

การออกแบบการตูนสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

MASCOT DESIGN FOR PROMOTING THE IMAGE OF LOTUS SEA IN NONG HAN LAKE KUMPHAWAPI UDON THANI

จีระเดช เจริญชนม์^{1*}

JEERADAT CHAROENCHON^{1*}

บทคัดย่อ

ทะเลบัวแดง ตั้งอยู่ในบึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นแหล่งน้ำจืดขนาดใหญ่ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วย พันธุ์นก พันธุ์ปลา และพืชน้ำ เป็นจำนวนมาก ซึ่งในทุกปีเริ่มตั้งแต่ต้นเดือนธันวาคม ไปจนถึงสิ้นเดือนกุมภาพันธ์ นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางมานั่งเรือเพื่อชื่นชมความงดงามของดอกบัวแดงที่ผลิบานอยู่เต็มท้องน้ำ จึงเป็นที่มาของคำว่า “ทะเลบัวแดง” และยังมี “เทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหานกุมภวาปี” ที่ถูกจัดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานีเป็นอย่างมาก หากแต่ยังขาดสัญลักษณ์หรือตัวแทนที่จะช่วยเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นความสนใจให้แก่ผู้คน ได้รับรู้ถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มากยิ่งขึ้น

โดยในปัจจุบันมาสคอต (mascot) หรือการตูนสัญลักษณ์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในการเข้ามาช่วยปรับภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัย หรือเพิ่มเสน่ห์ในการดึงดูดใจ และสร้างภาพจำให้กับสินค้า จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนามาสคอต เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง ผ่านการตูนสัญลักษณ์ที่มีรูปแบบเฉพาะตัวโดยมีที่มาจากเอกลักษณ์สำคัญที่มีอยู่ในท้องถิ่น และเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรธานี

ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นให้เห็นถึงขั้นตอน และวิธีการออกแบบการตูนสัญลักษณ์ ที่ได้จากการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น รวมถึงเพื่อประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนที่มีต่อการตูนสัญลักษณ์ โดยการอภิปรายผลการวิจัยพบว่า ตัวแทนคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเดียม มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ดอกบัวสาย และนกกระยาง มีความเหมาะสมในการเป็นารตูนสัญลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี เนื่องจากเป็นสายพันธุ์พืช และสัตว์ที่มีมากในบึงหนองหาน และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ว่าจะเป็นรูปร่างหรือสีสันที่มีความสวยงาม ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจต่อการตูนสัญลักษณ์ โดยกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ด้านความสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความน่าจดจำ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ด้านมีลักษณะเฉพาะ มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : การตูนสัญลักษณ์ ; อัตลักษณ์ ; ทะเลบัวแดง

¹ อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยสันตพล, Lecturer, Faculty of Science and Technology, Santapol College.

* Corresponding Author, Email: Jeeradat@stu.ac.th

ABSTRACT

Red Lotus Sea has been located in Nong Han lake, Kumpawapi district, Udonthani province. This place is a large abundant lake which are full of fish species, many kinds of birds and a lot of plants. Every year starting from December to the end of February, the tourists prefer to have scenic boat ride to see a lot of beautiful bloomed red lotuses in this lake. This is the origin of “Red Lotus Sea” or “Bloomed red lotus sea festival, Nong Han lake Kumpawapi”. And this festival has taken place during the time of bloom lotus which is essential to tourism industry in Udonthani. However, there is lack of a symbol or an agent to motivate the tourists more perceiving.

Nowadays, Mascot or Gartoon symbol has a powerful role in tourism business. It could be helpful to adapt the modern image or increase motivation as a brand. According to the reasons above, the researcher realizes the importance of Mascot developing to promote the good image of red sea lotus tourist by using unique gartoon integrating identity of Udonthani province.

This study aims to study the steps and strategies of Gartoon symbols which has been participated by local persons in community and to demonstrate the samples of public relations media. The results of this study could be helpful the entrepreneurs to increase value-added of goods or souvenirs, services and good images or good memory towards public.

Keywords: Mascot ; Identity ; Red Lotus Sea

บทนำ

“ทะเลบัวแดง” มีที่มาจากครั้งที่ นายรักเกียรติ ศรีลาวงค์ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านเดียม ซึ่งย้ายมาดำรงตำแหน่งที่โรงเรียนบ้านเดียม ในปี 2547 ได้ลงพื้นที่ไปศึกษาหนองหานกุมภวาปี พร้อมกับกลุ่มผู้นำชุมชน และชาวประมงบ้านเดียม ซึ่งพบว่า มีบัวแดงจำนวนมากเกิดขึ้นเต็มท้องน้ำหนองหาน ตั้งแต่ราวๆ เดือนตุลาคม - เดือนมีนาคมทุกปี จึงได้มาระดมความคิดเห็นว่าจะเชิญชวนคนมาดู มาเที่ยวชมความงาม ความยิ่งใหญ่ของบัวแดง ตลอดจนวิถีชีวิตผู้คน สัตว์ต่าง ๆ และธรรมชาติอันงดงามของหนองหานกุมภวาปี เพื่อเพิ่มรายได้ สร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชน และมุ่งให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของทุกคน จึงได้เกิดคำว่า “ทะเลบัวแดงหมื่นไร่” ตั้งแต่นั้นมา โดยมีหน่วยงานเอกชน หน่วยงานของรัฐที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวมาขอข้อมูลมากมายไปเผยแพร่ จึงทำให้ทะเลบัวแดงรู้จักกันทั่วไป การจัดงานทะเลบัวแดงบ้านเดียม ได้เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 14 - 18 พฤศจิกายน 2548 โดยใช้ชื่อว่า “งานชมทะเลบัวแดงหมื่นไร่ กราบไหว้พระศักดิ์สิทธิ์ แดนเนรมิตหนองหาน ดำนาผาแดงนางไอ่” โดยการร่วมมือร่วมใจของผู้นำชุมชน และกลุ่มชุมชน

ชาวบ้านเดียมทั้งสองหมู่บ้าน ประกอบด้วยประธานกลุ่มโฮมสเตย์บ้านเดียม หัวหน้ากลุ่มแม่บ้าน ประธานกลุ่มเรือประมงบ้านเดียม และคณะครูโรงเรียนบ้านเดียมทุกคน โดยมีผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านเดียมทำหน้าที่ประสานงาน และที่ปรึกษา ได้ร่วมกันระดมความคิดเห็นในการจัดงานขึ้น โดยได้นำแนวทางการสนับสนุนให้เกิดแหล่งท่องเที่ยว จาก “กลุ่มเครือข่ายอนุรักษ์ลุ่มน้ำหนองหาน” ที่ได้มาดำเนินการไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ด้วยเหตุนี้จึงเกิดรูปแบบของ “คณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเดียม” เป็นหลักในการบริหารงานท่องเที่ยวในหมู่บ้าน จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนรู้จักในวงกว้างมากขึ้น (รักเกียรติ ศรีลาวงค์. 2560)

ในการจัดงานชมทะเลบัวแดงจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ผู้ที่มีแนวคิดริเริ่มการจัดงาน คือ นายรักเกียรติ ศรีลาวงค์ ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านเดียม ได้ย้ำเสมอว่า จะต้องเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม และเปิดโอกาสให้เยาวชนจากทุกโรงเรียนได้เข้ามาศึกษาเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้บึงหนองหานกุมภวาปี และชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง อยู่อย่างมั่นคง และยังยืน จากข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการลงพื้นที่ร่วมกับชุมชนเพื่อทำงานวิจัยออกแบบและพัฒนามาสคอตเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวที่มาจากทั่วประเทศ

เนื่องด้วยในปัจจุบันการสร้างการรับรู้สัญลักษณ์ ถือเป็นกลยุทธ์ใหม่สำหรับใช้ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งชาติ. 2558) เพื่อใช้เป็นตัวหลักในการนำเสนอจุดเด่น ของแต่ละพื้นที่ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น โดยอาศัยบุคลิกลักษณะที่น่ารักของตัวการ์ตูนเป็นสื่อกลาง โดยที่ผ่านมามีตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ เช่น คณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเตียม ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์มาโดยตลอด เช่น จัดทำแสดงข้อมูลต่าง ๆ ผ่านเว็บไซต์ www.banduim.th และติดตั้งป้ายบิลบอร์ด (Billboard) เพื่อเป็นการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง โดยในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมามีจังหวัดอุดรธานีได้เคยทำการเปิดตัวมาสคอตของโครงการปลูกสุนัขชื่อ “คุณทองโบราณ” ที่ถูกยกให้เป็นมาสคอตประจำจังหวัดอุดรธานี เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายใต้โครงการ “เที่ยวสบายใจ ไปเที่ยวสบายดี” นอกจากนี้ ดังตามาสคอตและสินค้าของที่ระลึกคุณทองโบราณ ยังช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดอุดรธานี เพราะได้มียอดขายที่ตั้งแต่เริ่มเปิดร้านเป็นต้นมา (home cable tv 2562: ออนไลน์)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงประโยชน์ในการนำเอาการ์ตูนสัญลักษณ์ มาใช้เป็นสื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี และเป็นโอกาสส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามนโยบายยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดอุดรธานี ประจำปี พ.ศ. 2561 – 2565 ที่ให้ความสำคัญต่อการ “พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การบริการ และการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประเพณีในท้องถิ่น” (แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี. 2563)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาถึงอัตลักษณ์ของเทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
2. ออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

กรอบแนวคิดงานวิจัย

1. ศึกษาและการ์ตูนสัญลักษณ์สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวทะเลบัวแดง โดยใช้เอกลักษณ์ของท้องถิ่น และอัต

ลักษณ์ประจำจังหวัดที่แสดงถึงความงามทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นจุดขายทางด้านการท่องเที่ยวของบึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

2. พัฒนาแนวคิดในการออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ให้เหมาะสมตามความต้องการของท้องถิ่น ด้วยการมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้า และบริการ ในแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างดังนี้
ประชากรได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน
กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน จำนวน 30 คน
2. กำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการประเมินรูปแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ดังนี้
ประชากรได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก
กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 3 ท่าน
3. รวบรวมแนวความคิดทั้งหมดที่ได้รับนำมาสรุป เพื่อพัฒนาแบบร่างโดยการถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของเรขาคณิตที่เหมาะสมกับการออกแบบมาสคอต เช่นการใช้สัญลักษณ์จากรูปทรงเรขาคณิตเพื่อบอกถึงลักษณะนิสัยของตัวละคร และใช้หลักทฤษฎีสี่ในการออกแบบ
4. ออกแบบและวาดภาพการ์ตูนสัญลักษณ์ในรูปแบบ “ดิจิทัลอาร์ต” ดังนี้
 - 4.1. ร่างภาพของตัวการ์ตูนในมุมมองต่างๆ บนแผ่นกระดาษ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องตามแบบ
 - 4.2. ถ่ายภาพร่างเป็นไฟล์ดิจิทัล จากนั้นจึงส่งไฟล์ภาพไปเก็บไว้ยังเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นต้นแบบการวาดภาพในขั้นตอนต่อไป
 - 4.3. วาดภาพด้วยโปรแกรม โปรครีเอท (Procreate) ในอุปกรณ์ ไอแพด โปร (iPad Pro) โดยใช้ต้นแบบจากภาพร่างที่บันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์
5. สรุปผลจากข้อเสนอแนะที่ผ่านการพิจารณาโดยคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเตียม เพื่อให้ได้แบบมาส

คอตที่เหมาะสมกับความต้องการของชุมชน เพื่อนำมาใช้เป็น
สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ และป้ายโฆษณาการท่องเที่ยวทะเล
บัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาข้อมูลปฐมและทุติยภูมิ เพื่อเป็นแนวทางของการ
ออกแบบการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว
ทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี
2. ออกแบบเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ เครื่องมือการ
สนทนากลุ่ม เครื่องมือการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการ
ออกแบบกราฟิกและเครื่องมือการประเมินพึงพอใจตัวแทน
ผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน ที่มีต่อการดำเนินงาน
ผู้ประกอบการร้านค้า
3. สรุปรูปข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยทำการวิเคราะห์
ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ใน
การรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาปฏิบัติการออกแบบการดำเนินงาน
สัญลักษณ์
4. เสนอแบบร่างต่อผู้ทรงคุณวุฒิ และปรับปรุงรูปแบบ
ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ
5. ดำเนินการนำรูปแบบการดำเนินงานเพื่อส่งเสริม
ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุม
ภวาปี จังหวัดอุดรธานี ไปใช้ในสื่อประชาสัมพันธ์
6. ประเมินความพึงพอใจโดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
ชมความงามของทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี
จังหวัดอุดรธานี
7. วิเคราะห์ผลและสรุปผลการวิจัย โดยผู้ศึกษาได้
ดำเนินการสอบถาม และวิเคราะห์สรุปผลโดยใช้การหาค่าเฉลี่ย
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน $\bar{X}$ และ S.D.
8. สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยใน
ครั้งต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความ
พึงพอใจ เป็นการวิเคราะห์โดยใช้หลักทางสถิติแบบคิดค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและแปลผลโดยการบรรยาย
การเก็บรวบรวมข้อมูลในการประเมินนั้นจะใช้คะแนนเฉลี่ย
ความคิดแต่ละช่วง เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจจากการใช้แบบ
ประเมินรูปแบบ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง ผลการประเมิน
อยู่ในระดับ มากที่สุด

ระดับคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ผลการประเมิน
อยู่ในระดับ มาก

ระดับคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ผลการประเมิน
อยู่ในระดับ ปานกลาง

ระดับคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ผลการประเมิน
อยู่ในระดับ น้อย

ระดับคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ผลการประเมิน
อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจของการดำเนินงาน
เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน
อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี ได้ออกมาดังนี้ โดยกลุ่ม
ผู้ประกอบการร้านค้า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X}$ = 4.19) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.67) ด้านความ
สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.48)
ด้านความน่าจดจำมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.57)
ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.50) ด้านมีลักษณะเฉพาะ
มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88) ส่วนค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (S.D. = 0.66) ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน
มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.93) ส่วนค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (S.D. = 0.62)



ภาพที่ 1 “คุณทองโบราณ” มาสคอตประจำจังหวัดอุดรธานี

แนวคิดและทฤษฎีในการออกแบบ

ผู้วิจัยได้นำหลักทฤษฎีการออกแบบมาประยุกต์ให้การ
สร้างสรรค์ผลงานมีความเหมาะสมตรงตามหลักศิลปะ เพื่อจะ

สะท้อนภาพอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการใช้แนวคิดและทฤษฎีเรื่องสัญลักษณ์จากรูปทรงเรขาคณิต เพื่อบอกถึงลักษณะนิสัยของตัวละคร และใช้หลักทฤษฎีสีร่วมในการออกแบบทำให้การดูสัญลักษณ์ ที่ผ่านการออกแบบด้วยกระบวนการนี้สามารถแสดงออกถึงบุคลิกภาพในเชิงบวก และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ชัดเจน (ศิริพร ปีเตอร์. 2560)

รูปแบบและประเภทของมาสคอตที่นำมาใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลตัวอย่างของการดูสัญลักษณ์ ในรูปแบบต่างๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นที่มาสคอตได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเพื่อการโฆษณาท้องถิ่น หรือเป็นสัญลักษณ์ตัวแทนองค์กร หน่วยงาน แบนด์สินค้า งานกิจกรรม งานแข่งขันกีฬา (ไพโรจน์ อธิระประภา, 2558) โดยสามารถสรุปเป็นรูปแบบมาสคอตที่สอดคล้องกับงานวิจัยได้ 3 รูปแบบดังนี้

1. รูปแบบที่มาจากบุคคล กล่าวคือเป็นการดูสัญลักษณ์ที่มีต้นแบบมาจากบุคคลสำคัญที่มีชื่อเสียง เช่น ศิลปิน นักร้อง นักแสดง นักกีฬา หรือบุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ มักจะถูกนำไปใช้เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นหลัก



ภาพที่ 2 การดูสัญลักษณ์ ที่มีรูปแบบมาจากบุคคล

2. รูปแบบที่มาจากสัตว์ กล่าวคือเป็นการดูสัญลักษณ์ที่มีต้นแบบมาจากสัตว์สัญลักษณ์ประจำชาติ ประจำถิ่น หรือสัตว์ที่เป็นมงคลในอุดมคติส่วนใหญ่มักถูกใช้เป็น “สัตว์นำโชค”

ในการจัดการแข่งขันกีฬาในทุกระดับ และเป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำจังหวัด หรือประจำอำเภอ



ภาพที่ 3 การดูสัญลักษณ์ ที่มีรูปแบบมาจากสัตว์

3. รูปแบบที่มาจากพืชผัก ดอกไม้ และผลไม้ กล่าวคือเป็นมาสคอตที่มีต้นแบบมาจากพืชผักผลไม้ประจำถิ่น หรือดอกไม้ประจำชาติ, ประจำจังหวัด โดยมักจะออกแบบมาเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์การจัดงาน หรือเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัดด้วยเช่นกัน (ประไพพรรณ เป็รื่องพงษ์. 2558)



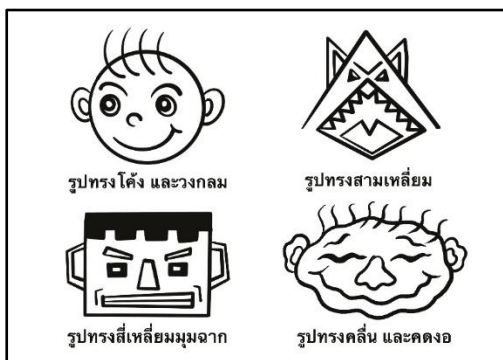
ภาพที่ 4 การดูสัญลักษณ์ ที่มาจากพืชผัก ดอกไม้ และผลไม้

รูปทรงที่แสดงออกถึงบุคลิกของตัวละคร

รูปทรงเรขาคณิตมีความสำคัญต่องานออกแบบหรืองานศิลปะทุกประเภท ซึ่งรูปทรงเรขาคณิตต่างๆ นั้นเกิดจากการลากเส้นไปยังทิศทางต่างๆ เช่น เส้นโค้ง เส้นตั้ง เส้นตรง เส้นเฉียง

ฯลฯ ทำให้เกิดรูปร่าง รูปทรง ซึ่งเป็นแกนหลักสำคัญในการออกแบบมาสคอตโดยสามารถให้ความหมาย หรือแสดงความรู้สึกและอารมณ์ที่มีความแตกต่างกันออกไปดังนี้

1. รูปทรงโค้ง และวงกลม ให้ความรู้สึกโค้งมน อ่อนนุ่ม สบายตา เหมาะกับตัวละครที่มีจิตใจดี อ่อนโยน ไม่มีพิษภัย
2. รูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉาก ให้ความรู้สึกถึงความแข็งแรง มีพลังในตัวเอง เหมาะกับตัวละครที่มีจิตใจเข้มแข็ง
3. รูปทรงสามเหลี่ยม ให้ความรู้สึกอันตรายและน่ากลัว เหมาะกับตัวละครที่มีอารมณ์รุนแรงไม่น่าไว้วางใจ
4. รูปทรงคลื่น และคดงอ ให้ความรู้สึกอ่อนไหว ไม่แน่นอน เหมาะกับตัวละครที่มีจิตใจอ่อนแอ ลื่นไหลไม่น่าเชื่อถือ



ภาพที่ 5 รูปทรงที่แสดงออกถึงบุคลิกของตัวละคร

ทฤษฎีสีคู่ตรงข้ามในงานออกแบบการตูนสัญลักษณ์

ทฤษฎีสี (Theory of Color) หมายถึงหลักของการผสมสี เพื่อให้เกิดสีที่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะแขนงต่างๆ เช่น โลโก้ โปสเตอร์ แปรนเนอร์ หรืองานออกแบบกราฟิก โดยเฉพาะทฤษฎีสีคู่ตรงข้าม (Complementary Colour) ที่มีความสำคัญมากในงานออกแบบมาสคอต เนื่องจากสีมีส่วนช่วยในการสร้างตัวตน (Identity) ของตัวละครให้น่าจดจำและมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร แต่การใช้สีคู่ตรงข้ามที่ตัดกันอย่างรุนแรงในงานศิลปะนั้นต้องอาศัยหลักการ และสัดส่วนที่เหมาะสมดังนี้

สีเหลือง		สีม่วง
สีส้มเหลือง		สีม่วงน้ำเงิน
สีส้ม		สีน้ำเงิน
สีส้มแดง		สีเขียวน้ำเงิน
สีแดง		สีเขียว
สีม่วงแดง		สีเขียวเหลือง



ภาพที่ 6 เฉดสีที่ใช้ในงานออกแบบการตูนสัญลักษณ์

การใช้สีในสัดส่วน 80/20

คือหลักการใช้สีที่หนึ่งประมาณร้อยละ 80 อีกสีหนึ่งร้อยละ 20 ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญของการใช้คู่สีตรงข้าม เพราะหากมากเกินไปจะทำให้ผลงานดูสับสนวุ่นวายไม่โดดเด่น หรือกลายเป็นงานที่ดูรกตาไม่น่าสนใจ

การใช้สีคู่ตรงข้ามที่มีสัดส่วนเท่ากัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นคือสีคู่ตรงข้ามต้องมีสัดส่วนประมาณ 80/20 จึงจะเหมาะสมนั้น หากเราต้องการให้มาสคอตใช้คู่สีที่มีสัดส่วนที่เท่ากันพอดีคือ 50/50 เราควรใช้เทคนิคการเพิ่มสีขาวหรือเทาเข้าไปในแต่ละสี เพื่อให้ได้โทนสีที่มีความอ่อนนุ่ม (soft) ไม่ดูตัดกันอย่างรุนแรงจนเกินไป

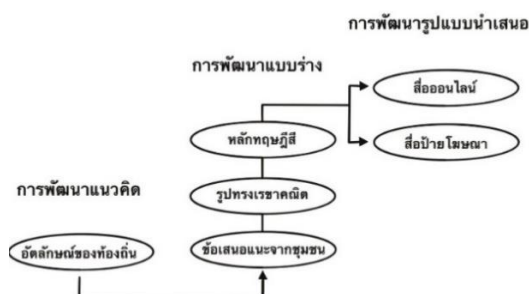
การใช้สีคู่ตรงข้าม 6 คู่

สีคู่ตรงข้ามที่ตัดกันอย่างรุนแรงนั้น จะมีอยู่ด้วยกัน 6 คู่สามารถนำไปผสมกับสีอื่นๆ เพื่อเพิ่มความเข้ม-อ่อนของแต่ละสี หรือเพื่อลดความรุนแรงของสีที่ตัดกันให้ดูนิ่มนวลลงได้ โดยสีคู่ตรงข้ามทั้ง 6 คู่มีดังนี้

- 1) เหลือง – ม่วง
- 2) แดง – เขียว
- 3) น้ำเงิน – ส้ม
- 4) ส้มเหลือง – ม่วงน้ำเงิน
- 5) ส้มแดง – เขียวน้ำเงิน
- 6) เขียวเหลือง – ม่วงแดง

การใช้ทฤษฎีสี่คู่ตรงข้ามในงานออกแบบนั้น มีส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความน่าสนใจ และสร้างความโดดเด่นให้กับมาสคอตเป็นอย่างมาก แต่บางกรณี สีพื้นฐานอย่างเช่น ขาว เทา ดำ ก็สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับตัวละครได้เช่นเดียวกัน

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ศึกษาและค้นคว้ามาข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนากระบวนการสร้างสรรค์ และออกแบบมาสคอตเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ซึ่งมีกระบวนการตามขั้นตอนการออกแบบดังนี้



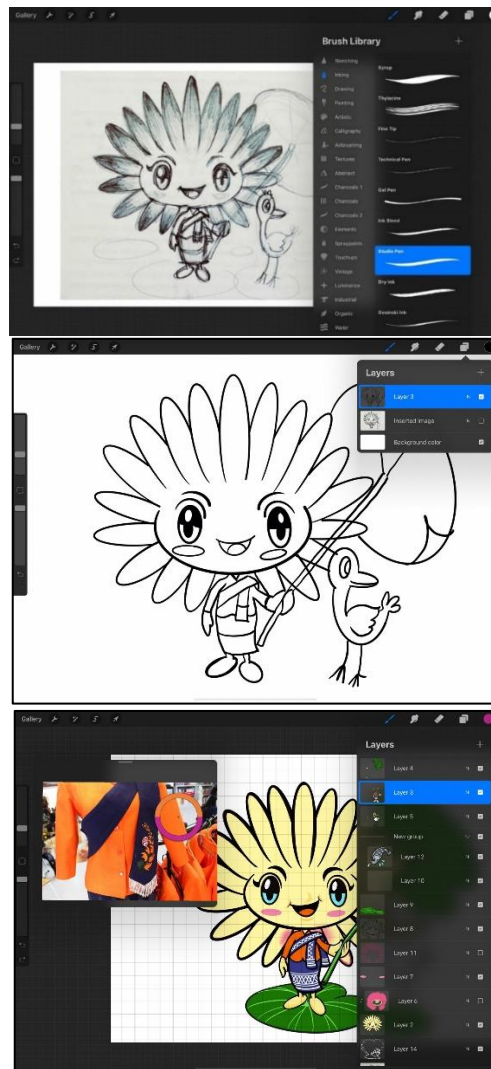
ภาพที่ 7 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ของงานสร้างสรรค์/ผลการวิจัย

การประเมินผลการออกแบบมาสคอตเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี นักวิจัยได้พบว่ามาสคอตที่ออกแบบมานั้น ได้สร้างความพึงพอใจให้กับคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวบ้านเดียม ซึ่งเป็นตัวแทนผู้ประกอบการร้านค้าและบริการในชุมชน ที่ได้มีส่วนร่วมในการปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหานกุมภวาปี ให้มีเสน่ห์ในการดึงดูดใจผู้คนมากขึ้น โดยนักวิจัยได้นำเอาเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง, สีเส้นของดอกบัวสาย และนกยางโทนใหญ่ ซึ่งเป็นสายพันธุ์พืช และสัตว์ที่มีมากในบึงหนองหาน มาเป็นฐานในการออกแบบเพื่อให้ได้มาสคอตที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น และสื่อถึงเทศกาลทะเลบัวแดงให้ได้มากที่สุด เมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบ ดิจิทัลอาร์ต (Digital Arts) ตามทฤษฎีการออกแบบตัวละคร (Character Design) โดยการใช้โปรแกรมวาดภาพ โปรครีเอท (Procreate) ในอุปกรณ์ไอแพดโปร (iPad Pro) เป็นเครื่องมือในการวาดภาพ

โดยในแบบร่างสุดท้ายผู้วิจัยได้ถ่ายทอดออกมาเป็นมาสคอตจำนวน 2 ตัวคือ “น้องบัวแดง และน้องนกยาง”

ซึ่งเป็นเพื่อนรักกันที่ต่างมีบุคลิกภาพที่มีเสน่ห์ อ่อนโยนน่ารัก และใจดี พร้อมสำหรับเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งในสื่อโฆษณาออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่อไป



ภาพที่ 8 ภาพร่างในแอปพลิเคชัน โปรครีเอท (Procreate) ในอุปกรณ์ไอแพดโปร (iPad Pro)

การตูนสัญลักษณ์ แบบ SD (Super Deformed) หมายถึง ตัวการ์ตูนที่มีลักษณะร่างกายผิดสัดส่วนแบบคนรูปร่างเล็กแต่ศีรษะโตกว่าความเป็นจริง เป็นตัวการ์ตูนที่ดูเรียบง่าย และน่ารัก ซึ่งเป็นแนวทางที่ผู้วิจัยเลือกใช้สำหรับการออกแบบ มาสคอตประจำเทศกาลทะเลบัวแดงบาน ในครั้งนี้ เพราะเป็นรูปแบบที่สามารถถ่ายทอดลักษณะเด่นของพันธุ์พืช และพันธุ์สัตว์ ประจำถิ่นใน “บึงหนองหาน” ออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยลักษณะของการแต่งกายของ “น้องบัวแดง” นั้นจะอยู่ในชุดผ้า

ไทยพื้นเมืองประจำจังหวัดอุดรธานี ซึ่งช่วยให้มาสตอตแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และอัตลักษณ์ของจังหวัด ได้อย่างเด่นชัด โดยผู้วิจัยได้วางความสัมพันธ์ของตัวละครชุดนี้ให้เป็น “เพื่อนที่ดีต่อกัน” เพื่อแสดงออกถึงการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างผู้คนกับธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม พร้อมกับบุคลิกที่สนุกสนาน แลดูเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้พบเห็นต่างเกิดความประทับใจและสามารถจดจำมาสคอตได้อย่างรวดเร็ว



ภาพที่ 9 การ์ตูนสัญลักษณ์ น้องบัวแดง และน้องนกกาง



ภาพที่ 11 การนำภาพการ์ตูนสัญลักษณ์ มาใช้งานในรูปแบบต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยพบว่าจากการออกแบบ และพัฒนาการ์ตูนสัญลักษณ์ สำหรับงานเทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จ.อุดรธานี ด้วยการนำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มาประยุกต์ใช้นั้น ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และอัตลักษณ์ประจำจังหวัด ได้อย่างชัดเจน และยังก่อให้เกิดทัศนคติในเชิงบวกกับการ์ตูนสัญลักษณ์ ด้วยรูปแบบของสีสันทันทีให้ความรู้สึกอ่อนหวาน ประกอบด้วยรูปร่าง รูปทรงที่แสดงออกถึงบุคลิกที่ดูเป็นมิตร และง่ายต่อการจดจำ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวได้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ และแนวคิดทฤษฎีในการออกแบบ ที่สามารถใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการออกแบบมาสคอตให้กับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

สรุปได้ว่าการพัฒนาการ์ตูนสัญลักษณ์ สามารถช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว และยังสร้างภาพลักษณ์ที่จดจำได้ง่าย ด้วยการนำจุดเด่นหลายอย่างมารวมกันไว้ในสิ่งเดียว ซึ่งจากการวิเคราะห์ในรายละเอียดพบว่า ความสำเร็จในการ



ภาพที่ 10 ตัวอย่างภาพ ดิจิทัลอาร์ต (Digital Arts) เพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์

ออกแบบ มาสคอตนั้น ไม่สามารถมาจากความคิดเห็นส่วนบุคคลได้เพียงอย่างเดียว แต่ต้องมาจากการผสมผสานกับเอกลักษณ์ของชุมชน และการระดมความคิดของทุกภาคส่วนที่ช่วยส่งเสริมกันอย่างแท้จริง



ภาพที่ 12 การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ของตัวแทนผู้ประกอบการในชุมชน ในการออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์



ภาพที่ 13 วิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านเดียมอ.กุ่มภาวปี จ.อุดรธานี ได้รับ “รางวัลชนะเลิศ” การประกวดวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด ปี 2564

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ให้กับชุมชน เพื่อใช้สำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนั้น ผู้คนในชุมชนควรมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น เช่น การสนทนากลุ่มร่วมกับตัวแทนคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยว หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ได้ฉันทามติร่วมกันก่อนที่นักวิจัยจะทำการออกแบบและพัฒนามาสคอต เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

2. การออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม นอกเหนือจากการแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นแล้ว รูปแบบของมาสคอตควรจะต้องมีความทันสมัยเป็นสากล เพื่อเพิ่ม

ความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจในระดับโลกต่อไปในอนาคต

ด้วยภาพการ์ตูน ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากผู้คนในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยทำให้เทศกาลทะเลบัวแดงบาน บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านตัวการ์ตูนที่น่ารัก และน่าจดจำ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. นอกเหนือจากการออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์ สำหรับการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ หรือติดตั้งแผ่นป้ายตามจุดต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ในอนาคตควรมีการพัฒนามาสคอตให้อยู่ในรูปแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ เพื่อใช้เป็นตัวแทนการสื่อสาร

2. ควรพัฒนาการ์ตูนสัญลักษณ์ ให้อยู่ในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหวหรือภาพแอนิเมชัน (Animation) ทั้งแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ สำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ในสื่อดิจิทัล (Digital media) ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งชาติ. (2558). *กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งชาติการโยบายการท่องเที่ยว*. วันที่สืบค้นข้อมูล 15 มิถุนายน 2564. จาก <http://www.daco-thai.com>.
- [2] คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ จังหวัดอุดรธานี. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี ประจำปี พ.ศ. 2561 – 2565 (ทบทวนปี 2563)*. วันที่สืบค้นข้อมูล 18 มิถุนายน 2564. จาก <http://www.udonthani.go.th/main/strategy>.
- [3] ประไพพรรณ เป็รื่องพงษ์ และ เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยู่ธยา (2558). *การออกแบบมาสคอตสำหรับงานอีเว้นท์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่*. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2(2), 59-68.
- [4] ไพโรจน์ ธีระประภา. (2558). *อัตลักษณ์ของที่ระลึกและกราฟิกดีไซน์สะท้อนพื้นถิ่น*. นิตยสาร in design ฉบับที่ 148 ตุลาคม - พฤศจิกายน 2558. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ industrial network จำกัด.
- [5] รักเกียรติ ศรีลาวงค์. (2560). *ประวัติการจัดงานทะเลบัวแดงบ้านเดียม อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี*. วันที่สืบค้นข้อมูล 23 พฤษภาคม 2563. จาก <https://sites.google.com/site/clashsarunya/prawati-thale-baw-daeng>.
- [6] ศิริพร ปีเตอร์. (2560). *การออกแบบกราฟิก*. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์ประเทศไทย.
- [7] Home Cable TV. (2562). *มาสคอตประจำจังหวัดอุดรธานี*. โฮมเคเบิลออนไลน์. วันที่สืบค้นข้อมูล 19 มิถุนายน 2563. จาก <http://nwnt.prd.go.th/CenterWeb/News>.