1
15.4 ผ้า เครื่องแต่งกาย	28	28
15.5 ของตกแต่งบ้าน	3	3
15.6 เครื่องประดับ	5	5
15.7 เครื่องเรือน	1	1
15.8 เครื่องครัว	1	1
15.9 เครื่องดนตรี	1	1
15.10 อื่น ๆ	23	23
รวม	100	100

ที่มา: วราภรณ์ มามี, 2565

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชมีดังนี้

1. เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ลำดับรองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และลำดับสุดท้าย เพศอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3

2. อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 28 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51 ลำดับรองลงมามีอายุระหว่าง 40 ถึง 50 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และลำดับสุดท้ายมีอายุ 51 ถึง 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8

3. สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 77 ลำดับรองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23

4. การศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ลำดับรองลงมา มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับระดับปริญญาโท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และลำดับสุดท้ายมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4

5. อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนิสิต นักศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ลำดับรองลงมา มีอาชีพเป็นพนักงาน ลูกจ้าง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และลำดับสุดท้ายมีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

6. ภูมิลำเนา พบว่า ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 ลำดับรองลงมา มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38 และลำดับสุดท้ายมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

7. รายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ลำดับรองลงมา มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 5,001-15,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และลำดับสุดท้ายมีรายได้ต่อเดือนที่เท่ากัน คือ 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และ 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9

8. ความถี่ในการเดินทางมาศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ลำดับรองลงมาเคยไป 1 ครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และลำดับสุดท้ายเคยไป 5 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

9. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อการประชุม อบรม สัมมนา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ลำดับรองลงมา มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อการพักผ่อน ท่องเที่ยว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และลำดับสุดท้ายมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อธุรกิจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

10. หากมีการสร้างสรรค์การ์ตูนคาแรคเตอร์ขึ้นมา จะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ให้เป็นที่รู้จักได้ หรือไม่เพียงใด พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ได้มากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ลำดับรองลงมา มีความคิดเห็นว่าเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ได้ปานกลาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และลำดับสุดท้ายมีความคิดเห็นว่าเป็นการช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์ได้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

11. ความชื่นชอบตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่ชอบ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 99 ลำดับรองลงมาไม่ชอบ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

12. ควรจะนำเอกลักษณ์ใด มาเป็นแนวทางในการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ เพื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นการนำประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ลำดับรองลงมา มีความคิดเห็นว่าเป็นการนำสัตว์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และลำดับสุดท้ายมีความคิดเห็นว่าเป็นการนำพืช ดอกไม้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

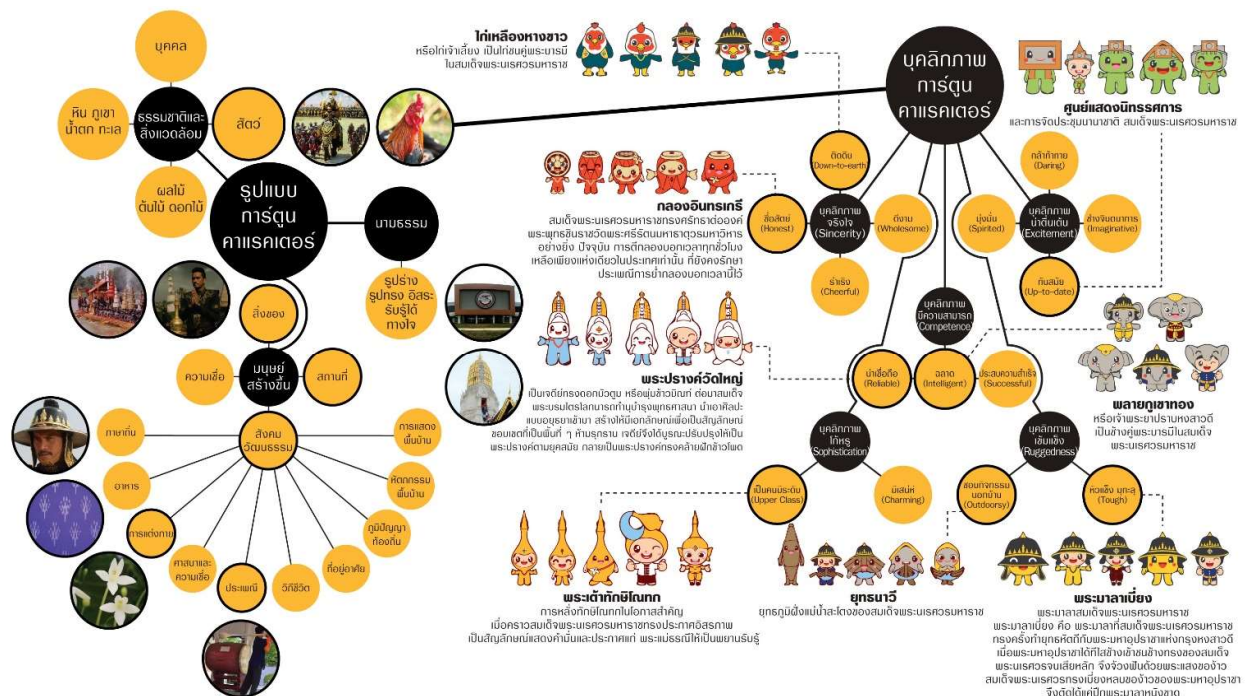
13. ลักษณะของตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ เพื่อประชาสัมพันธ์ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้ตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ ดูเรียบง่าย ไม่เป็นทางการ ดูเป็นสากล จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ลำดับรองลงมา ต้องการให้ตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ มีการลดทอนความจริง กึ่งทางการ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และลำดับสุดท้ายต้องการให้ตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ ดูสมจริง เป็นทางการ มีรายละเอียดซับซ้อน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6

14. เคยซื้อสินค้าในร้านขายของที่ระลึก หรือไม่ พบว่า ส่วนใหญ่เคยซื้อ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63 ลำดับรองลงมา ไม่เคยซื้อ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37

15. ถ้านำการ์ตูนคาแรคเตอร์ มาต่อยอดในพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พบว่า ส่วนใหญ่เลือกเป็นผลิตภัณฑ์ผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ลำดับรองลงมาเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ตุ๊กตา ของเล่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และลำดับสุดท้ายเลือกผลิตภัณฑ์จำนวนเท่ากัน ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์เครื่องนอน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ผลิตภัณฑ์เครื่องครัว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และผลิตภัณฑ์เครื่องดนตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

จากการเก็บรวบรวมด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ทางด้านการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรและนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร มีความสนใจในการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีความคิดเห็นว่าจะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างมาก ให้กับมหาวิทยาลัยนเรศวรและจังหวัดพิษณุโลก และควรนำเอาเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น มาใช้ในการออกแบบและควรที่จะออกแบบให้ดูเรียบง่าย ไม่เป็นทางการ ดูเป็นสากล เพื่อในอนาคตจะสามารถต่อยอดในพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้เป็นอย่างดีด้วย

ระยะที่ 2 ผลการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สามารถแบ่งออกได้เป็น 1 ส่วน ดังนี้



27

1. พลายภูเขาทอง	1 	2 	3 	4 	5 
2. ไก่เหลียง หางขาว	1 	2 	3 	4 	5 
3. กลองอินทรี	1 	2 	3 	4 	5 
4. พระมาลาเบี่ยง	1 	2 	3 	4 	5 
5. พระเต้า ทักษิโณทก	1 	2 	3 	4 	5 
6. ยุทธนาวี	1 	2 	3 	4 	5 
7. พระปรารค์	1 	2 	3 	4 	5 
8. ศูนย์แสดง นิทรรศการ	1 	2 	3 	4 	5 

ภาพ 2 รูปแบบการตุ้ดคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ
สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จำนวน 40 รูปแบบ
ที่มา: วราภรณ์ มามี, 2565

จากภาพ 2 ผู้วิจัยได้ออกแบบการตุ้ดคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จำนวน 40 รูปแบบ ให้ความแตกต่างกันในเรื่องของรูปแบบและเกิดจากผลการสังเคราะห์โครงสร้างของการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักเกณฑ์การออกแบบการตุ้ดคาแรคเตอร์ ทำให้เกิดหลักเกณฑ์การออกแบบการตุ้ดคาแรคเตอร์ นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบการตุ้ดคาแรคเตอร์ รวมถึงผลการเก็บรวบรวมด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการตุ้ดคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช การออกแบบการตุ้ดคาแรคเตอร์ได้แรงบันดาลใจมาจากประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น เกี่ยวกับตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ประกอบไปด้วย

1. พลายภูเขาทอง ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจาก พลายภูเขาทอง หรือเจ้าพระยาปราบหงสาวดี (มีบางบันทึกบอกว่ามีชื่อเดิมว่า “พलयมิ่งเมือง” ในคำให้การชาวกรุงเก่าเรียก “พलयพุทรากระแทก”) เป็นช้างคู่พระบารมีใน สมเด็จพระนเรศวรมหาราช หลังจากขึ้นระวางแล้ว ได้บรรดาศักดิ์เป็นเจ้าพระยาไชยานุภาพ ต่อมาได้รับพระราชทานนามว่า เจ้าพระยาปราบหงสาวดี ในครั้งที่ชนะศึกยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชา ถูกบันทึกไว้ในพงศาวดาร เชื่อกันว่าเป็นช้างที่มีความ จงรักภักดีและมีความกล้าหาญ เสียสละช่วยกอบกู้ชาติให้แผ่นดิน มีลักษณะทางคชลักษณ์ที่ดี ส่วนหนึ่งได้แก่ หลังที่โค้งลาด คล้ายก้านกล้วย โดยออกแบบให้สวมใส่ชุดนักรบ มีสีเหลืองและสีเทา เป็นสีหลักในการออกแบบ สื่อถึง แสงสว่าง ปัญญา ความ เจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ ธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ ความสดชื่น ความสามัคคี ความรัก ความเชี่ยวชาญ ความร่วมมือกัน การ มองโลกในแง่ดี น่องมีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร มีความภูมิใจพร้อมให้ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์ แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อทุกคน

2. ไก่เหลือง หางขาว ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจาก ตำนานไก่ชนพระนเรศวร หรือไก่เจ้าเลี้ยง เมื่อประมาณ ปี พ.ศ. 2110 สมเด็จพระนเรศวร ทรงชนไก่กับพระมหาอุปราชา (มังกะยอขาว) ผลปรากฏว่า ไก่ชนของพระมหาอุปราชากลับเป็นฝ่ายแพ้ไก่ชนของสมเด็จพระนเรศวร ทำให้พระมหาอุปราชาทรงพิโรธมาก เกิดโมหะตรัสเสียสติเสียดยศนามว่า “ไก่เหลยตัวนี้ไก่อัจฉริยะ” ผู้ออกแบบจึงได้นำ หลักทวารวดีธรรม 4 ประการ ของพระองค์มาใช้ โดยออกแบบให้สวมใส่หมวก นักรบ ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทย โดยนำลายดอกป๊อบ เป็นอัตลักษณ์ที่ปัจจุบันกลายเป็นลายผ้าประจำจังหวัดและเป็น ความภูมิใจของชาวจังหวัดพิษณุโลกมาใช้ มีสีเหลือง สีเขียว สีแดง เป็นสีหลักในการออกแบบ สื่อถึง แสงสว่าง ปัญญา ความ เจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ ธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ ความสดชื่น ความสามัคคี ความรัก ความเชี่ยวชาญ ความร่วมมือกัน การมองโลกในแง่ดี น่องมีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร มีความภูมิใจพร้อมให้ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อทุกคน

3. กลองอินทรี ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากประเพณีย่ำกองบอกเวลา ในพงศาวดารเหนือ กล่าวว่า พระอินทร์ได้เนรมิตกลายเป็นชีปะขาวลงมา ช่วยบ่อนองค์พระพุทธรูปจนสำเร็จจึงดงามไม่มีที่ติและกลองที่ใช้ประจำ วิหารหลวงพ่อพระพุทธรูปอินทรีนี้ จึงเรียกกันว่า กลองอินทรี หรือกลองของพระอินทร์ ใช้ตีบอกเวลาอย่างค่าและเที่ยงคืนแก่ ประชาชน ซึ่งถือปฏิบัติกันมาตั้งแต่พญาลิไท ตั้งเมืองพิษณุโลกเป็นราชธานี แต่สูญหายไปและถูกสร้างขึ้นใหม่ในรัชกาลที่ 4 ปัจจุบันเหลือแต่วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร เพียงแห่งเดียวในประเทศเท่านั้น ที่ยังคงรักษาประเพณีการย่ำกลองบอก เวลา ให้อยู่คู่มืองพิษณุโลกสืบไป โดยออกแบบให้เป็นรูปกลองอินทรี สวมใส่ชุดไทย โดยนำลายดอกป๊อบเป็นอัตลักษณ์ที่ ปัจจุบันกลายเป็นลายผ้าประจำจังหวัดพิษณุโลกมาใช้ มีสีม่วง สีแดง สีน้ำตาล เป็นสีหลักในการออกแบบ สื่อถึง ความดั้งเดิม ความปลอดภัย ความก้าวหน้า ความสามัคคี ความรัก ความสำเร็จ ความเชี่ยวชาญ น่องมีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร มีความภูมิใจ พร้อมให้ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อทุกคน

4. พระมาลาเบี่ยง ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากเรื่องราวของพระมาลาสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระมาลาเบี่ยง คือ พระมาลาที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงครั้งทำยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชาแห่งกรุงหงสาวดี เมื่อพระ มหาอุปราชาได้ทีไล่ช้างเข้าชนช้างทรงของสมเด็จพระนเรศวรจนเสียหลัก จึงจ้วงฟันด้วยพระแสงของ้าว สมเด็จพระนเรศวรทรง เบี่ยงหลบของ้าวของพระมหาอุปราชา จึงตัดได้แค่ปีกพระมาลาหนึ่งขาด โดยออกแบบให้เป็นรูปหมวกนักรบ มีสีเหลืองและสีเทา เป็นสีหลักในการออกแบบ สื่อถึง แสงสว่างปัญญา ความเจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ ธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ ความสดชื่น ความสามัคคี ความรัก ความเชี่ยวชาญ ความร่วมมือกัน การมองโลกในแง่ดี น่องมีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร มีความภูมิใจ พร้อมให้ ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวร มหาราช ได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อทุกคน

5. พระเต้าทักซิโหมทก ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจาก พระเต้าทักซิโหมทก การหลั่งทักซิโหมทกใน โอกาสสำคัญ เมื่อคราวสมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงประกาศอิสรภาพเป็นสัญลักษณ์แสดงคำมั่นและประกาศแก่ พระแม่ธรณี ให้เป็นพยานรับรู้ จะเห็นได้ว่า “ทักซิโหมทก” คือ น้ำที่ใช้ในการบำเพ็ญพระราชกุศล ใช้กรวด หรือใช้ในการหลั่ง เพื่อแสดงว่ามอบ ให้เป็นสิทธิ์ขาด ดังนั้น สมเด็จพระนเรศวรฯ จึงทำพิธีหลั่งทักซิโหมทก ให้แก่ เทพดาฟ้าดินได้รับรู้ ประกาศอิสรภาพไม่ยอมขึ้นกับ หงสาวดีอีกต่อไป โดยออกแบบให้เป็นรูปพระเต้า มีสีเหลือง ป็นสีหลักในการออกแบบ สื่อถึง แสงสว่าง ปัญญา ความ เจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ ความสดชื่น ความสามัคคี การมองโลกในแง่ดี น่องมีหน้าตาน่ารัก เป็นมิตร มีความภูมิใจ พร้อมให้ ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวร มหาราชได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อทุกคน

6. ยุทธนาวิ ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจาก ตำนานยุทธภูมิฝั่งแม่น้ำสะโตงของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เล่ากันว่า พระมหาอุปราชาเป็นทัพหลวงติดตามสมเด็จพระนเรศวร ทัพหน้าเดินทางมาทันที่แม่น้ำสะโตง แต่เมื่อพระนเรศวรเสด็จข้ามฟากมาแล้ว จึงหยุดยั้งต่อสู้กันอยู่ที่ริมน้ำ แม่น้ำสะโตง ซึ่งแม่น้ำสะโตงเป็นแม่น้ำที่กว้างใหญ่ แรงปืนของพลทหารสามารถยิงถึงฝั่งด้วยกันทั้งสองฝ่าย แต่พระนเรศวรทรงสามารถยิงพระแสงปืนลูกสุนักรรมานายทัพหน้าของหงสาวดีตายอยู่กับคอช้างได้ พวกทัพหงสาวดีเมื่อเห็นเช่นนั้นก็ครั่นคร้าม พากันเลิกทัพกลับไป โดยออกแบบให้มีเอกลักษณ์ที่รูปเรือมีสี่เหลี่ยม สี่น้ำตาล และสีฟ้า เป็นสีหลักในการออกแบบ สื่อถึง แสงสว่าง ปัญญา ความเจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ ธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ ความสดชื่น ความสามัคคี ความรัก ความเชี่ยวชาญ ความร่วมมือกัน การมองโลกในแง่ดี น้องมีหนาน่ารัก เป็นมิตร มีความภูมิใจพร้อมให้ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อทุกคน

7. พระปรารค์ ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากพระปรารค์ วัดพระศรีรัตนมหาธาตุฯ เชื่อกันว่า บรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้า เป็นศูนย์รวมยึดเหนี่ยวจิตใจที่สำคัญของพระมหากษัตริย์และชาวพุทธศาสนิกชน มาตั้งแต่สมัยสุโขทัย ในพระมหาธรรมราชาที่ 1 ลีไท่ เดิมนั้นพระปรารค์วัดใหญ่เป็นเจดีย์ทรงดอกบัวตูม หรือพุ่มข้าวบิณฑ์ ต่อมาสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ มีการทำนุบำรุงพุทธศาสนาได้มีการบูรณะปรับปรุงให้เป็นพระปรารค์ตามยุคสมัย ทรงคล้ายฝักข้าวโพด มีการซ่อมแซมเปลี่ยนแปลงโดยการบูรณะตามยุคสมัยกาลเวลา โดยออกแบบให้เป็นรูปพระปรารค์ สวมใส่ชุดไทย โดยนำลายดอกป๊อบ เป็นอัตลักษณ์ที่ปัจจุบันกลายเป็นลายผ้าประจำจังหวัดและเป็นความภูมิใจของชาวจังหวัดพิษณุโลกมาใช้ มีสี่เหลี่ยม สีฟ้า สีขาว เป็นสีหลักในการออกแบบ สื่อถึง แสงสว่าง ปัญญา ความเจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ ความอดทน ความเชี่ยวชาญ ความร่วมมือกัน การมองโลกในแง่ดี น้องมีหนาน่ารัก เป็นมิตร มีความภูมิใจพร้อมให้ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อทุกคน

8. ศูนย์แสดงนิทรรศการ ผู้ออกแบบได้แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจาก ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัด พิษณุโลก ภายในมีหอเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พร้อมเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ และอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาช่างสิบหมู่ โดยนำรูปแบบของอาคาร รวมถึงสนามหญ้าด้านหน้า มาออกแบบให้เป็นรูปอาคารที่มีชีวิต ตัดทอนให้ดูเรียบง่าย มีสีส้มและสีเขียว เป็นสีหลักในการออกแบบ สื่อถึง แสงสว่าง ปัญญา ความเจริญรุ่งเรือง ความสำเร็จ ธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ ความสดชื่น ความสามัคคี ความร่วมมือกัน การมองโลกในแง่ดี น้องมีหนาน่ารัก เป็นมิตร มีความภูมิใจพร้อมให้ความช่วยเหลือ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ที่ศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ได้พัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อทุกคน

จากผลประเมินการออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จำนวน 40 รูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก การออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตาราง 3 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์การออกแบบการตุ้नคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุม นานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จำนวน 40 รูปแบบ

ผลสรุปการวิเคราะห์การออกแบบการตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จำนวน 40 รูปแบบ														
รายการ	รูปแบบ										รวม	ความ หมาย	ลำดับ	
	1		2		3		4		5					
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$			S.D.
1. พลาย ภูเขาทอง	4.00	0.95	4.14	0.93	3.81	0.86	3.76	1.01	3.19	0.86	3.78	0.92	มาก	1
2. โก้เหลื่อง ทางขาว	3.38	0.85	3.52	1.07	3.33	0.49	4.00	0.88	3.71	1.01	3.59	0.86	มาก	2
3. กลอง อินทรี	2.86	0.58	3.43	0.72	3.43	0.49	3.43	0.66	3.29	0.56	3.29	0.60	ปาน กลาง	6
4. พระมาลา เปี้ยง	4.57	0.41	3.33	0.47	2.86	0.39	4.05	0.47	2.62	0.41	3.49	0.43	ปาน กลาง	4
5. พระเต้า ทักษิโณทก	3.81	0.47	3.81	0.47	4.29	0.41	3.10	0.84	2.90	0.41	3.58	0.52	มาก	3
6. ยุทธนาวิ	2.38	0.66	3.67	1.01	3.90	0.49	2.95	0.25	2.52	0.58	3.08	0.60	ปาน กลาง	7
7. พระปรางค์	2.86	0.53	3.10	0.16	4.00	0.53	2.95	0.08	3.52	0.58	3.29	0.38	ปาน กลาง	5
8. ศูนย์แสดง นิทรรศการ	3.14	1.26	2.57	0.49	3.33	0.64	2.71	0.41	3.67	0.41	3.08	0.64	ปาน กลาง	8

ที่มา: วราภรณ์ มาลี, 2565

จากตาราง 3 ผลสรุปการวิเคราะห์การออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุม นานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จำนวน 40 รูปแบบ พบว่า

ลำดับที่ 1 การตุ้นคาแรคเตอร์พลาญภูเขาทอง รูปแบบ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 4.00) (S.D. = 0.95) รูปแบบ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 4.14) (S.D. = 0.93) รูปแบบ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.81) (S.D. = 0.86) รูปแบบ 4 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.76) (S.D. = 1.01) รูปแบบ 5 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.19) (S.D. = 0.86) โดยทั้ง 5 รูปแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.78) (S.D. = 0.92) โดยรูปแบบ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด

ลำดับที่ 2 การตุ้นคาแรคเตอร์โก้เหลื่อง ทางขาว รูปแบบ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.38) (S.D. = 0.85) รูปแบบ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.52) (S.D. = 1.07) รูปแบบ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.33) (S.D. = 0.49) รูปแบบ 4 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 4.00) (S.D. = 0.88) รูปแบบ 5 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.71) (S.D. = 1.01) โดยทั้ง 5 รูปแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.59) (S.D. = 0.86) โดยรูปแบบ 4 มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด

ลำดับที่ 3 การตุ้นคาแรคเตอร์พระเต้าทักษิณทก รูปแบบ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.81) (S.D. = 0.47) รูปแบบ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.81) (S.D. = 0.47) รูปแบบ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 4.29) (S.D. = 0.41) รูปแบบ 4 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.10) (S.D. = 0.84) รูปแบบ 5 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 2.90) (S.D. = 0.41) โดยทั้ง 5 รูปแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.58) (S.D. = 0.52) โดยรูปแบบ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด

ลำดับที่ 4 การตุ้นคาแรคเตอร์พระมาลาเปียง มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 4.57) (S.D. = 0.41) รูปแบบ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.33) (S.D. = 0.47) รูปแบบ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 2.86) (S.D. = 0.39) รูปแบบ 4 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 4.05) (S.D. = 0.47) รูปแบบ 5 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 2.62) (S.D. = 0.41) โดยทั้ง 5 รูปแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X}$ = 3.49) (S.D. = 0.43) โดยรูปแบบ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด

ลำดับที่ 5 การ์ตูนคาแรคเตอร์พระปรางค์ รูปแบบ 1 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X} = 2.86$) (S.D. = 0.53) รูปแบบ 2 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X} = 3.10$) (S.D. = 0.16) รูปแบบ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X} = 4.00$) (S.D. = 0.53) รูปแบบ 4 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X} = 2.95$) (S.D. = 0.08) รูปแบบ 5 มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X} = 3.52$) (S.D. = 0.58) โดยทั้ง 5 รูปแบบ มีค่าเฉลี่ยรวมที่ ($\bar{X} = 3.29$) (S.D. = 0.38) โดยรูปแบบ 3 มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด



ภาพ 3 สรุปรูปแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด
ที่มา: วราภรณ์ มามี, 2565

จากภาพ 3 ผู้วิจัยได้ออกแบบการ์ตูนคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จำนวน 40 รูปแบบ ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น เกี่ยวกับตำนาน สมเด็จพระนเรศวรมหาราช เลื่อนนำการ์ตูนคาแรคเตอร์ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด 5 ลำดับแรก ประกอบไปด้วย 1. พลายกุหาทอง 2. ไก่เหลียง หางขาว 3. พระเจ้าทักขิไณทก 4. พระมาลาเบี่ยง และ 5. พระปรางค์เพื่อนำไปทำการพัฒนาต่อยอดในอนาคตต่อไป

สรุปการวิจัยและอภิปรายผล

จากการออกแบบการตุ้नคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นสำคัญมาสรุปการวิจัยและอภิปรายผล โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1. ศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช และ 2. ประเมินความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติสมเด็จพระนเรศวรมหาราช พบว่า ในการสังเคราะห์โครงสร้างของการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักเกณฑ์การออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ มีหลายประเด็นที่เกิดความซ้ำกัน หรือนิยมนำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์เกี่ยวกับหลักการออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ โดยนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มากที่สุด 7 ลำดับคือ 1. มีเอกลักษณ์ 2. มีความสวยงาม 3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 4. การสื่อความหมายของตัวการ์ตูน 5. สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง 6. มีความโดดเด่น น่าสนใจ และ 7. ง่ายต่อการจดจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ทรงวุฒิ ศรีรัตนมงคล, 2558) จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการออกแบบกระบวนการคิด คัดสรร คุณลักษณะ ที่เป็นสัญลักษณ์ของตัวการ์ตูน โดยมาจากาษาชิ คูโบ กล่าวไว้ว่า การออกแบบคาแรคเตอร์ให้ครองใจคนนั้น ไม่มีรูปแบบตายตัว ดังนี้ 1. คาแรคเตอร์ตัวนั้นต้องมีจุดเด่น เอกลักษณ์ในรูปร่างอย่างมาก 2. คาแรคเตอร์ต้องมีลักษณะพิเศษ 3. คาแรคเตอร์ต้องมีลักษณะ ที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อนจนเกินไป สามารถจดจำได้ง่าย และ 4. คาแรคเตอร์ต้องมีชื่อให้เรียบง่าย จำง่าย ๆ แม้ได้ยินเพียงครั้งเดียว

ในส่วนของผลการเก็บรวบรวมด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลด้านความต้องการเกี่ยวกับการออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พบว่า บุคลากรและนิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวร มีความสนใจในการออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีความคิดเห็นว่าจะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างมากให้กับมหาวิทยาลัยนเรศวรและจังหวัดพิษณุโลก และควรนำเอาเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น มาใช้ในการออกแบบและควรที่จะออกแบบให้ดูเรียบง่าย ไม่เป็นทางการ ดูเป็นสากลและในอนาคตจะสามารถต่อยอดในพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชได้เป็นอย่างดีอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ทักษิณา สุขพัทธาน, 2559) จากผลการวิจัย พบว่า การตุ้นคาแรคเตอร์ของมาสคอตสามารถส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและยังสามารถช่วยแก้ปัญหาด้านการสื่อสาร การโฆษณาการท่องเที่ยวภายในประเทศได้เป็นอย่างดี ซึ่งถือเป็นการสื่อสารจากภายในเพื่อสร้างเป็นอัตลักษณ์ภายนอก แสดงอัตลักษณ์ในจังหวัดนั้น ๆ นำส่วนเด่นของแต่ละจังหวัดมารวมกัน ซึ่งหากวิเคราะห์ในรายละเอียด หัวใจในการออกแบบ ไม่ได้มาจากความเห็นและความชอบส่วนตัวของคุณคน แต่มาจากเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (จิรัช เจริญขันธ์, 2565) จากผลการวิจัย พบว่า การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว นอกเหนือจากการแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นแล้ว รูปแบบควรจะมีคามทันสมัย เป็นสากล เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจไปในระดับโลกต่อไปในอนาคต

2. ประเมินความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช จากการออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ จำนวน 40 รูปแบบ ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น พบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก การออกแบบการตุ้นคาแรคเตอร์ การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ มีความคิดเห็นว่า การตุ้นคาแรคเตอร์ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด 5 ลำดับแรก โดยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยมากประกอบไปด้วย 1. พลายภูเขาทอง 2. ไก่เหลียง หางขาว 3. พระเจ้าตากสินมหาราช 4. พระมาลาเปี่ยม และ 5. พระปรางค์ เนื่องจากมีความเป็นเอกลักษณ์ แสดงถึงเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ (เอม อัจฉริยไพศาล, 2552) จากผลการวิจัย พบว่า การตุ้นมีอิทธิพลสำหรับเยาวชนต่อการพัฒนาประเทศชาติ ในด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เด็กจะเลียนแบบพฤติกรรมต่าง ๆ ของการ์ตูน ไปจนถึงวัฒนธรรมที่สอดแทรกมากับการตุ้น เช่น พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน การแต่งกาย เป็นต้น สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์บทบาทรทรวงวัฒนธรรมเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศไทยของ (ประสพ เรียงเงิน, 2564) ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า การออกแบบตัวการ์ตูน หรือคาแรคเตอร์ที่น่าสนใจ เป็นที่ชื่นชอบ จดจำได้ง่าย มีความเป็นสากล สอดแทรกอัตลักษณ์ความเป็นไทย หากนำไปพัฒนาเป็นสินค้าลิขสิทธิ์ของไทยในรูปแบบต่าง ๆ จะสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้เป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ที่สนใจสามารถนำกระบวนการในการออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ สำหรับศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุม นานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช สามารถนำแนวทางและหลักเกณฑ์ในการออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ ที่เกิดจากการศึกษาและวิเคราะห์จากงานวิจัยเรื่องนี้ สามารถนำไปใช้ในการออกแบบและต่อยอดให้เหมาะสมกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้อีก ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถประยุกต์ใช้ได้กับการออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์ ตัวการตุ้ยนาคแรคเตอร์ในลักษณะต่าง ๆ และนอกเหนือจากงานตัวละครภาพประกอบ สามารถทำการต่อยอดและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการ หรือผู้ที่สนใจได้ เช่น การออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์เพื่องานแอนิเมชัน เกม หรืองานสินค้าจากการตุ้ยนาคแรคเตอร์ได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 สำหรับผู้ที่มีความสนใจในการนำผลการวิจัยในลักษณะนี้ไปใช้ ควรศึกษาและวิเคราะห์ตัวแปรเกี่ยวกับการออกแบบการตุ้ยนาคแรคเตอร์บางตัวเพิ่มเติม เช่น ลักษณะสีหน้า ท่าทาง อุปนิสัย เป็นต้น เพื่อให้ได้การตุ้ยนาคแรคเตอร์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

2.2 ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้อัตลักษณ์ของจังหวัดด้วยการตุ้ยนาคแรคเตอร์ในกลุ่มวัยเด็ก เนื่องจากเด็กเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลและความสนใจต่อการตุ้ยนาคแรคเตอร์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของจังหวัดในอนาคต การตุ้ยนาคแรคเตอร์อาจเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการติดตามและการท่องเที่ยวศูนย์แสดงนิทรรศการและการจัดประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราชและจังหวัดได้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งชาติ. (15 มิถุนายน 2564). **นโยบายการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2565, จาก <http://www.daco-thai.com>.

กองบริหารงานบุคคล. (13 ธันวาคม 2564). **จำนวนบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร**. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2565, จาก https://www.nu.ac.th/?page_id=30304.

กองบริการการศึกษา. (13 ธันวาคม 2564). **จำนวนนิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวร**. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.acad.nu.ac.th/>.

มหาวิทยาลัยนเรศวร. (20 ตุลาคม 2563). **มนเรศวร รับการตรวจประเมินศูนย์แสดงนิทรรศการและการประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช เพื่อยกระดับ เป็น MICE CITY**. สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.nu.ac.th/?p=23732>.

จิรศักดิ์ จงศิริรัตนกุลม. (2560). **การเลือกใช้ตัวการตุ้ยนาคเพื่อการสื่อสารแบรนด์ในธุรกิจบริการ**. (นศ.ม.). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จิรเดช เจริญชนม์. (2565). **การออกแบบการตุ้ยนาคสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี**. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล วิทยาลัยสันตพล, 8(1), 129-130.

ทรงวุฒิ ศรีรัตนมงคล. (2558). **การออกแบบการตุ้ยนาคสัญลักษณ์**. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน มหาวิทยาลัยคริสเตียน, 21(3), 348.

ทักษิณา สุขพัทธ์. (2559). **แนวคิดการออกแบบมาสคอตประจำเมืองเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของญี่ปุ่น**. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 26(2), 21.

เจียรทศ ประพฤติชอบ. (2558). การ์ตูน สื่อที่น่าจับตา มาพร้อมมูลค่าที่จับใจ How to Captivate and Engage Audiences with Cartoon. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า, 1(1), 1.

ประสพ เรียงเงิน. (29 ตุลาคม 2564), กระทรวงวัฒนธรรม เปิดเวทีความคิดสร้างสรรค์ สร้างต้นแบบตัวการ์ตูน นำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอด สร้างผลงานที่มีคุณค่าสู่สากล. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2566, จาก <https://radiokhonkaen.prd.go.th/th/content/category/detail/id/793/iid/52063>.

มหาวิทยาลัยนเรศวร. (20 ตุลาคม 2563). ม.นเรศวร รับการตรวจประเมินศูนย์แสดงนิทรรศการและการประชุมนานาชาติ สมเด็จพระนเรศวรมหาราช เพื่อยกระดับ เป็น MICE CITY. สืบค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2565, จาก <https://www.nu.ac.th/?p=23732>.

วราภรณ์ มามี. (2565). การออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (มาสคอต) สำหรับส่งเสริมธุรกิจและการท่องเที่ยวของประเทศไทย. พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

एम อัจฉิตโรไพศาล. (2552). การพัฒนากระบวนการออกแบบลักษณะตัวละครการ์ตูนไทยสำหรับสื่อแอนิเมชัน. (ศศ.ม.). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.