

การออกแบบและประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่น

ประจำจังหวัดพิษณุโลก

นฤพนธ์ คมสัน^{1*} และ จิรวัดน์ พิระสันต์²

Mascot design and its evaluation for Local tourism Communicative purpose in Phitsanulok

Narupon Komsan^{1*} and Jirawat Phirasant²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Faculty of Architecture, Art and Design, Naresuan University

*Corresponding author. E-mail address: narupon_k@yahoo.com

received: April 12,2023

revised: June 29,2023

accepted: July 29,2023

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การออกแบบและประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยกำหนดจุดประสงค์ของการวิจัยดังนี้ คือ 1. เพื่อออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก 2. เพื่อประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลกโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค ผู้วิจัยได้ประเมินผลงานสัญลักษณ์นำโชคทั้งสิ้น 9 ผลงานที่ออกแบบจากอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นของจังหวัดพิษณุโลก 9 อำเภอ และสร้างเครื่องมือประเมินผลงานออกแบบ โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น 160 คน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random sampling) พบว่า รูปแบบที่ 8 จำปาขาว สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอนครไทย มีผลการประเมินมากที่สุดในด้านการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.59, S.D.=0.58)

คำสำคัญ : สัญลักษณ์นำโชค, อัตลักษณ์ท้องถิ่น, สื่อการท่องเที่ยว

ABSTRACT

Mascot Design and Evaluation for Local Tourism Communicative in Phitsanulok. The Researcher defines the objectives of the research as follows: 1. The designing of Mascot Design that conveys local identity for 9 District in Phitsanulok . 2. The Evaluation of of Mascot Design that conveys local identity for 9 District in Phitsanulok by using the design guidelines of Mascot Design. The researcher has developed and designed Mascot Design that conveys local identity for 9 District in Phitsanulok and create a design evaluation tool. The researcher collected data from a total of 160 target groups by collecting data from questionnaires. with a random sampling method. The research found, The eighth types of work has the most evaluation results in terms of design. has a total mean ($\bar{X}$ =4.59, S.D.=0.58)

Keyword : Mascot, Local identity, Tourism Communication Media

บทนำ

ความคิดสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรมคือทางออกที่จะช่วยพัฒนาธุรกิจสินค้าของที่ระลึกงานออกแบบสินค้าที่นำทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ ถือเป็นนวัตกรรมเชิงความคิดสร้างสรรค์ที่ทำให้สินค้าและผลิตภัณฑ์มีอัตลักษณ์ เพิ่มมูลค่าลดปัญหาการผลิตเพื่อจำหน่ายในราคาถูก โดยเฉพาะประเทศไทยที่มีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหลากหลายรูปแบบตามภูมิภาคแตกต่างกันไปต่างท้องถิ่น มีศิลปะ ประเพณีและวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่ามากมาย สภาพภูมิศาสตร์ที่หลากหลาย สิ่งเหล่านี้ล้วนสร้างให้เกิด ทุนทางวัฒนธรรม ที่สามารถนำมาเป็นต้นทุนทางความคิด เพื่อสร้างสรรคงานออกแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้ ทั้งยังช่วยทำให้สินค้าต่าง ๆ นั้น มีเรื่องราว คุณค่าก่อให้เกิดความรู้สึกระลึกถึงสถานที่ที่ได้มาท่องเที่ยวได้ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังจุดหมายหรือสถานที่ต่าง ๆ มักจะมองหาสิ่งของหรือวัตถุที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน ไผโรจน์ ธีระประภา (2558) ได้กล่าวไว้ว่า “นักท่องเที่ยวมักมองหาสิ่งสะท้อนความเป็นพื้นที่ที่ไปเยือน นี่เป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยว การไปเยือนแต่ละจุดหมาย มักมีประสบการณ์และความประทับใจให้จดจำต่างกัน ไม่เหมือนที่อื่น สามารถใช้เป็นต้นทุนได้ทั้งด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ เรื่องเล่าขาน ตำนาน อาหาร วิถีชีวิตขนบธรรมเนียม ประเพณี การแต่งกาย บ้านเรือน สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน” จังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนานนับตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์มาจนถึงสมัยปัจจุบัน เคยมีฐานะเป็นเมืองหลวง เมืองราชธานีฝ่ายเหนือ เมืองลูกหลวง เมืองเอก และเมืองหน้าด่าน ปัจจุบันนี้เมืองพิษณุโลกนับว่าเป็นศูนย์กลางทั้งในทางการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม การคมนาคม การสื่อสาร การโทรคมนาคมการทหารและการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนล่าง (กาญจนา อาสนะคงอยู่ และเอกชัย โกมล, 2553) ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่เป็นทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สัญลักษณ์นำโชค (Mascot) ที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ดีจะช่วยสร้างการจดจำแก่ผู้พบเห็นและนักท่องเที่ยว สามารถนำมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการสินค้าของที่ระลึกและใช้เป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมได้

การวิจัยเรื่อง การออกแบบและประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัดพิษณุโลกเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการพัฒนาและออกแบบสัญลักษณ์นำโชค (Mascot) ที่สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่เหมือนหรือซ้ำกับท้องถิ่นอื่น สร้างการจดจำให้กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ของที่ระลึก สื่อประชาสัมพันธ์ และยังเป็นการส่งเสริมให้รูปแบบศิลปะและวัฒนธรรมที่บอกเล่าและถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ทำให้ศิลปะและวัฒนธรรมในท้องถิ่นถูกบอกเล่าและยังคงอยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัดพิษณุโลก 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลกโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาด้านการออกแบบและประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตพื้นที่ 9 อำเภอในจังหวัดพิษณุโลก ได้แก่ อำเภอเมืองอำเภอมังทอง อำเภอเนินขาม อำเภอชาติตระการ อำเภอบางระกำ อำเภอบางกระทุ่ม อำเภอพรหมพิรามอำเภอวัดโบสถ์และอำเภอนันทพูน

เครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามประเมินผลงานออกแบบสัญลักษณ์นำโชคทั้งสิ้น 9 ผลงานสัญลักษณ์นำโชคของแต่ละอำเภอในจังหวัดพิษณุโลก ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 160 คน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random sampling) โดยใช้เกณฑ์ในการประเมินด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคจำนวน 6 ข้อคำถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์เกณฑ์การประเมินจากการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมหลักเกณฑ์การประเมินการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคในการประกวดที่หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้จัดขึ้นและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างเป็นแนวทางสำหรับประเมินผลงาน

การออกแบบสัญลักษณ์นำโชค ให้มีแนวทางที่ชัดเจนและครอบคลุมสำหรับการใช้งานที่หลากหลายของสัญลักษณ์นำโชค (นฤพนธ์ คมสัน, 2561) มีหลักเกณฑ์ในการประเมินดังนี้

ตาราง 1 แสดงเกณฑ์การประเมินสัญลักษณ์นำโชค

เกณฑ์การประเมิน	รายละเอียดการประเมิน
1. ความสวยงาม	มีความงามในทางสุนทรียศาสตร์ ความเป็นที่รัก
2. การสื่อความหมาย	สามารถสื่อถึงแนวคิดและความหมายของผลงาน
3. ความคิดสร้างสรรค์	มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำกับผลงานอื่น
4. จัดจำง่ายและเด่นชัด	สร้างการจดจำกับผู้พบเห็นได้ง่ายและมีความแตกต่าง
5. ความเป็นไทยร่วมสมัย	สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยในผลงานออกแบบ
6. นำไปใช้งานได้จริง	สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานประชาสัมพันธ์ได้จริง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาด้านการออกแบบและประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยโดยผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร ตำรา บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานและสภาพทั่วไป ประวัติและความเป็นมา ศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดพิษณุโลก
2. แนวคิดและทฤษฎีการออกแบบ การออกแบบสัญลักษณ์นำโชคและการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์
3. ค้นคว้าและรวบรวมหลักเกณฑ์การประเมินการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคในการประกวดที่หน่วยงานต่างๆ
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งระยะของการทำงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัดพิษณุโลก 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก โดยมีกระบวนการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่นดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาแนวความคิด ในขั้นตอนนี้จะเป็นการศึกษา รวบรวมเอกสารข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไป อัตลักษณ์และคติชนวิทยาของท้องถิ่น 9 อำเภอ จังหวัดพิษณุโลก มาวิเคราะห์ สังเคราะห์และพัฒนาเป็นแนวความคิดในการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาที่มาที่ไปและบุคลิกภาพ เป็นการนำแนวความคิดในการออกแบบที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาสร้างข้อมูลพื้นฐาน ถิ่นที่อยู่ อุปนิสัย รูปแบบของสัญลักษณ์นำโชคว่าเป็นสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต ลักษณะนิสัยและบุคลิกภาพของสี เพื่อเป็นการกำหนดแนวทางการออกแบบและการพัฒนาการออกแบบในขั้นตอนถัดไป

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ เมื่อได้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ที่มาที่ไปบุคลิกภาพของสัญลักษณ์นำโชคในขั้นตอนที่ 1 และ 2 แล้วจะเป็นการพัฒนาการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค โดยใช้การพัฒนาการออกแบบที่ได้สร้างขึ้นจากการค้นคว้า ศึกษา ดังนี้ ขนาด (Size), รูปทรง (Shape), สัดส่วน (Proportion) ให้สัมพันธ์กันกับแนวความคิดและที่มาที่ไปและบุคลิกภาพ

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินการออกแบบ เมื่อได้ผลงานการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอ จังหวัดพิษณุโลก จะเป็นขั้นตอนการนำผลงานไปประเมินการออกแบบที่ได้พัฒนาขึ้นในขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ไปสู่วัตถุประสงค์ที่ 2 ของการดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 2 ประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลกโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค สัญลักษณ์นำโชคที่ได้ออกแบบเสร็จสิ้นตามกระบวนการมาทำการประเมินโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 160 คน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random Sampling) โดยใช้

เครื่องมือที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และออกแบบขึ้นจากการศึกษา ค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นทำการสรุป วิเคราะห์ผลการประเมินและอภิปรายผลการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ของงานสร้างสรรค์/ผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จนนำไปสู่กระบวนการออกแบบผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์สำหรับใช้ในการสื่อสารกิจกรรมต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของสื่อที่ของหลักสูตรการออกแบบสื่อนวัตกรรม และทำการสรุปและวิเคราะห์ผลประเมินการออกแบบ และการประชาสัมพันธ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัดพิษณุโลก 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัดพิษณุโลก 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก โดยมีผลงานออกแบบทั้งสิ้น 9 รูปแบบ ตามอำเภอทั้ง 9 ของจังหวัดพิษณุโลกที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นแนวความคิดในการออกแบบ ที่มาที่ไปและบุคลิกลักษณะที่แตกต่างกัน ได้ผลลัพธ์ของการออกแบบดังนี้

ทางขาว สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: เมืองพิษณุโลก บุคลิกลักษณะ: เป็นผู้นำ (Leadership) ความเป็นมา: ไก่ชนสายพันธุ์เหลืองทางขาวและเป็นสายพันธุ์เดียวกับไก่ชนของสมเด็จพระนเรศวรที่พระองค์ทรงใช้ชกกับไก่ของพระมหาอุปราชาที่ประเทศพม่า ประเภท: สัตว์ ขนาด: เล็ก รูปทรง: วงรี ทรงไข่ สัดส่วน: 1 ส่วน นิสัย: กล้าหาญ และมีความเป็นผู้นำ	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
---	--	---

ภาพ 1 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอเมืองพิษณุโลก

เจ้าแก้ว สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: บางระกำ บุคลิกลักษณะ: กระฉับกระเฉง (Active) ความเป็นมา: สุนัขบางแก้วสายพันธุ์เดียวในประเทศไทยที่มีขนยาวสองชั้น ทางเป็นพวง มีแผงขนรอบคอ คล้ายสิงโตมีความเฉลียวฉลาดมีแหล่งกำเนิดอยู่ในอำเภอบางระกำมีชื่อเสียงด้านความสวยงาม ดู และชื่อสัตว์ รักดี ประเภท: สัตว์ ขนาด: ปานกลาง รูปทรง: ทรงกลม สัดส่วน: 1:1 นิสัย: ชื่อสัตย์และจงรักภักดี	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
--	--	---

ภาพ 2 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอบางระกำ

ผัดไท สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: วังทอง บุคลิกลักษณะ: มีชีวิตชีวา (Lively) ความเป็นมา: ผัดไทยเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงของอำเภอวังทองดังคำขวัญประจำอำเภอ “ล้ำค่าเขาสมอเคลง ล่องแก่งชมไพรผัดไทยขึ้นชื่อ เลื่องลือส้มแผ่น ดินแดนน้ำตาลกาม” และมีการจัดงานประจำปี ประเภท: วัตถุ สิ่งของ ขนาด: ปานกลาง รูปทรง: ทรงกลม สัดส่วน: 1:1 นิสัย: รักสนุกสนานชอบเรื่องอาหารการ	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
---	--	---

ภาพ 3 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอวังทอง

มะปรางหวาน สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: เนื้อมะปราง บุคลิกภาพ: ง่ายๆ เป็นกันเอง (Easygoing) ความเป็นมา: จากคำขวัญประจำอำเภอ “ถิ่นมะปรางหวาน ฐานธรรมะ อำเภอเนินมะปราง ล้วนพิชพรรณตระการฤๅ” และอำเภอนะปรางยังมีผลไม้และผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพที่สร้างรายได้ให้คนในอำเภอ	ประเภท: ผลไม้ ขนาด: เล็ก รูปทรง: ทรงกลม สัดส่วน: 1 ส่วน นิสัย: รักอิสระ ง่ายๆ เป็นกันเอง เป็นมิตร	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
--	--	--	---

ภาพ 4 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอนะปราง

มกคล สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: พรมพืราม บุคลิกภาพ: ชอบสังสรรค์กับคนอื่น (Sociable) ความเป็นมา: มกคลมาจากคำว่า “มั่งคั่ง” ซึ่งเป็นชื่อเรียกวัดที่พื้นที่บ้านที่มีลักษณะเป็นวงปีกลองชนิดหนึ่งที่มีการเล่นกันอย่างแพร่หลายในจังหวัดพิษณุโลก	ประเภท: วัตถุ สิ่งของ ขนาด: เล็ก รูปทรง: เหลี่ยม สัดส่วน: 1 ส่วน นิสัย: เป็นมิตรกับผู้อื่น ชอบดนตรีและการรื่นเริง	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
--	---	--	---

ภาพ 5 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอพรมพืราม

มะลิอ่อง สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: บางกระทุ่ม บุคลิกภาพ: ไม่ทุกข์ร้อน (Carefree) ความเป็นมา: กล้วยน้ำว่าสายพันธุะลิอ่องมีลักษณะเนื้อขาว ใตกลางสีขาว เนื้อนุ่ม รสหวานไม่มีเมล็ด และเป็นวัตถุดิบสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมกล้วยตาก	ประเภท: ผลไม้ ขนาด: ใหญ่ รูปทรง: ทรงกลม สัดส่วน: 2:1 นิสัย: ไม่ทุกข์ร้อน อารมณ์ดี ปseudo	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
---	---	---	--

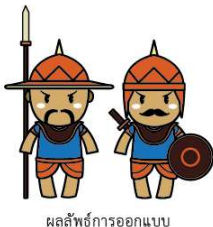
ภาพ 6 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอบางกระทุ่ม

ลูกตาล สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: วัดโบสถ์ บุคลิกภาพ: เห็นโลกในแง่ดี (Optimistic) ความเป็นมา: ชาวอำเภอบวัดโบสถ์นิยมปลูกต้นตาลเป็นจำนวนมากมาแต่ดั้งเดิมและได้ผลผลิตเป็นน้ำตาลสดเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ นอกจากการทำงาน	ประเภท: ผลไม้ ขนาด: เล็ก รูปทรง: ทรงกลม สัดส่วน: 1:1 นิสัย: มองโลกในแง่ดี เบิกบาน สดใส	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
---	---	--	---

ภาพ 7 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอบวัดโบสถ์

จำปาขาว สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: นครไทย บุคลิกภาพ: ยึดมั่นถือมั่น (Rigid) ความเป็นมา: ต้นจำปาขาวที่เปรียบเสมือนต้นไม้ คู่บ้านคูเมืองของอำเภอนครไทยที่มีประวัติศาสตร์ได้ บันทึกเรื่องราวไว้เมื่อประมาณ 700 ปีก่อน	ประเภท: ผักและ ผลไม้ ขนาด: ใหญ่ รูปทรง: ทรงกลม สัดส่วน: 2:1 นิสัย: เป็นระเบียบ แบบแผนมีคุณธรรม	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
--	---	--	---

ภาพ 8 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอนครไทย

น้ำขุนและน้ำคึก สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอ: ชาติตระการ บุคลิกภาพ: เชื่อถือได้ (Reliable) ความเป็นมา: ตำนานเมืองเก่าของอำเภอ ชาติตระการเชื่อกันว่าสร้างขึ้นในสมัยกรุง สุโขทัย เมื่อเมืองไทยสองคนคือพ่อขุนบาง กลางทาว และพ่อขุนผาเมืองได้เข้ายึดกรุง สุโขทัยคืนจาก ขอมสบาดดลยลัฟง	ประเภท: คน ขนาด: ใหญ่ รูปทรง: ทรงกลม สัดส่วน: 1:1 นิสัย: รักความ ยุติธรรม น่าเชื่อถือ มีความเป็นผู้นำ	 ผลลัพธ์การออกแบบ	 สินค้าที่ระลึก
--	--	--	---

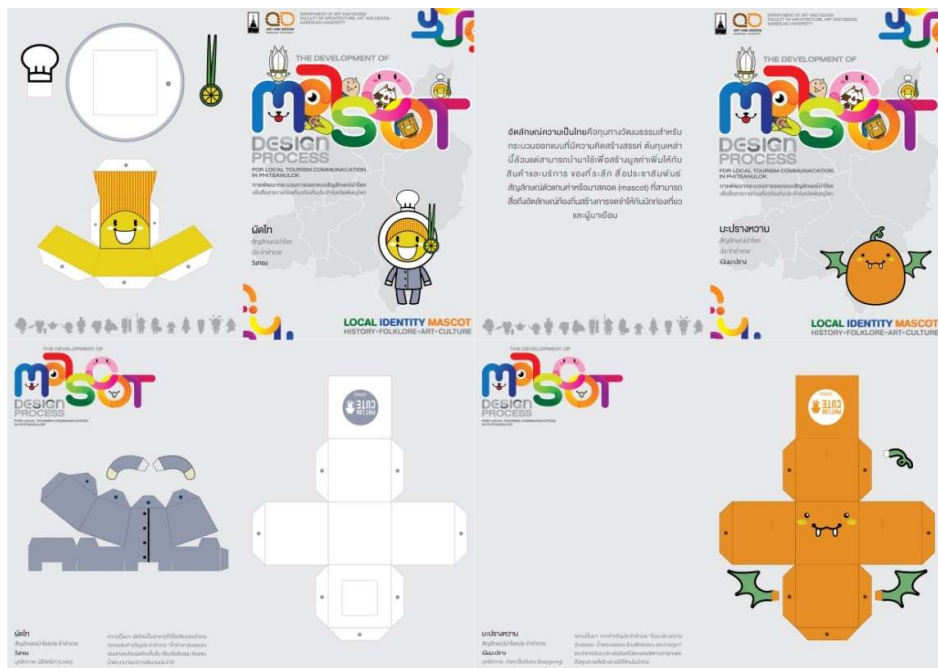
ภาพ 9 สัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอชาติตระการ



ภาพ 10 สินค้าที่ระลึกและสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น



ภาพ 11 สินค้าที่ระลึกและสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น



ภาพ 12 สินค้าที่ระลึกและสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ที่ 2 ประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลกโดยใช้หลักเกณฑ์ด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค มาสร้างเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อประเมินสัญลักษณ์นำโชคที่สื่ออัตลักษณ์ท้องถิ่น ที่ได้ออกแบบเสร็จสิ้นตามกระบวนการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 160 คน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random Sampling) เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม (ดังตาราง 1-2)

ตาราง 2 แสดงผลการประเมินผลด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก ประเมินโดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 160 คน

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประเมินผลงานออกแบบ (n=160)									
	รูปแบบที่ 1 หางขาว		รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว		รูปแบบที่ 3 ผัดไท		รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน		รูปแบบที่ 5 มงคล	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
เกณฑ์การประเมิน										
1. ความสวยงาม	4.39	0.65	4.30	0.73	4.29	0.71	4.39	0.76	4.46	0.66
2. การสื่อความหมาย	4.61	0.56	4.2	0.75	4.01	0.86	4.00	0.87	4.55	0.65
3. ความคิดสร้างสรรค์	4.09	0.78	4.18	0.79	4.33	0.75	4.11	0.89	4.45	0.68
4. จัดจำง่ายและเด่นชัด	4.39	0.72	4.23	0.88	4.08	0.82	4.58	0.74	4.34	0.77
5. ความเป็นไทยร่วมสมัย	4.26	0.82	3.99	0.80	4.01	0.86	3.68	0.95	4.39	0.70
6. นำไปใช้งานได้จริง	4.26	0.85	4.29	0.74	4.18	0.84	4.13	0.99	4.36	0.74
รวม	4.33	0.73	4.20	0.78	4.15	0.81	4.15	0.87	4.42	0.70

ตาราง 3 แสดงผลการประเมินผลด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก ประเมินโดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 160 คน

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประเมินผลงานออกแบบ (n=160)							
	รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน		รูปแบบที่ 7 ลูกตาล		รูปแบบที่ 8 จำปาขาว		รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำศึก	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
เกณฑ์การประเมิน								
1. ความสวยงาม	4.29	0.73	4.22	0.74	4.78	0.42	4.38	0.75
2. การสื่อความหมาย	4.27	0.73	4.24	0.80	4.56	0.59	4.50	0.72
3. ความคิดสร้างสรรค์	4.21	0.78	4.25	0.72	4.56	0.58	4.01	0.87
4. จัดจำง่ายและเด่นชัด	4.28	0.86	4.17	0.81	4.56	0.64	4.03	0.88
5. ความเป็นไทยร่วมสมัย	4.09	0.81	4.15	0.80	4.49	0.63	4.29	0.91
6. นำไปใช้งานได้จริง	4.21	0.85	4.31	0.72	4.56	0.63	4.31	0.84
รวม	4.23	0.79	4.22	0.77	4.59	0.58	4.25	0.83

จากตาราง 2 และ 3 แสดงผลการประเมินผลด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก ประเมินโดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 160 คน โดยผู้วิจัยเรียงลำดับตามคะแนนจากมากไปหาน้อย พบว่ารูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.59, S.D.=0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือรูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.42, S.D.=0.70) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 3 คือรูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.33, S.D.=0.73) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 4 คือรูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำศึก อำเภอชาติตระการ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.25,

S.D.=0.83) อยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือรูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.15, S.D.=0.87) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 4 แสดงลำดับผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 1 ความสวยงาม

ลำดับที่	สัญลักษณ์นำโชค	ระดับของความคิดเห็น	
		$\bar{X}$	S.D.
1	รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย	4.59	0.58
2	รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม	4.46	0.66
3	รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง	4.39	0.77
3	รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก	4.39	0.65
4	รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำคึก อำเภอชาติตระการ	4.38	0.75
5	รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว อำเภอบางระกำ	4.30	0.73
6	รูปแบบที่ 3 ผัดไท อำเภอวังทอง	4.29	0.71
6	รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน อำเภอบางกระทุ่ม	4.29	0.73
7	รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์	4.22	0.74

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 1 ความสวยงาม พบว่า รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอ นครไทย ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.78, S.D.=0.42) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.46, S.D.=0.66) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 3 คือ รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.39, S.D.=0.65) อยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.22, S.D.=0.74) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 5 แสดงลำดับผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 2 การสื่อความหมาย

ลำดับที่	สัญลักษณ์นำโชค	ระดับของความคิดเห็น	
		$\bar{X}$	S.D.
1	รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก	4.61	0.56
2	รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย	4.56	0.59
3	รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม	4.55	0.65
4	รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำคึก อำเภอชาติตระการ	4.50	0.72
5	รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน อำเภอบางกระทุ่ม	4.27	0.73
6	รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์	4.24	0.80
7	รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว อำเภอบางระกำ	4.20	0.75
8	รูปแบบที่ 3 ผัดไท อำเภอวังทอง	4.01	0.86
9	รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง	4.00	0.87

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 2 การสื่อความหมาย พบว่า รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.61, S.D.=0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการ ประเมินเป็นอันดับ 2 คือ รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.56, S.D.=0.59) อยู่ในระดับมาก ผลการ

ประเมินเป็นอันดับ 3 คือ รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.55, S.D.=0.65) อยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง ($\bar{X}$ =4.00, S.D.=0.87) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 แสดงลำดับผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์

ลำดับที่	สัญลักษณ์นำโชค	ระดับของความคิดเห็น	
		$\bar{X}$	S.D.
1	รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย	4.56	0.58
2	รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม	4.45	0.68
3	รูปแบบที่ 3 ผัดไท อำเภอวังทอง	4.33	0.75
4	รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์	4.25	0.72
5	รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน อำเภอบางกระทุ่ม	4.21	0.78
6	รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว อำเภอบางระกำ	4.18	0.79
7	รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง	4.11	0.89
8	รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก	4.09	0.78
9	รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำคึก อำเภอชาติตระการ	4.01	0.87

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ พบว่า รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.56, S.D.=0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.45, S.D.=0.68) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 3 คือ รูปแบบที่ 3 ผัดไท อำเภอวังทอง มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.33, S.D.=0.75) อยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำคึก อำเภอชาติตระการ ($\bar{X}$ =4.01, S.D.=0.87) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 แสดงลำดับผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 4 จดจำง่ายและเด่นชัด

ลำดับที่	สัญลักษณ์นำโชค	ระดับของความคิดเห็น	
		$\bar{X}$	S.D.
1	รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง	4.58	0.74
2	รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย	4.56	0.64
3	รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก	4.39	0.72
4	รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม	4.34	0.77
5	รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน อำเภอบางกระทุ่ม	4.28	0.86
6	รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว อำเภอบางระกำ	4.23	0.88
7	รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์	4.17	0.81
8	รูปแบบที่ 3 ผัดไท อำเภอวังทอง	4.08	0.82
9	รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำคึก อำเภอชาติตระการ	4.03	0.88

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 4 จดจำง่ายและเด่นชัด พบว่า รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.58, S.D.=0.74) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.56, S.D.=0.64) อยู่ในระดับมาก ผลการ

ประเมินเป็นอันดับ 3 คือ รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.39, S.D.=0.72) อยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำศึก อำเภอชาติตระการ ($\bar{X}$ =4.03, S.D.=0.88) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 แสดงลำดับผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 5 ความเป็นไทยร่วมสมัย

ลำดับที่	สัญลักษณ์นำโชค	ระดับของความคิดเห็น	
		$\bar{X}$	S.D.
1	รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย	4.49	0.63
2	รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม	4.39	0.70
3	รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำศึก อำเภอชาติตระการ	4.29	0.91
4	รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก	4.26	0.82
5	รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์	4.15	0.80
6	รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน อำเภอบางกระทุ่ม	4.09	0.81
7	รูปแบบที่ 3 ผักไท อำเภอวังทอง	4.01	0.86
8	รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว อำเภอบางระกำ	3.99	0.80
9	รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง	3.68	0.95

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 5 ความเป็นไทยร่วมสมัย พบว่า รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.49, S.D.=0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.39, S.D.=0.70) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 3 คือ รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำศึก อำเภอชาติตระการ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.29, S.D.=0.91) อยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง ($\bar{X}$ =3.68, S.D.=0.95) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 แสดงลำดับผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 6 การนำไปใช้งานได้จริง

ลำดับที่	สัญลักษณ์นำโชค	ระดับของความคิดเห็น	
		$\bar{X}$	S.D.
1	รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย	4.56	0.63
2	รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม	4.36	0.74
3	รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์	4.31	0.72
3	รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำศึก อำเภอชาติตระการ	4.31	0.84
4	รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว อำเภอบางระกำ	4.29	0.74
5	รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก	4.26	0.85
6	รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน อำเภอบางกระทุ่ม	4.21	0.85
7	รูปแบบที่ 3 ผักไท อำเภอวังทอง	4.18	0.84
8	รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง	4.13	0.99

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของผลการประเมินผลเกณฑ์การประเมินข้อที่ 6 การนำไปใช้งานได้จริง พบว่า รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.56, S.D.=0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.36, S.D.=0.74) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมิน

เป็นอันดับ 3 คือ รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.31, S.D.=0.72) อยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง ($\bar{X}$ =4.13, S.D.=0.99) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 10 แสดงลำดับผลการประเมินผลทั้ง 6 ด้านของการออกสัญลักษณ์นำโชคที่สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัด พิษณุโลก

ลำดับที่	สัญลักษณ์นำโชค	ระดับของความคิดเห็น	
		$\bar{X}$	S.D.
1	รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย	4.59	0.58
2	รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม	4.42	0.70
3	รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก	4.33	0.73
4	รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำศึก อำเภอชาติตระการ	4.25	0.83
5	รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน อำเภอบางกระทุ่ม	4.23	0.79
6	รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์	4.22	0.77
7	รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว อำเภอบางระกำ	4.20	0.78
8	รูปแบบที่ 3 ผักไท อำเภอวังทอง	4.15	0.81
8	รูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง	4.15	0.87

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการประเมินผลทั้ง 6 ด้านของการออกสัญลักษณ์นำโชคที่สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัด พิษณุโลก ดังนี้ ผลการประเมินเกณฑ์ทั้ง 6 ด้านของการออกสัญลักษณ์นำโชคที่สื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น 9 อำเภอของจังหวัด พิษณุโลก มากที่สุดได้แก่ รูปแบบที่ 8 จำปาขาว อำเภอนครไทย ได้รับผลการประเมินเป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.59, S.D.=0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินเป็นอันดับ 2 คือ รูปแบบที่ 5 มงคล อำเภอพรหมพิราม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.42, S.D.=0.70) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 3 คือ รูปแบบที่ 1 หางขาว อำเภอเมืองพิษณุโลก มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.33, S.D.=0.73) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 4 คือ รูปแบบที่ 9 น้ำขุนและน้ำศึก อำเภอชาติตระการ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.25, S.D.=0.83) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 5 คือ รูปแบบที่ 6 มะลิอ่อน อำเภอบางกระทุ่ม มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.23, S.D.=0.79) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 6 คือ รูปแบบที่ 7 ลูกตาล อำเภอวังโบสถ์ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.22, S.D.=0.77) อยู่ในระดับมาก ผลการประเมินเป็นอันดับ 7 คือ รูปแบบที่ 2 เจ้าแก้ว อำเภอบางระกำ มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.20, S.D.=0.78) อยู่ในระดับมากและลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบที่ 3 ผักไท อำเภอวังทอง มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.15, S.D.=0.81) อยู่ในระดับมากและรูปแบบที่ 4 มะปรางหวาน อำเภอเนินมะปราง ($\bar{X}$ =4.15, S.D.=0.99) อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบและประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัด พิษณุโลก ผู้วิจัยอภิปรายผลเป็นรายประเด็นของแนวความคิดและเกณฑ์การประเมินผลด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค ดังนี้ สัญลักษณ์นำโชคหรือมาสคอต สามารถสื่อสารได้ทั้งในรูปแบบของคน สัตว์ สิ่งของ ผักและผลไม้ สอดคล้องกับ (วราภรณ์ มามี, 2565) กล่าวว่า ประเภทและรูปลักษณะของสัญลักษณ์นำโชค แบ่งรูปลักษณะออกมาได้หลากหลาย เช่น รูปคน รูปพืชผลไม้ รูปวัตถุสิ่งของและรูปสัตว์ และในปัจจุบันมีการนำมาใช้งานที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น รูปแบบจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นสิ่งมีชีวิต เช่น บุคคล สัตว์ ผลไม้ ต้นไม้ ดอกไม้ เป็นต้น และสิ่งที่ไม่ใช่ชีวิต เช่น หิน ภูเขา น้ำตก ทะเล กล้วยไม้ เป็นต้น หรือจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น คลื่น ลม แสงแดด พายุฟ้าผ่า รุ้งกินน้ำ เป็นต้น

อัตลักษณ์ บุคลิกลักษณะนิสัย ที่มาที่ไปของการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เป็นที่น่าจดจำ สร้างความประทับใจ และสามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น

นั้น ๆ ได้ สอดคล้องกับ (ขวลิต ดวงอุทา, 2552) กล่าวว่า บุคลิกภาพของตัวละครเป็นปัจจัยด้านจิตภาพของตัวละคร นิยมสื่อสารด้วยอารมณ์และบุคลิกภาพด้านบวก หรือก่อให้เกิดความสบายใจ (Positive feeling) ตัวละครจะต้องสร้างอารมณ์สนุกสนาน ความสดใสน่ารัก ไปยังผู้บริโภคและผู้พบเห็น เพื่อการสร้างความจดจำ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ (ปกรณกิตต์ หาญณรงค์ศักดิ์, 2555) กล่าวว่า การออกแบบตัวละครคือการสร้างตัวละครขึ้นมาจากจินตนาการผ่านแนวคิดที่ถูกกำหนดขึ้น ประกอบด้วย เนื้อเรื่อง แนวคิด ข้อมูลของตัวละครและรูปแบบ ดังนั้นการออกแบบตัวละครควรมีบุคลิกที่แตกต่าง มีเอกลักษณ์ของตัวเอง มีความน่าสนใจ ดึงดูด น่าจดจำและติดตาม อาจมีการใช้สีสันและเนื้อเรื่อง ที่มาที่ไปของตัวละครเพื่อความน่าสนใจ

เกณฑ์การประเมินด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค คือเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่ได้ทำการออกแบบให้ได้มาตรฐานที่สำคัญ สอดคล้องกับ (วรารักษ์ มามี, 2565) กล่าวว่า นักออกแบบสัญลักษณ์นำโชคจำเป็นต้องมีการออกแบบเครื่องมือสำหรับการประเมินคุณภาพที่ดี มีเกณฑ์และหลักการที่ใช้ในการประเมินที่น่าเชื่อถือเช่น ความคิดสร้างสรรค์ ง่ายต่อการจดจำ สามารถนำไปใช้งานได้จริง โดดเด่น ดึงดูดความสนใจและสามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ของแบรนด์ องค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ

การวิจัยเรื่อง การออกแบบและประเมินผลสัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัดพิษณุโลก เป็นวิจัยแบบ การวิจัยและพัฒนา (Research & Development) โดยการออกแบบและพัฒนาสัญลักษณ์นำโชคประจำท้องถิ่นจำนวน 9 รูปแบบของ 9 อำเภอในจังหวัดพิษณุโลกได้แก่ อำเภอเมืองพิษณุโลก อำเภอบางระกำ อำเภอวังทอง อำเภอเนินมะปราง อำเภอพรหมพิราม อำเภอบางกระทุ่ม อำเภอวัดโบสถ์ อำเภอนครไทยและอำเภอชาติตระการ มาทำการประเมินผลด้วยหลักเกณฑ์ด้านการออกแบบสัญลักษณ์นำโชคที่ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ขึ้นจากรวบรวมและทบทวนวรรณกรรมรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเกณฑ์การประเมินเป็น 6 ด้านคือ 1. ความสวยงาม 2. การสื่อความหมาย 3. ความคิดสร้างสรรค์ 4. จดจำง่ายและเด่นชัด 5. ความเป็นไทยร่วมสมัย 6. นำไปใช้งานได้จริง จากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวนทั้งสิ้น 160 คน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random Sampling) พบว่า รูปแบบที่ 8 จำปาขาว สัญลักษณ์นำโชคประจำอำเภอนครไทยมีผลการประเมินเฉลี่ยทุกด้านมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X}$ =4.59, S.D.=0.58) อยู่ในระดับมากที่สุดและมีผลประเมินสูงสุดทั้งสิ้น 4 เกณฑ์ได้แก่ เกณฑ์ที่ 1 ความสวยงาม ($\bar{X}$ =4.78, S.D.=0.42) อยู่ในระดับมากที่สุด เกณฑ์ที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ =4.56, S.D.=0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด เกณฑ์ที่ 5 ความเป็นไทยร่วมสมัย ($\bar{X}$ =4.49, S.D.=0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด เกณฑ์ที่ 6 การนำไปใช้งานได้จริง ($\bar{X}$ =4.56, S.D.=0.63) อยู่ในระดับมากที่สุด จากการออกแบบและประเมินผลงานทำให้ได้ทราบถึงแนวทางเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง สัญลักษณ์นำโชคเพื่อสื่อสารการท่องเที่ยวท้องถิ่นประจำจังหวัดพิษณุโลกให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวท้องถิ่นและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้พบเห็นและนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา อาสนะคงอยู่ และเอกชัย โกมล. (2553). การพัฒนาศาสตร์เชิงวัฒนธรรมในเขตเมือง กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. ทุนอุดหนุนการวิจัยด้านวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ 2553.

ชลิต ดวงอุทา. (2552). การออกแบบคาแรกเตอร์ในงานโฆษณาที่ส่งผลต่อการจดจำสินค้าของผู้บริโภค (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นฤพนธ์ คมสัน. (2561). ทฤษฎีและแนวคิดในการออกแบบสัญลักษณ์นำโชค. วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, 5(1) ,111

ปกรณกิตส์ หาญรงค์ศักดิ์. (2555) .การออกแบบตัวละคร. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/427700>

ไพโรจน์ ธีระประภา. (2558) อัตลักษณ์ของที่ระลึกและกราฟิกดีไซน์สะท้อนพื้นถิ่น, กรุงเทพฯ: industrial network. นิตยสาร idesign, (148)

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