

การสร้างสรรค้มาสคอต เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยว  
ประจำจังหวัดสมุทรปราการ

THE CREATIVE MASCOT FOR PROMOTE TOURISM IDENTITY  
IN SAMUPRAKRAN PROVINCE

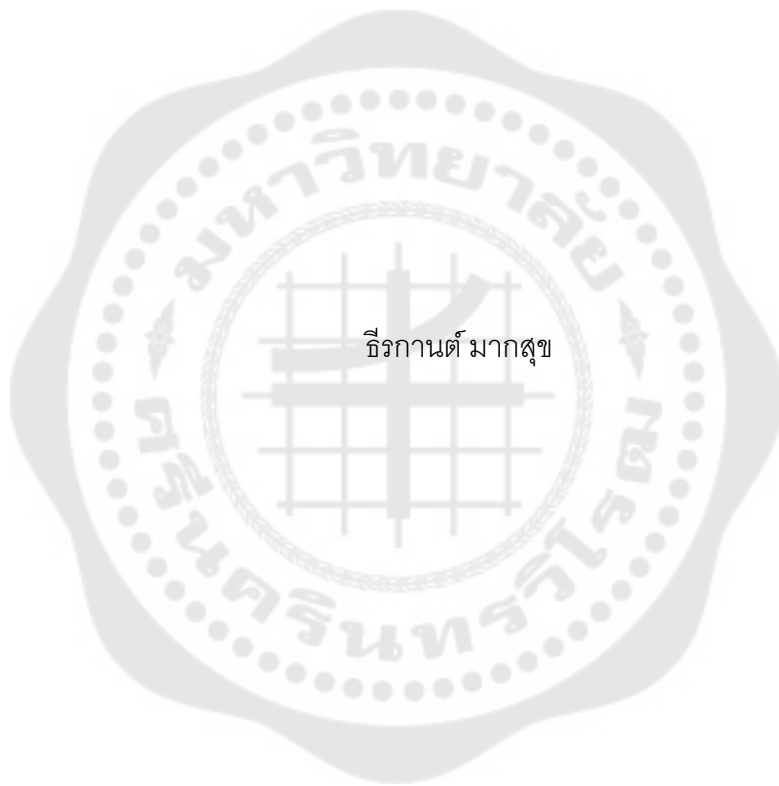


ธีรกานต์ มากสุข

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2566

การสร้างสรรค์มาศคอต เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยว  
ประจำจังหวัดสมุทรปราการ



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ  
วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE CREATIVE MASCOT FOR PROMOTE TOURISM IDENTITY  
IN SAMUPRAKRAN PROVINCE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF FINE ARTS  
(Design innovation)

College of Creative Industry, Srinakharinwirot University

2023

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญาานิพนธ์  
เรื่อง  
การสร้างสรรค์มาสคอต เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยว  
ประจำจังหวัดสมุทรปราการ

ของ  
ธีรกานต์ มากสุข

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัณฑิตกรรมการออกแบบ  
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก	..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรัญ วานิชกร)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติเทพ แจ้ดนาลาว)
..... ที่ปรึกษาร่วม	..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิเทพ มุสิกะปาน)	(อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข)

ชื่อเรื่อง	การสร้างสรรค์มาศคอต เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ประจำจังหวัดสมุทรปราการ
ผู้วิจัย	ธีรกานต์ มากสุข
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรัญ วานิชกร
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิเทพ มุสิกะปาน

งานวิจัยการสร้างสรรค์มาศคอต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรปราการ เป็นงานวิจัยและพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาถึงแนวความคิดอัตลักษณ์ของชุมชนจากจังหวัดสมุทรปราการสู่การแสดงออกผ่านตัวคาแรคเตอร์ (2) เพื่อประยุกต์ต่อยอดในการสร้างสรรค์ตัวมาศคอตเหล่านั้น (3) เพื่อการโปรโมทถึงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวภายในจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสำรวจถึงพฤติกรรมความสนใจต่อผู้คนที่มาต่อจังหวัดสมุทรปราการ โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ของ อัตลักษณ์ต่างๆในจังหวัดที่ผู้คนที่ให้ความสนใจ ผลการวิจัยค้นได้ผลสรุปคือจากแบบสำรวจอัตลักษณ์ที่ผู้คนที่ให้ความสนใจ มี 4 ด้าน (1)สถานที่ท่องเที่ยว (2)สินค้าของขึ้นชื่อ (3)ประเพณีวัฒนธรรม (4)ลักษณะรูปแบบโมเดลต้นแบบแล้วนำไปสู่การต่อยอดโดยอัตลักษณ์ที่มาศคอตส่วนใหญ่นำมาใช้ ถูกสร้างในรูปแบบสัตว์ กระจะเข้ ไร่ เริง น่ารัก และ เป็นมิตร เป็นอัตลักษณ์ที่มีการแสดงออกถึงสิ่งที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสมุทรปราการ โดยแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ส่วนใหญ่ที่ถูกสร้างความหมายอยู่ในระดับคล้ายคลึงกับวัตถุอัตลักษณ์จริงในลักษณะตัวการ์ตูน เพื่อดึงดูดให้กับผู้พบเห็น เป็นมิตร เข้าใจง่ายในการผสมผสาน การใช้สื่อสาร โดยผลประเมินความพึงพอใจมาศคอตคาแรคเตอร์สำหรับจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทดลองนำไปใส่ทั้งหมด 4 สถานที่ ได้แก่ (1)หอชมเมืองจังหวัดสมุทรปราการ(2)ฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ(3)ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง(4)วัดบางพลีใหญ่ และ จัดนิทรรศการแสดงผลงาน 1 แหล่ง ด้วยการนำเสนอ สื่อที่แตกต่างกัน โดยอ้างอิงจากความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งในด้าน ความน่าจดจำ ความเหมาะสมของมาศคอต รวมไปถึง ความง่ายต่อการนำไปใช้เป็นอย่างมาก ตลอดจนเชื่อมโยงสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : มาศคอต, อัตลักษณ์ชุมชน, การท่องเที่ยว

Title	THE CREATIVE MASCOT FOR PROMOTE TOURISM IDENTITY IN SAMUPRAKRAN PROVINCE
Author	THEERAKRAN MARKSUK
Degree	MASTER OF FINE ARTS
Academic Year	2023
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Aran Wanichakorn
Co Advisor	Assistant Professor Dr. Ravitep Musikapan

The research on the creation of the a mascot to promote tourism in Samut Prakan province is a Research and Development. The objectives of the research were as follows : (1) to study the concept of community identity in Samut Prakan province; (2) to design, develop and create the mascot of the community's identity; (3) to bring the identity of the community to present and survey satisfaction, analyze the average of various identities and apply them to publicity to tourists. The results showed that the tourists are interested in three aspects of identity: (1) tourist attractions, (2) famous products of the province; (3) cultural traditions. The model is created in the form of an animal, a crocodile that is cheerful, cute, and friendly. It is an identity that expresses the famous things of Samut Prakan province with most of the semiotic expressions that are created at the communicative level, similar to real identity objects in the form of cartoon characters. It is attractive to onlookers, feels friendly and easy to understand in combination for communication. Using the creative mascots to promote 4 tourist attractions; (1) Samut Prakan City Observatory (2) Samut Prakan Crocodile Farm (3) Bang Nam Phueng Floating Market (4) Bang Phli Yai Temple and another one exhibition by presenting through different media, The results of the satisfaction assessment of the mascot character for Samut Prakan province are very satisfactory overall, both in terms of memorability and suitability of the mascot. It is also very easy to use as well as linked to the effective promotion of tourism in the province.

Keyword : Mascot, Community Identity, Tourism

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยการสร้างสรรค์มาสคอตเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรปราการฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความช่วยเหลือ และคำแนะนำ การผลักดันต่างๆของ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณ วานิชกร ที่คอยชี้แนะและแนะนำถึงกระบวนการ และขั้นตอนต่างๆในการพัฒนาและจัดการ ให้ทดลองเห็นช่องทางใหม่ๆที่มีประโยชน์ น่าสนใจ และเปิดแนวทางเพิ่มในการพัฒนาการวิจัยครั้งนี้ คอยชี้หาข้อบกพร่อง และ ดิชม ถึงสิ่งต่างๆที่ผู้วิจัยได้ทำไว้ รวมไปถึงอาจารย์กรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ในคณะท่านอื่นๆ ทุกท่านที่ช่วยสอบและตรวจสอบ แนะนำแนวทาง รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ต่างๆภายใน เจ้าหน้าที่คณะ ที่คอยดูแล และแจ้งข่าวต่างๆ ระยะเวลากำหนดการของการทำงานอยู่ตลอด สามารถจัดการและทำงานวิจัยนี้ให้สำเร็จลุล่วงได้

ขอขอบคุณจังหวัดสมุทรปราการที่ให้ความร่วมมือ รวมไปถึงสละเวลามาประเมินและให้คำแนะนำถึงการจัดการ เรื่องต่างๆ ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับจังหวัด ทำให้งานวิจัยนี้ก้าวหน้ามากขึ้น

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัว พ่อแม่ และเพื่อนในทุกสถานที่ต่างๆของผู้วิจัยที่คอยเป็นกำลังใจและแรงผลักดันให้ผู้วิจัยยังคงทำงานวิจัยนี้ให้เสร็จสมตามสมบูรณ์

ธีรกานต์ มากสุข

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูปภาพ .....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย .....	3
1 ประชากร.....	3
2 กลุ่มตัวอย่าง.....	3
3 ผู้เชี่ยวชาญ.....	3
4 ขอบเขตผลงานสร้างสรรค์.....	3
5 ขอบเขตแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ .....	3
กรอบแนวคิด .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
1 จังหวัดสมุทรปราการ.....	6
1.1 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดสมุทรปราการ .....	6



1.2 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ .....	9
1.3 ประเพณีและวัฒนธรรมของสมุทรปราการ .....	15
1.4 ของดีของขึ้นชื่อประจำจังหวัด .....	16
2. ความหมายของอัตลักษณ์ .....	18
2.1 อัตลักษณ์ .....	18
2.2 อัตลักษณ์ชุมชน .....	19
2.3 อัตลักษณ์การท่องเที่ยว .....	19
3. ข้อมูลการท่องเที่ยว .....	20
3.1 ประเภทของนักท่องเที่ยว .....	20
3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว .....	21
3.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค .....	22
3.4 เส้นทางการท่องเที่ยว .....	23
3.5 การโปรโมทจังหวัด .....	23
4. แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค .....	24
4.1 ลักษณะของการเกิดพฤติกรรมผู้บริโภค .....	24
4.2 พฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H .....	25
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก .....	26
5. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการออกแบบมาสคอต .....	27
5.1 ทฤษฎีรูปทรงนิยม .....	27
5.2 แนวความคิดการออกแบบ .....	28
5.2.1 การออกแบบตัวละคร ( Character Design ) .....	28
5.2.2 หลักการออกแบบตัวละคร .....	28
5.2.3 เส้นอารมณ์ที่เกิดขึ้นในผลงานการออกแบบ .....	29

5.2.4 สีและความรู้สึก .....	31
5.2.5 การแบ่ง สัดส่วนของคาแรคเตอร์(Dividing Characters ).....	37
5.3 ความหมายของมาสคอต .....	42
5.4 ปัจจัยความสำเร็จของมาสคอต .....	43
5.5 วิเคราะห์ความสำเร็จของ มาสคอต.....	44
6. การทำตัวโมเดล.....	52
6.1 การเลือกใช้วัสดุ .....	52
6.2 การขึ้นโมเดลด้วย 3D Printer.....	53
6.3 support ของ 3D printer .....	54
6.4 การลงสีโมเดล .....	56
7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	61
1 การกำหนดประชากรและการสุ่มหากลุ่มตัวอย่าง .....	61
2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	61
3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
4 วิธีดำเนินงานวิจัย .....	64
บทที่ 4 ผลงานการสร้างสรรค์.....	66
4.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการออกแบบ .....	66
4.2 ขั้นตอนการออกแบบร่างในขั้นแรก .....	73
4.3 รูปแบบร่างครั้งที่ 1 .....	74
4.4 การพัฒนาแบบมาสคอต .....	80
4.5 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ.....	87
4.6 มาสคอตตัวสำเร็จ .....	89

4.7 ทดลองสร้างโมเดลจากมาสคอต .....	93
4.8 ประยุกต์ใช้มาสคอตกับสื่อและอัตลักษณ์ในจังหวัด .....	95
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และ ข้อเสนอแนะ .....	103
1 สรุปผลการวิจัย.....	103
2.อภิปรายผลการวิจัย .....	109
3.ข้อเสนอแนะ .....	111
บรรณานุกรม .....	113
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	118
ภาคผนวก ข รูปประกอบการทำมาสคอต.....	148
ภาคผนวก ซ รูปประกอบสอบปากเปล่า.....	153
ภาคผนวก ค เข้าร่วมการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยครั้งที่ 16 .....	155
ภาคผนวก ง นิทรรศการ The Conscioius : รับรู้ ตัวตน สังคม.....	159
ประวัติผู้เขียน.....	165

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 กลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ.....	66
ตาราง 2 ปัจจัยแรงดึงดูด .....	67
ตาราง 3 สถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจ.....	67
ตาราง 4 สินค้าที่สนใจ.....	68
ตาราง 5 ประเพณีที่สนใจ .....	69
ตาราง 6 รูปแบบลักษณะ.....	69
ตาราง 7 อันดับเนื้อหาสาระสำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ.....	70
ตาราง 8 จำแนกอัตลักษณ์.....	71
ตาราง 9 สเก็ตมาสคอตพระเจดีย์.....	74
ตาราง 10 สเก็ตมาสคอตปลาสด.....	76
ตาราง 11 สเก็ตมาสคอตฟาร์มจระเข้ .....	77
ตาราง 12 สเก็ตมาสคอตประเพณีรับบัว .....	78
ตาราง 13 สรุปรูปแบบในครั้งแรก .....	79
ตาราง 14 มาสคอตฟาร์มจระเข้ .....	81
ตาราง 15 มาสคอตตลาดน้ำ.....	82
ตาราง 16 มาสคอตสถานตากอากาศบางปู.....	84
ตาราง 17 มาสคอตขนมจาก.....	85
ตาราง 18 มาสคอตพระเจดีย์กลางน้ำ .....	86
ตาราง 19 มาสคอตปลาสด .....	87
ตาราง 20 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ .....	87
ตาราง 21 สรุปรูปลักษณะมาสคอต .....	92

ตาราง 22 คุณสมบัติของวัสดุ..... 94

ตาราง 23 อັตลักษณ์..... 104

ตาราง 24 สรุปผลการเผยแพร่..... 107



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด .....	4
ภาพประกอบ 2 ตราจังหวัดสมุทรปราการ .....	7
ภาพประกอบ 3 แผนที่จังหวัด .....	8
ภาพประกอบ 4 สถานตากอากาศบางปู.....	9
ภาพประกอบ 5 ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง .....	10
ภาพประกอบ 6 ฟาร์มจระเข้ .....	11
ภาพประกอบ 7 พระสมุทรเจดีย์.....	12
ภาพประกอบ 8 หอชมเมืองสมุทรปราการ.....	13
ภาพประกอบ 9 ประเพณีรับบัว .....	15
ภาพประกอบ 10 ปลาสดิบบางป่อ.....	16
ภาพประกอบ 11 ขนมจาก.....	17
ภาพประกอบ 12 รูปทรงที่เหมาะสม .....	29
ภาพประกอบ 13 คาแรคเตอร์เส้นตรง.....	30
ภาพประกอบ 14 คาแรคเตอร์เส้นตรง.....	30
ภาพประกอบ 15 คาแรคเตอร์เส้นโค้ง .....	31
ภาพประกอบ 16 โทนสีของคาแรคเตอร์.....	31
ภาพประกอบ 17 คาแรคเตอร์โทนแดง .....	32
ภาพประกอบ 18 คาแรคเตอร์โทนชมพู.....	33
ภาพประกอบ 19 คาแรคเตอร์โทนสีน้ำเงิน .....	34
ภาพประกอบ 20 คาแรคเตอร์โทนสีม่วง.....	34
ภาพประกอบ 21 คาแรคเตอร์โทนเขียว.....	35

ภาพประกอบ 22 คาแรคเตอร์โทนเหลือง.....	35
ภาพประกอบ 23 คาแรคเตอร์โทนส้ม.....	36
ภาพประกอบ 24 สัดส่วนของตัวละคร.....	37
ภาพประกอบ 25 สัดส่วนของตัวละครสูงต่ำ.....	37
ภาพประกอบ 26 สัดส่วนของตัวละครกว้างยาว.....	38
ภาพประกอบ 27 สัดส่วนของตัวละครกล่อ่ง.....	38
ภาพประกอบ 28 สัดส่วนของตัวละครเชื่อมเส้น.....	38
ภาพประกอบ 29 เปลี่ยนรูปแบบตัวละคร.....	39
ภาพประกอบ 30 เปลี่ยนสัดส่วนสูงต่ำ.....	39
ภาพประกอบ 31 เปลี่ยนสัดส่วนกว้างยาว.....	40
ภาพประกอบ 32 รูปแบบตา.....	40
ภาพประกอบ 33 รูปแบบจมูก.....	41
ภาพประกอบ 34 รูปแบบปาก.....	42
ภาพประกอบ 35 คิ้วมง.....	44
ภาพประกอบ 36 โครงร่างคิ้วมง.....	45
ภาพประกอบ 37 Shinjoi-kun ชินโจคุง.....	46
ภาพประกอบ 38 ทสี่คิยะชิ วะตะรุ.....	47
ภาพประกอบ 39 น่องพุนสุ.....	48
ภาพประกอบ 40 กษาปองอับเฉา.....	49
ภาพประกอบ 41 หมุนกษาปองอับเฉา.....	50
ภาพประกอบ 42 หิมพานต์มาร์ชเมลโล่.....	50
ภาพประกอบ 43 ใครเป็นใครในหิมพานต์มาร์ชเมลโล่.....	51
ภาพประกอบ 44 fan art หิมพานต์มาร์ชเมลโล่.....	52

ภาพประกอบ 45 Model.....	54
ภาพประกอบ 46 Support Model.....	55
ภาพประกอบ 47 Print 3D Support Model.....	55
ภาพประกอบ 48 Modelที่ตัดSupport.....	55
ภาพประกอบ 49 การทำงานของ Double Action.....	57
ภาพประกอบ 50 Double Action Air Bush.....	58
ภาพประกอบ 51 แผงผังการดำเนินงานวิจัย.....	65
ภาพประกอบ 52 สเก็ตพระเจดีย์.....	74
ภาพประกอบ 53 สเก็ตมาสคอตพลาสติก.....	75
ภาพประกอบ 54 สเก็ตฟาร์มจระเข้.....	76
ภาพประกอบ 55 สเก็ตประเพณีรับบัว.....	78
ภาพประกอบ 56 ภาพสเก็ต 1 ฟาร์มฟาร์มจระเข้+โยนบัว.....	80
ภาพประกอบ 57 ภาพสเก็ต 2 พ่อค้า แม่ค้า + ตลาดน้ำ.....	82
ภาพประกอบ 58 ภาพสเก็ต 3 สถานตากอากาศบางปู +นกนางนวล + หอย.....	83
ภาพประกอบ 59 ภาพสเก็ต 4 ขนมาจาก.....	84
ภาพประกอบ 60 ภาพสเก็ต 5 พระเจดีย์กลางน้ำ.....	85
ภาพประกอบ 61 ภาพสเก็ต 6 พลาสติก.....	86
ภาพประกอบ 62 ภาพ มาสคอต “พี่เข้”.....	90
ภาพประกอบ 63 ภาพ มาสคอต “น้องจาก”.....	90
ภาพประกอบ 64 ภาพ มาสคอต “กลางน้ำ”.....	91
ภาพประกอบ 65 ภาพ มาสคอต “น้องบางปู”.....	91
ภาพประกอบ 66 ภาพ มาสคอต “เรื่อน้ำเข้”.....	91
ภาพประกอบ 67 ภาพ มาสคอต “เจ้าสลิด”.....	92



ภาพประกอบ 68 ชุดมาสคอตจากพิมพ์ 3D.....	94
ภาพประกอบ 69 กลุ่มมาสคอตออกท่องเที่ยว!.....	96
ภาพประกอบ 70 น่องบางปู สู้ บางปู(สถานตากอากาศบางปู) .....	96
ภาพประกอบ 71 กลางน้ำ กับ พระเจดีย์.....	97
ภาพประกอบ 72 เจ้าสลิค เลียนแบบจระเข้! (ฟาร์มจระเข้).....	97
ภาพประกอบ 73 พี่เข้ถูกกินแล้วว! (ฟาร์มจระเข้).....	98
ภาพประกอบ 74 กลางน้ำ สูง(ไม่)เกือบเท่า ชมเมือง (หอชมเมืองสมุทรปราการ) .....	98
ภาพประกอบ 75 พี่เข้ตัดต่อ .....	99
ภาพประกอบ 76 น่องจากตัดต่อ .....	99
ภาพประกอบ 77 พ่อค้า+เจ้าสลิคตัดต่อ .....	100
ภาพประกอบ 78 น่องบางปูตัดต่อ .....	100
ภาพประกอบ 79 กลางน้ำตัดต่อ 1 .....	101
ภาพประกอบ 80 น่องบางปูกับน่องจากตัดต่อ.....	101
ภาพประกอบ 81 กลางน้ำกลางสมุทร ตัดต่อ 2 .....	102

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

มนุษย์มีประวัติการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมาตั้งแต่สมัยโบราณ แม้ในอดีตจะมีวัตถุประสงค์หลักๆ เช่น เพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา การแสวงหาอาชีพใหม่ รวมถึงเรื่องสุขภาพและการรักษาพยาบาล แต่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงเป้าหมายไปจากเดิมอย่างมาก เนื่องจากสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตในสังคมยุคนี้ที่ทุกคนต้องเผชิญกับการแข่งขันในหลายๆ ด้าน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้คนต้องการเดินทางท่องเที่ยว แม้จะเป็นเพียงช่วงเวลาสั้นๆ เพื่อผ่อนคลายความกดดันและความตึงเครียดเหล่านั้น

แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 ตั้งแต่เดือนมกราคม – ธันวาคม 2563 ทำให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยหดตัวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะทำให้ ประเทศไทยต้องสูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศเป็นจำนวนมาก รัฐบาลจึงได้ออกมาตรการมาเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อให้ชาวไทยได้ท่องเที่ยวในประเทศเป็นการกระตุ้น เศรษฐกิจการท่องเที่ยว

จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่เริ่มเห็นสัญญาณบวกของการบริโภคจากภาคเอกชน การเบิกจ่าย และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่างๆ ของรัฐบาล และขณะที่ภาคการท่องเที่ยวฟื้นตัวจากตลาดการท่องเที่ยวในประเทศ และผลจากสภาพการระงับยาวส่งผลดีต่อทิศทางตลาดของนักท่องเที่ยวในปีต่อๆ มาจวบจนถึงปัจจุบัน 2567 มากยิ่งขึ้น (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

จังหวัดสมุทรปราการ หรือที่เรียกกันแรกเริ่มเดิมทีโดยทั่วไปว่า “เมืองปากน้ำ” เพราะตั้งอยู่ปากน้ำ เจ้าพระยาเป็นเมืองสำคัญทางประวัติศาสตร์ มาตั้งแต่โบราณเป็นเมืองหน้าด่านทางทะเลที่มีความสำคัญตลอดมาทุกยุคทุกสมัย “สมุทร” แปลว่า “ทะเล” และ “ปราการ” แปลว่า “กำแพง” สมุทรปราการจึงแปลว่า กำแพงชายทะเล หรือ กำแพงริมทะเล ซึ่งหมายถึงเป็นเมืองหน้าด่านชายทะเล หรือ ริมทะเลที่มีกำแพงมั่นคงแข็งแรงสำหรับปกกันข้าศึก ยับว่าเป็นการใช้ชื่อเมืองที่ถูกต้องและเหมาะสมตามความมุ่งหมายในการตั้งเมืองเป็นอย่างยิ่ง

ภาพจำของผู้คนส่วนใหญ่จะมองมาที่ตัวจังหวัดว่าเป็นแหล่งอุตสาหกรรมอันดับต้นๆ ของประเทศเนื่องด้วยโรงงานที่มีมากถึง 6814 แห่ง นับเป็นอันดับ หนึ่งในประเทศไทย จึงอาจไม่ได้ให้

ความสนใจกับการท่องเที่ยวมากนั้น หากแต่จังหวัดสมุทรปราการนั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลากหลายแหล่ง อาทิเช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เชิงศาสนา เชิงประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศ และ ประเพณีที่สำคัญ เนื่องจากพื้นที่ติดกับจังหวัดกรุงเทพมหานคร และ จังหวัดปริมณฑล ทั้งนี้ทั้งนั้น นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจสามารถเดินทางกลับเพียง 1 วันได้ จึงทำให้มีความสะดวกสบายในการเดินทาง การจราจร รวมเข้ากับ การที่รถไฟฟ้า และระบบจัดสรรการจราจรที่ดีขึ้นอีกในยุคปัจจุบัน การท่องเที่ยวแบบ One Day trip จึงมีศักยภาพในการท่องเที่ยวในพื้นที่นี้

เนื่องจากภาพลักษณ์จังหวัดที่เรียกว่า เมือง อุตสาหกรรม ผสมกับ ช่วงสถานการณ์โควิด 19 ที่ผ่านมา เรียกได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีผู้ติดเชือนับเป็นอันดับต้นๆของประเทศ เนื่องด้วยจำนวนโรงงาน และ ความแออัดของพื้นที่ มีโรงงานเยอะเยะ ทำให้ผู้คนไม่ได้ให้ความสนใจกับตัวจังหวัดนี้มากนักในเชิงด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนี้ ผสมกับ ความสำเร็จของตัวการ์ตูน “หิมพานต์ มาชเมลโล่” “กาซาปองอับเฉา” “น้องพูนสุข” มาสคอต สุดน่ารักของจังหวัดนครปฐม ที่ได้นำสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัด หรือ อุตสาหกรรมต่างๆประจำท้องถิ่นมาออกแบบ ดัดแปลง สร้างสรรค์ และเผยแพร่จนทำให้ผู้คนให้ความสนใจและตามสืบหา ถึงสิ่งเหล่านั้น เรียกได้ว่าประสบความสำเร็จเลยทีเดียว ทางผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะโปรโมทจังหวัดสมุทรปราการที่มีหลายอย่างที่ตัวผู้วิจัยมองว่าทางจังหวัดมีความสำคัญ ความน่าสนใจ ในการจะมาท่องเที่ยว พบเจอ หรือให้ความสำคัญแก่ผู้คน ผู้วิจัยจึงต้องการนำองค์ความรู้ในการออกแบบเพื่อที่จะสร้างสรรค์ ผลงานเชิงสุนทรีย์ะ ตามแนวทางของผู้วิจัยเพื่อแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ นำไปสู่การสร้างผลงานสร้างอาชีพในอนาคตสืบต่อไป

การนำอัตลักษณ์ของจังหวัดมาประยุกต์ใช้ในการท่องเที่ยวหรือการโปรโมทนั้นมีความสำคัญเกี่ยวกับสังคมที่กำลังเป็นอยู่เป็นอย่างมาก เนื่องจากสมัยนี้ในยุคสมัยใหม่ที่ทุกอย่างเจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วระว่างไว ทั้งในด้านเทคโนโลยี ความเป็นอยู่ หรือสิ่งต่างๆ ทำให้ข้อมูลต่างๆนั้นไหลไปได้อย่างรวดเร็ว หากเราลืมนึก หรือไม่สนใจอัตลักษณ์ หรือ เอกลักษณ์ของชุมชนที่มีอยู่ต่างๆ หากเราไม่หยิบนำมาต่อยอดหรือให้ความสนใจ สิ่งเหล่านั้นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ต่างๆที่มีความน่าสนใจนั้น อาจะหาย หรือ ถูกกลบไปด้วยสิ่งต่างๆ ที่ถาโถมเข้ามาในยุคสมัยนี้ได้ เรียกได้ว่า อาจะสูญเสียตัวตนอันสำคัญของชุมชน หรือจังหวัดนั้นๆ ที่ได้คงยืน หรือ สร้างขึ้นมาในหลายยุคช่วงคนหลายสมัยก่อนมาแล้วก็เสียได้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อออกแบบและพัฒนามาสคอตที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อนำมาสคอตของจังหวัดสมุทรปราการต่อยอดสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ

### ขอบเขตของการวิจัย

#### 1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชาชนจังหวัดสมุทรปราการ

#### 2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 100 คนอายุ 12-50 ปี ทั้งเพศชายและหญิง โดยใช้การคัดเลือกแบบสุ่ม

#### 3 ผู้เชี่ยวชาญ

กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในด้านสาขาที่เหมาะสม โดยคัดเลือกจากที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์จริง

#### 4 ขอบเขตผลงานสร้างสรรค์

มาสคอตที่แสดงเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ 1 ชุด ( 6 ชั้น )

การนำไปต่อยอดทางการโปรโมทต่างๆ

#### 5 ขอบเขตแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ

5.1 พิพิธภัณฑ์ : พิพิธภัณฑ์ทหารเรือ พิพิธภัณฑ์บ่อน้ำเค็มสมุทร พิพิธภัณฑ์เรือหลวงแม่กลอง พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ พิพิธภัณฑ์ปลากัด

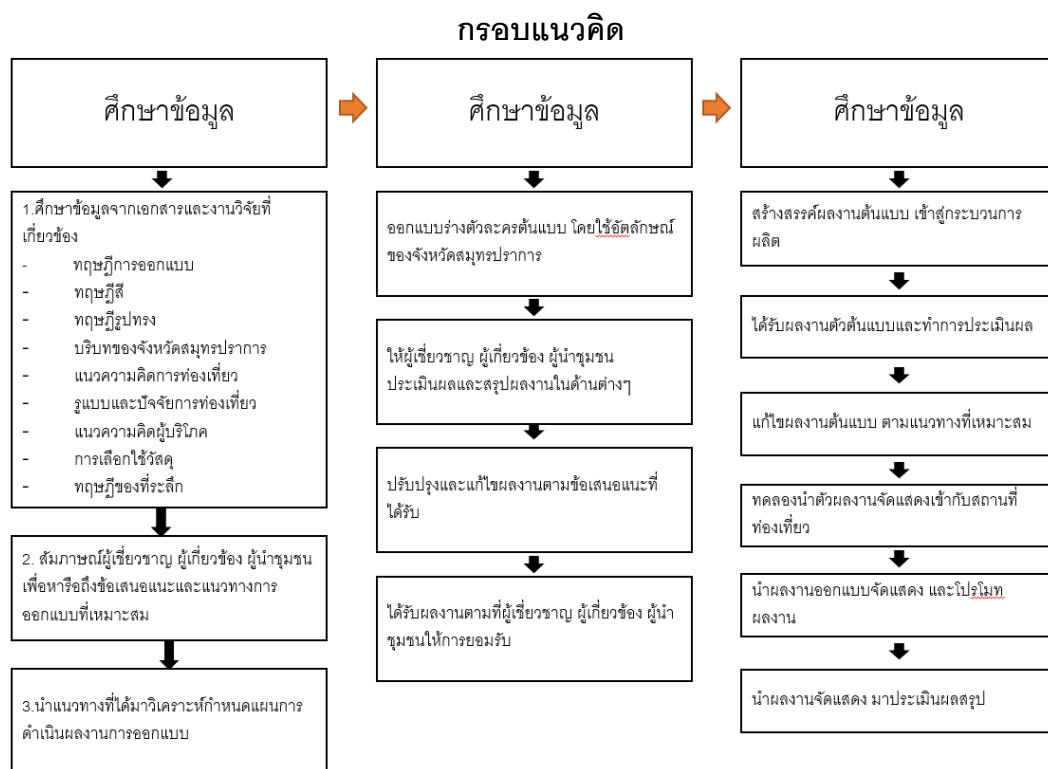
5.2 ตลาด : ตลาดน้ำโบราณ 100 ปี บางพลี ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

5.3 วัด : วัดโคศคาราม วัดพระสมุทรเจดีย์

5.4 อื่นๆ : ฟาร์มจระเข้ เมืองโบราณ สถานตากอากาศบางปู

5.5 สินค้า : ขนมเกร็ดดอกเจียก น้ำพริกตาแดงปลาสด ขนมจาก ปลาสดแห้งบางป่อ กุ้งเหยียด

5.6 ประเพณี : ประเพณีรับบัว ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ งานแห่เจ้าพ่อสำโรง สงกรานต์พระประแดง งานนมัสการพระเจดีย์กลางน้ำ



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**การส่งเสริมการท่องเที่ยว** หมายถึง การส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวให้มีความน่าเชื่อถือ เข้าเยี่ยมชม มีการประชาสัมพันธ์ อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ

**อัตลักษณ์จังหวัด** หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัวของจังหวัด ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะของจังหวัดนั้น เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปกับสากลหรือสังคมอื่นๆ เป็นลักษณะเฉพาะตัวที่เฉพาะ ที่สามารถต่อยอดออกมาเป็นมาสคอตได้

**มาสคอต** หมายถึง ตัวนำโชค หรือ การ์ตูนสัญลักษณ์ สิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตที่เป็นตัวแทนของสัญลักษณ์ ตัวแบรนด์ สินค้า องค์กร ในการนำเสนอสู่สาธารณชน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1 ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับความสนใจของประชาชนที่มีกับการท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ
- 2 ได้ชุดผลงานและสื่อที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัด
- 3 ได้โปรโมทถึงจังหวัดสมุทรปราการให้เป็นที่รู้จักกันถึงจังหวัดกันมากขึ้น

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

#### 1 จังหวัดสมุทรปราการ

- 1.1 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดสมุทรปราการ
- 1.2 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ
- 1.3 ประเพณีและวัฒนธรรมของสมุทรปราการ
- 1.4 ของดีของขึ้นชื่อประจำจังหวัด

#### 2 ความหมายของอัตลักษณ์

- 2.1 อัตลักษณ์
- 2.2 อัตลักษณ์ชุมชน
- 2.3 อัตลักษณ์การท่องเที่ยว

#### 3 ข้อมูลการท่องเที่ยว

- 3.1 ประเภทของการท่องเที่ยว
- 3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว
- 3.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค
- 3.4 เส้นทางท่องเที่ยว
- 3.5 การโปรโมทจังหวัด

#### 4 แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค

- 4.1 ลักษณะของการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 4.2 ทฤษฎี 6W1H
- 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก

#### 5 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการออกแบบมาสคอต

- 5.1 ทฤษฎีรูปทรงนิยม
- 5.2 แนวความคิดการออกแบบ
- 5.3 ความหมายของมาสคอต
- 5.4 ปัจจัยความสำเร็จของมาสคอต
- 5.5 วิเคราะห์ความสำเร็จของมาสคอต

## 6 การทำตัวโมเดล

### 6.1 การเลือกใช้วัสดุ

### 6.2 การทำตัวโมเดล

### 6.3 การลงสีตัวโมเดล

## 7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1 จังหวัดสมุทรปราการ

### 1.1 บริบทและประวัติความเป็นมาของจังหวัดสมุทรปราการ

จังหวัดสมุทรปราการ หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า "เมืองปากน้ำ" เป็นจังหวัดชายฝั่งทะเลที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์มาตั้งแต่โบราณ เนื่องจากตั้งอยู่บริเวณปากแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นเส้นทางสำคัญในการเดินเรือเพื่อขนส่งสินค้าและติดต่อค้าขาย จึงเป็นเมืองหน้าด่านที่ต้องมีความมั่นคงแข็งแรงเพื่อป้องกันข้าศึก ชื่อ "สมุทรปราการ" มีความหมายถึง กำแพงชายทะเลหรือ กำแพงริมทะเล ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งหมายในการตั้งเมืองให้เป็นเมืองหน้าด่านปากน้ำที่มีความมั่นคงปลอดภัย

ในอดีตบริเวณจังหวัดสมุทรปราการมีเมืองสำคัญอยู่หลายเมือง ได้แก่ เมืองพระประแดง ที่ขอมเคยตั้งขึ้นบริเวณคลองเตยในสมัยที่อาณาจักรขอมมีอำนาจปกครองลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา เมืองสมุทรปราการ ที่ตั้งขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา และเมืองนครเขื่อนขันธ์ ที่ตั้งเพิ่มเติมในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ต่อมาได้มีการรวมเมืองเหล่านี้เข้าไว้ด้วยกันจนเป็นจังหวัดสมุทรปราการในปัจจุบัน (สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ, 2015)

นอกจากนี้ สมุทรปราการยังเคยเป็นที่ตั้งของท่าเรือสำคัญที่ใช้ในการค้าขายกับชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวฮอลันดาที่ได้รับพระราชทานที่ดินบริเวณคลองบางปลากดให้ตั้งเป็นเมืองการค้าในสมัยกรุงศรีอยุธยา เรียกว่า "นิวอัมสเตอร์ดัม" (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2538, น. 67-68) และยังคงมีเส้นทางรถไฟสายแรกของประเทศไทยเชื่อมระหว่างกรุงเทพฯ กับสมุทรปราการอีกด้วย

กล่าวได้ว่า สมุทรปราการเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ และการปกครองของไทยมาตั้งแต่อดีต มีพัฒนาการจากการเป็นเมืองหน้าด่านปากน้ำที่สำคัญ จนกลายเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัยชานเมืองของกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน

## สัญลักษณ์ประจำจังหวัดสมุทรปราการ



ภาพประกอบ 2 ตราจังหวัดสมุทรปราการ

ที่มา: <https://www2.samutprakan.go.th/ข้อมูลทั่วไปของจังหวัด/>

### ตราประจำจังหวัดสมุทรปราการ

เป็นรูปพระสมุทรเจดีย์และพระอุโบสถที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปปางห้ามสมุทร **พระเจดีย์** หมายถึง พระสมุทรเจดีย์ที่สร้างอยู่กลางแม่น้ำ ภายในเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ และพระไตรปิฎก

**พระอุโบสถ** หมายถึง พระอุโบสถที่ประดิษฐานพระพุทธรูปยืนปางห้ามสมุทร **ที่ตั้งและอาณาเขต**

จังหวัดสมุทรปราการ ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของอ่าวไทยตอนบน ครอบคลุมพื้นที่ปากแม่น้ำเจ้าพระยาก่อนไหลลงสู่ทะเล โดยศูนย์กลางของจังหวัดอยู่ระหว่างเส้นละติจูดที่ 13 ถึง 14 องศาเหนือ และเส้นลองจิจูดที่ 100 ถึง 101 องศาตะวันออก ห่างจากใจกลางกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้เพียงราว 25 กิโลเมตร มีเนื้อที่โดยรวมประมาณ 1,004.1 ตารางกิโลเมตร หรือราว 627,563 ไร่ ซึ่งครอบคลุมแผ่นดินทั้งสองฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยาในช่วงสุดท้ายก่อนออกสู่อ่าว(สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ, 2015)

เมื่อพิจารณาอาณาเขตของจังหวัดนี้ จะพบว่าทิศเหนือมีพรมแดนติดต่อกับพื้นที่เขตราชบุรีบูรณะ และเขตพระโขนงของกรุงเทพมหานคร เป็นระยะทางยาวราว 55 กิโลเมตร ในขณะที่ทางด้านทิศใต้นั้นเป็นชายฝั่งติดกับอ่าวไทย ยาวประมาณ 45.2 กิโลเมตร ส่วนทิศตะวันออกมีอาณาเขตเชื่อมต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา ตลอดแนวยาว 42.6 กิโลเมตร ทางตะวันตกติดกับเขต



บางขุนเทียนของกรุงเทพมหานคร และบางส่วนของจังหวัดสมุทรสาคร รวมเป็นระยะทางราว 34.2 กิโลเมตร

ภูมิประเทศที่โอบล้อมด้วยพื้นน้ำและที่ราบลุ่มปากอ่าวเช่นนี้ ทำให้สมุทรปราการเปี่ยมด้วยความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทั้งบนบกและในทะเล เป็นแหล่งเพาะปลูกพืชนาชนิด รวมถึงการประมงชายฝั่ง ซึ่งหล่อเลี้ยงผู้คนในพื้นที่มาอย่างช้านาน นอกจากนี้ ที่ตั้งอันเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญทางเศรษฐกิจ ยังทำให้จังหวัดแห่งนี้เป็นศูนย์กลางด้านการค้า การลงทุน และอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศอีกด้วย (ศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดสมุทรปราการ, 2021)



ภาพประกอบ 3 แผนที่จังหวัด

ที่มา : [https://www.google.com/maps/place/Samut+Prakan/data=!4m2!3m1!1s0x30e2a18f2f065f59:0x4195afd5edd8fc0a?sa=X&ved=2ahUKEwjsg7j2gf\\_zAhWm\\_3MBHQnjCm4Q8gF6BAGXEAE](https://www.google.com/maps/place/Samut+Prakan/data=!4m2!3m1!1s0x30e2a18f2f065f59:0x4195afd5edd8fc0a?sa=X&ved=2ahUKEwjsg7j2gf_zAhWm_3MBHQnjCm4Q8gF6BAGXEAE)

## ประชากร

จังหวัดสมุทรปราการมีความหลากหลายของผู้คนที่อาศัยอยู่ โดยประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ อาทิ คนไทยพื้นเมือง ชาวมอญ มลายู ลาว และจีน ซึ่งต่างก็มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานในพื้นที่มาอย่างยาวนาน(สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ, 2015)

กลุ่มชาวมอญนับเป็นชุมชนดั้งเดิมขนาดใหญ่ที่เข้ามาสร้างเมืองหน้าด่านเพื่อป้องกันศึกทางทะเล โดยเฉพาะบริเวณอำเภอพระประแดง ก่อนจะขยายตัวไปยังอำเภอบางพลีและบางบ่อในเวลาต่อมา วิถีชีวิตดั้งเดิมของพวกเขาผูกพันกับการทำนาเป็นหลัก โดยมีวัดทรงธรรมและวัดคันลัดเป็นศูนย์กลางชุมชนที่น่าสนใจคือ จนถึงปัจจุบัน ชาวไทยเชื้อสายมอญเหล่านี้ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของตนเอาไว้ได้อย่างเหนียวแน่น

ในส่วนของกลุ่มชาวจีนนั้น พวกเขาเข้ามาตั้งรกรากและประกอบอาชีพค้าขายตามแนวแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณตัวเมืองสมุทรปราการและคลองสำโรง รวมถึงคลองสาขาต่างๆ โดยสร้างศาลเจ้าและเจดีย์ไม่เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ เช่น ศาลเจ้าแม่ทับทิม ศาลเจ้าพ่อบางพลีใหญ่ และศาลเจ้าตัวปูนเก่าแก่มาก ต่อมาเมื่อมีการขยายตัวของชุมชนเมือง ศาลเจ้าหลายแห่งจึงย้ายที่ตั้งมาอยู่ริมถนนแทน และบางส่วนมีการสร้างขึ้นใหม่โดยนักธุรกิจชาวจีนได้หันที่เข้ามาลงทุนอุตสาหกรรมในพื้นที่อีกด้วย

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มชาวลาวที่ถูกกวาดต้อนเข้ามาในช่วงสงคราม และตั้งถิ่นฐานอยู่แถบคลองมหาหงษ์ แต่ส่วนใหญ่ก็ทยอยย้ายกลับไปอยู่ที่นครนายกในเวลาต่อมา รวมถึงกลุ่มชาวมลายูมุสลิมที่เข้ามาทำการเกษตรและรับจ้างขุดคลองเพื่อการชลประทาน ก็นับเป็นส่วนหนึ่งของพลเมืองสมุทรปราการที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรมอย่างน่าสนใจ

ปัจจุบัน จากข้อมูลของ (สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการ, 2562) ในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนครัวเรือนในจังหวัดนี้ทั้งสิ้น 733,098 ครัวเรือน ในจำนวนนี้เป็นครัวเรือนเกษตรกร 11,304 ครัวเรือน ส่วนประชากรของจังหวัดมีทั้งหมด 1,310,766 คน เมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด หรือ GPP พบว่าสมุทรปราการมีมูลค่าทางเศรษฐกิจถึง 691,888 ล้านบาท ซึ่งเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศ และของภาคกลาง โดย 99.64% มาจากสาขานอกภาคเกษตร และ 0.36% มาจากภาคเกษตรกรรม ส่วนรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 28,712 บาทต่อครัวเรือนต่อเดือน

## 1.2 แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ

### 1.2.1 สถานตากอากาศบางปู



ภาพประกอบ 4 สถานตากอากาศบางปู

บางปู หรือ สถานตากอากาศบางปู เป็นสถานที่ท่องเที่ยวชายทะเลชื่อดังของไทยริมอ่าวไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2480 โดยนายกรัฐมนตรี จอมพลแปลก พิบูลสงคราม บนพื้นที่ 639 ไร่ สะพานสุขตาเป็นสัญลักษณ์สำคัญของที่นี่ ต่อมาได้สร้างศาลาสุโขทัยขึ้นปลายสะพาน ซึ่งปัจจุบันเป็นร้านอาหารและจุดนัดพบต้นลีลาศของผู้สูงอายุทุกเสาร์ 16.00 น. (Kapook, 2018)

บางปูตั้งอยู่ ถ.สุขุมวิท กม.37 ต.บางปูใหม่ อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ ใกล้กรุงเทพฯ จึงเป็นที่พักผ่อนยอดนิยมของหนุ่มสาวยุคก่อน พ.ศ. 2500 นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งดูนกขึ้นชื่อ โดยเฉพาะนกนางนวลกว่า 5,000 ตัวที่อพยพมาจากไซบีเรีย ต้นหนาวทุกปี และมีนกอีกกว่า 200 สายพันธุ์อาศัยอยู่ที่นี่

### 1.2.2 ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง



ภาพประกอบ 5 ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

(aumimnarakkawtai, 2014) ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีพื้นที่สีเขียวรูปร่างคล้ายกระเพาะหมูหรือแอกวู เรียกว่า "คุ้งกระเพาะหมู" เป็นเขตเกษตรกรรม ปลอดภัยไร้สารพิษกว่า 11,819 ไร่ ล้อมรอบด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งอนุรักษ์มาตั้งแต่ปี 2520 ทำให้เป็นแหล่งผลิตอากาศบริสุทธิ์ให้ชาวสมุทรปราการและกรุงเทพฯ ช่วยกรองฝุ่นและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ส่งผลให้มีพืชพันธุ์ สัตว์ป่า และแมลงนานาชนิดอาศัยอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์

ชาวบ้านและ ค.ศ.บางน้ำผึ้งได้ร่วมมือฟื้นฟูวิถีชีวิตดั้งเดิมและสร้าง "ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง" ขึ้นมาเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าชุมชน กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวใกล้กรุงแห่งใหม่ของจังหวัด มีสินค้าหลากหลายทั้งอาหาร ของใช้ และของฝาก จัดเรียงเป็นขุมยาวกว่า 2 กม. ตามคลองสาขาจากแม่น้ำเจ้าพระยาเข้าสู่พื้นที่เกษตร มีการจำหน่ายต้นไม้ ปลูกสวยงาม ผลผลิตการเกษตรท้องถิ่น เช่น มะพร้าวอ่อน มะม่วงน้ำดอกไม้ กัวยหอม ชมพู่มะเมีย ขนมหวานพื้นบ้านฝีมือชาวบ้าน เช่น ขนมห้วย ขนมหัก ฝอยเงิน หมี่กรอบโบราณ อาหารคาวอย่าง กัวยเตี๋ยวลุยสวน ห่อ

หมกหมู หอยทอดในถาดขนมครก ไก่สะเต๊ะ น้ำพริก และผักเคียงนานาชนิด รวมถึงผักดองที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแปรรูป

### 1.2.3 ฟาร์มจระเข้



ภาพประกอบ 6 ฟาร์มจระเข้



ภาพประกอบ 8 จระเข้

ฟาร์มจระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ ตั้งอยู่เลขที่ 555 หมู่ 7 ถ.ท้ายบ้าน ต.ท้ายบ้าน ห่างจากตัวเมืองราว 4 กม. หรือเข้าทางถนน.สุขุมวิทสายเก่า ทางเทศบาลบางปูซอย 46 ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2493 เป็นแหล่งเพาะเลี้ยงจระเข้กว่า 60,000 ตัว มีการแสดงโชว์จระเข้ทุกชั่วโมง รวมถึงการแสดงของช้างแสนรู้ มีเสือ ลิงชิมแปนซี อูฐ และนกชนิดต่างๆ ให้ชม นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์จัดแสดงกระดูกและหุ่นจำลองไดโนเสาร์ พร้อมการนำเสนอมัลติมีเดียเรื่องมนุษย์และสัตว์ดึกดำบรรพ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2011)

โดยล่าสุด ฟาร์มจะเข้ สมุทรปราการ กลับมาเปิดให้บริการใหม่อีกรอบหลังจาก ผ่านสถานการณ์โควิด19 ที่ผ่านมา โดยทำการเปิดรับนักท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2567 พร้อมทั้งดำเนินการปรับปรุงสถานที่แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของฟาร์มจะเข้แห่งนี้

ฟาร์มจะเข้แห่งนี้เปิดทุกวัน 08.00-18.00 น. ค่าเข้าชมสำหรับคนไทย ผู้ใหญ่ 80 บาท เด็ก 40 บาท ส่วนชาวต่างชาติ ผู้ใหญ่ 300 บาท เด็ก 200 บาท กรณีต้องการเข้าชมเป็นหมู่คณะ หรือขอวิทยากร ควรทำหนังสือติดต่อล่วงหน้าไปยังฟาร์มจะเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ โทร. 0 2703 4891 การเดินทางนอกจากรถส่วนตัวแล้ว สามารถนั่งรถโดยสารปรับอากาศสาย 142, 511, 536 ไปลงที่ฟาร์มได้

#### 1.2.4. พระสมุทรเจดีย์



ภาพประกอบ 7 พระสมุทรเจดีย์

ที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/วัดพระสมุทรเจดีย์>

วัดพระสมุทรเจดีย์ตั้งอยู่หมู่ 3 บ้านเจดีย์ ต.ปากคลองบางปลากด อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ ตรงข้ามศาลากลางจังหวัด เป็นสถานที่เคารพสักการะและสัญลักษณ์ประจำจังหวัด มักถูกเรียกว่า "พระเจดีย์กลางน้ำ" เพราะเดิมที่ตั้งเป็นเกาะกลางแม่น้ำก่อนที่ตลิ่งจะงอกเชื่อมติด

สมุทรปราการเป็นเมืองสมัยอยุธยา โดยตัวเมืองเดิมอยู่แถวอำเภอพระประแดง เรียกว่า "เมืองพระประแดง" เป็นที่พักของพ่อค้าต่างชาติที่มาค้าขายกับไทย มีบ่อนปราการมั่นคงตามแนวชายฝั่ง ต่อมาสมัยธนบุรี สมเด็จพระเจ้าตากสินฯ ทรงให้รื้อกำแพงเมืองพระประแดงออก

ในปี พ.ศ.2362 รัชกาลที่ 2 ทรงเห็นว่าพื้นที่ดังกล่าวอาจเป็นช่องทางให้ข้าศึกยกทัพมาได้ จึงโปรดฯ ให้สร้างเมืองสมุทรปราการขึ้นที่ตำบลปากน้ำ พร้อมบ่อนปราการ 6 แห่งสองฟากแม่น้ำ

ระหว่างสร้างเมือง พระองค์ได้เสด็จทอดพระเนตรหลายครั้ง และทรงสร้างเจดีย์ที่เกาะกลางน้ำ นามว่า "พระสมุทรเจดีย์" แต่ยังไม่ทันสำเร็จก็เสด็จสวรรคต รัชกาลที่ 3 จึงทรงสานต่อจนแล้วเสร็จ และสร้างป้อมเพิ่มอีก 3 แห่ง

ปี พ.ศ.2402 รัชกาลที่ 5 ทรงปฏิสังขรณ์พระสมุทรเจดีย์ให้สูงขึ้นและโปรดฯ ให้สร้างป้อมชายทะเลเพิ่ม ชื่อ "ป้อมพระจุลจอมเกล้า" ปัจจุบันป้อมโบราณส่วนใหญ่ปรักหักพังไปแล้ว เหลือเพียงป้อมผีเสื้อสมุทรและป้อมพระจุลจอมเกล้า นอกจากนี้ ที่บ้านสาขลา ต.นาเกลือ อ.พระสมุทรเจดีย์ ยังมีชุมชนประมงเก่าแก่ที่อาศัยมาหลายชั่วอายุคน(วิกิพีเดีย, 2563)

### 1.2.5 หอชมเมืองสมุทรปราการ



ภาพประกอบ 8 หอชมเมืองสมุทรปราการ

หอชมเมืองสมุทรปราการ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและจุดชมวิวที่น่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดสมุทรปราการ ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองสมุทรปราการ บริเวณศาลากลางจังหวัดหลังเก่า ใกล้กับแม่น้ำเจ้าพระยา

หอชมเมืองแห่งนี้มีลักษณะเป็นอาคารทรงสูง สร้างขึ้นเพื่อเป็นจุดชมวิว สามารถมองเห็นทัศนียภาพโดยรอบของเมืองสมุทรปราการได้แบบ 360 องศา ไม่ว่าจะเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา สะพานภูมิพล 1 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และตัวเมืองสมุทรปราการ ในยามค่ำคืนจะสามารถเห็นวิวไฟระยิบระยับอย่างสวยงาม

ภายในหอชมเมืองมีพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของสมุทรปราการ มีการนำเสนอผ่านภาพ บอร์ดนิทรรศการ และสื่อมัลติมีเดียที่ทันสมัย ช่วยให้ผู้มาเยือนได้เรียนรู้เกี่ยวกับจังหวัดสมุทรปราการอย่างครบถ้วน

จุดเด่นของหอชมเมืองสมุทรปราการ คือการเป็นจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นความงดงามของเมืองได้รอบด้าน รวมถึงการมีพิพิธภัณฑ์จัดแสดงเรื่องราวของจังหวัดไว้อย่างน่าสนใจ จึงเป็นสถานที่เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการสัมผัสเสน่ห์ของเมืองสมุทรปราการ ทั้งในมุมสูงเพื่อตีความกับวิวทิวทัศน์ และการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตผ่านการชมนิทรรศการ นับเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางที่ไม่ควรพลาดเมื่อมาเยือนสมุทรปราการ(Thailand, 2567)

หอชมเมืองสมุทรปราการ มีนิทรรศการ "ร้อยเป็นร้อย เมืองปากน้ำ" ที่ชั้น 2 และ 3 ซึ่งนำเสนอเรื่องราวของเมืองปากน้ำผ่านสื่อ Interactive ทั้งหมด 6 โซน ได้แก่

โซนที่ 1 ปากน้ำเมื่อนานมา: ผู้เข้าชมจะได้นั่ง Ship Time Machine Simulator ย้อนเวลากลับไปสัมผัสเมืองปากน้ำในอดีตที่เคยเป็นเมืองท่าและด่านหน้าสำคัญของประเทศ

โซนที่ 2 เข้าท่าเมืองหน้าด่าน: จำลองบรรยากาศย่านการค้าสำคัญของเมืองปากน้ำ ได้แก่ ย่านคลังสินค้านิวส์อิมเตอร์มของชาวฮอลันดาและสถานีการค้าปากคลองบางปลากด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็เมืองท่าค้าขายที่คึกคักในอดีต

โซนที่ 3 ปรากฏเป็นปรากฏ: นำเสนอความเป็นเมืองป้อมปราการที่มีผู้คนจากหลายเชื้อชาติอาศัยอยู่ เช่น ชาวมอญ ชาวมุสลิม ชาวจีน พร้อมจัดแสดงโมเดลองค์พระสมุทรเจดีย์ที่ผ้าให้เห็นองค์เจดีย์ดั้งเดิมภายใน ซึ่งเป็นไฮไลท์ของโซนนี้

โซนที่ 4 ปรากฏป้องกันแผ่นดิน: ผู้ชมจะได้สัมผัสประสบการณ์การต่อสู้กับเรือรบฝรั่งเศสในวิกฤตการณ์ ร.ศ.112 ผ่านเทคนิคการจำลองเสมือนจริง พร้อมชมวิวัฒนาการของเมืองปากน้ำในฐานะด่านหน้าสำคัญของสยาม โดยเฉพาะการสร้างทางรถไฟสายปากน้ำ

โซนที่ 5 หน้าด่านสานเศรษฐกิจ: นำเสนอภาพเมืองเศรษฐกิจสีเขียวผ่านภาคเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และภาคอุตสาหกรรม รวมถึงบทบาทการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์สัมผัสเรื่องราวของเมืองผ่านจอภาพในต้นโพทะเล และลองเล่นเกมขนส่งสินค้าจำลอง

โซนที่ 6 มอง(กาล)ไกลไปหน้าด่าน: พาเดินชมวิวเมืองผ่านทางเดินกระจก Sky Walk พร้อมชมผังเมืองจำลองขนาดใหญ่ ลองนั่งกระเช้าข้ามแม่น้ำจากปากน้ำไปพระสมุทรเจดีย์ และสัมผัสสภาพอนาคตของสมุทรปราการในมุมมองต่างๆ

นับเป็นนิทรรศการที่ผสมผสานเทคโนโลยีการนำเสนอสมัยใหม่กับการบอกเล่าเรื่องราวในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของเมืองปากน้ำได้อย่างน่าสนใจ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการรู้จักสมุทรปราการในทุกแง่มุม

**ชั้น 25 พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการ "ร้อยเป็นร้อย เมืองปากน้ำ"**

ห้องจัดแสดงที่ 1 เรื่องเที่ยวเรื่องใหญ่

- ห้องจัดแสดงที่ 2 เรื่องของวิชาชีพ
- ห้องจัดแสดงที่ 3 เรื่องในกระเพาะหมู
- ห้องจัดแสดงที่ 4 เรื่องราวของโรคเรื้อน
- ห้องจัดแสดงที่ 5 เรื่องทางใจ
- ห้องจัดแสดงที่ 6 เรื่องเล่าเกี่ยวกับน้ำ
- ห้องจัดแสดงที่ 7 ชัตติยะประการ:

### 1.3 ประเพณีและวัฒนธรรมของสมุทรปราการ

#### 1.3.1 ประเพณีรับบัว



ภาพประกอบ 9 ประเพณีรับบัว

ที่มา : <https://sites.google.com/site/angkana47013/phakh-klang/prapheni-rab-baw-yon>

ประเพณีรับบัวเป็นขนบธรรมเนียมดั้งเดิมที่สืบทอดมาแต่โบราณของชาวอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จัดขึ้นในวันขึ้น 14 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี ในอดีต อำเภอบางพลีประกอบด้วยผู้คน 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ คนไทย คนลาว และคนรามัญหรือชาวมอญพระประแดง ซึ่งอาศัยและประกอบอาชีพร่วมกันอย่างสงบสุข (ธนสถิตย์, 2560)

ประเพณีรับบัวเกิดจากไมตรีจิตที่ติระหว่างชาวบ้านกับคนมอญพระประแดงที่ทำนาที่ตำบลบางแก้ว ซึ่งในช่วงออกพรรษาจะกลับไปทำบุญที่อำเภพระประแดง และเก็บดอกบัวมาบูชาพระหรือถวายพระสงฆ์พร้อมทั้งฝากเพื่อนบ้าน ปีต่อมา ชาวอำเภเมืองและพระประแดงจึงร่วมกันพายเรือไปเก็บดอกบัวที่อำเภอบางพลี และไปนมัสการหลวงพ่โตที่นั่นด้วย เนื่องจากระยะ



ทางไกล เพื่อความบันเทิง เรือแต่ละลำจึงร้องรำทำเพลงไปตลอดทาง ส่วนการแห่หลวงพ่โตทางน้ำในปัจจุบัน เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2467 เมื่อนางจันและชาวบางพลีร่วมสร้างปฐมเจดีย์ที่วัดบางพลีใหญ่ใน และฉลองด้วยการแห่ผ้าห่มองค์พระ ต่อมาจึงพัฒนามาเป็นการแห่องค์หลวงพ่โตจำลองตามลำคลองสำโรง เพื่อให้ประชาชนได้กราบไหว้บูชาด้วยดอกบัว

#### 1.4 ของดีของขึ้นชื่อประจำจังหวัด

##### 1.4.1 ปลาสดิบางบ่อ



ภาพประกอบ 10 ปลาสดิบางบ่อ

ปลาสดิบางบ่อถือเป็นสินค้าเกษตรสำคัญของจังหวัดสมุทรปราการ โดยส่วนใหญ่เพาะเลี้ยงในพื้นที่อำเภอบางบ่อและบางพลี จนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย แม้ปัจจุบันจะมีปลาสดิบางบ่อจากแหล่งอื่นวางขายด้วย แต่คำว่า "ปลาสดิบางบ่อ" ก็ยังคงเป็นที่นิยมและจดจำของผู้บริโภค (พชรมน พ่วงแพ, 2557)

เมื่อกล่าวถึงปลาสดิบางบ่อในบริบทของของฝาก มักหมายถึงปลาสดิบางบ่อแปรรูปเป็นปลาแห้งหรือปลาเค็ม โดยไม่ค่อยพูดถึงปลาสดิบางบ่อ เพราะเนื่องจากปลาสดิบางบ่อส่วนใหญ่จะถูกนำไปแปรรูปจนหมด ปลาสดิบางบ่อที่วางขายจะเป็นปลาทั้งตัวไม่มีหัว ไม่มีเกล็ด แต่ยังเหลือครีบหลังและหางไว้ มีสีส้มสดคล้ายบนตัวปลา ลักษณะแบนราบ ขนาดพอดีฝ่ามือ หากนำมาทอดจะมีรสชาติเค็ม เหมาะจะรับประทาน

#### 1.4.2 ขนมจาก



ภาพประกอบ 11 ขนมจาก

ที่มา: <https://www.facebook.com/9-Wondersโครงการเสริมสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสมุทรปราการ-543012422487229/photos/pcb.553159541472517/553159411472530/>

ขนมจากเป็นขนมพื้นบ้านที่มีถิ่นกำเนิดในพื้นที่ชายฝั่งทะเลของจังหวัดสมุทรปราการและบริเวณใกล้เคียง โดยมีส่วนผสมหลักคือแป้งข้าวเหนียว ซึ่งนิยมใช้ข้าวเหนียวดำ ผสมกับมะพร้าว ชูดหยาบ น้ำตาลมะพร้าว และเกลือเล็กน้อย จากนั้นนำส่วนผสมมาทอดด้วยใบจากสดที่เก็บจากต้นจาก ซึ่งเป็นพืชตระกูลปาล์มที่ขึ้นอยู่ตามป่าชายเลนและริมน้ำเค็ม แล้วนำไปย่างไฟอ่อนๆ จนสุก คล้ายกับวิธีการเผาข้าวหลาม แต่ใช้ความร้อนที่น้อยกว่า (yengo, 2014)

ในอดีต ขนมจากเคยเป็นของฝากขึ้นชื่อที่หาซื้อได้ทั่วไปในย่านปากน้ำ แม้จะราคาเพียงไม่กี่บาท โดยเฉพาะขนมจากจากร้านลิ้มดำรงคดีที่สืบทอดต่อกันมานานนับศตวรรษ ตั้งอยู่ริมถนนศรีสมุทร ใกล้ท่าเรือข้ามฟากไปพระสมุทรเจดีย์ แต่ปัจจุบันเหลือร้านขนมจากในจังหวัดนี้เพียงร้านเดียวเท่านั้น

ชื่อเสียงของขนมจากในอดีตนั้นโด่งดังมาก จนมีคำกล่าวติดปากว่าใครได้ไปเยือนปากน้ำแล้วไม่ซื้อขนมจากกลับไป ก็เหมือนยังไม่ได้ไปถึงปากน้ำจริงๆ แต่เมื่อกาลเวลาผ่านไป ความเจริญเข้ามาพร้อมการปรับเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐาน มีการสร้างถนนใหม่เพื่อแก้ปัญหาจราจร ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและการค้าขายแบบดั้งเดิม รวมทั้งร้านขนมจากด้วย อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นำสูตรขนมจากไปดัดแปลงเป็นของฝากนักท่องเที่ยว ทำให้ร้านขนมจากแบบดั้งเดิมใน

ปากน้ำต้องปิดตัวลงเกือบทั้งหมด การหาซื้อขนมจากต้นตำรับในวันนี้จึงไม่ใช่เรื่องง่ายเหมือนในอดีต แต่ก็ยังเป็นขนมที่ชวนให้รำลึกถึงรสชาติความอร่อยและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมมาจนถึงปัจจุบัน

## 2. ความหมายของอัตลักษณ์

### 2.1 อัตลักษณ์

ตามรากศัพท์ในภาษากรีก อังกฤษ

ลักษณะ (Character) หมายถึง เครื่องหมายที่บอกความแตกต่าง

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายของอัตลักษณ์ที่ครอบคลุม ดังนี้

คุณภาพ ลักษณะ คุณสมบัติหรือลักษณะเฉพาะที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

คุณสมบัติทางศีลธรรม หมายถึง การจัดระเบียบลักษณะ ทศนคติและนิสัยให้เป็นที่ไปตามมาตรฐานความประพฤติที่มุ่งประสงค์

ระบบชีวิตของบุคคล ประกอบด้วยเหตุจูงใจ ทศนคติ นิสัย อารมณ์ อุดมคติ และคุณค่าอันเป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกปฏิบัติในสถานการณ์ต่างๆ

อัตลักษณ์เป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของบุคคลหรือสิ่งของนั้นๆ เป็นสำนึกภายในที่บ่งบอกว่า "เรา" คือใคร มีลักษณะนิสัย วิถีชีวิต ความเชื่อ และพฤติกรรมอย่างไร โดยอัตลักษณ์สามารถมีหลายด้านประกอบกันได้ ทั้งอัตลักษณ์ส่วนบุคคลผ่านเพศสถานะ และบทบาททางสังคม รวมไปถึงอัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมที่สะท้อนออกมาผ่านสัญลักษณ์ ขนบประเพณี เรื่องเล่า และประวัติศาสตร์

ในแง่จิตวิทยา อัตลักษณ์หมายถึงกลุ่มของลักษณะนิสัย (Traits) ที่สะท้อนให้เห็นความแตกต่างระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่น ใกล้เคียงกับความเป็นปัจเจกบุคคล แต่มักเน้นในเชิงลักษณะนิสัยที่มีความสำคัญในเชิงสังคมและมีมิติด้านศีลธรรมประกอบด้วย

ลักษณะนิสัย หมายถึง รูปแบบพฤติกรรมหรือมิติต่างๆของบุคลิกภาพที่มีความสม่ำเสมอและคงทนของบุคคล ปรากฏในสถานการณ์ต่างๆ เช่น ความซื่อสัตย์ การรุกราน เป็นต้น ซึ่ง Guilford แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ความสนใจ ความต้องการ ทศนคติ ความถนัด อารมณ์ นิสัย และลักษณะทางกายภาพ

## 2.2 อัตลักษณ์ชุมชน

ความหมายของอัตลักษณ์ชุมชน (Community Identity) หมายความว่า หมายถึง รากเหง้าหรือวัฒนธรรมทางสังคมที่ถูกหล่อหลอมให้เกิดขึ้นมาและใช้เป็นภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณี ในการปฏิบัติของชุมชนนั้นๆ ซึ่งมีความโดดเด่นหรือความแตกต่างจากขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนอื่น กลายเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มชุมชนนั้น

อัตลักษณ์ชุมชนจึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นตัวตนและลักษณะเฉพาะของชุมชน ที่เกิดจากการสั่งสมและสืบทอดวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่นจนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนนั้น อัตลักษณ์ชุมชนจะแสดงให้เห็นถึงรากเหง้าทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีการปฏิบัติสืบทอดกันมาจนเป็นแบบแผนเฉพาะของแต่ละชุมชน ซึ่งมีความแตกต่างจากอัตลักษณ์ของชุมชนอื่นๆ(พงษ์นาค, 2557)

การศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนจึงเป็นการทำความเข้าใจลักษณะเฉพาะ ความ เป็นมา รากเหง้าทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงความเป็นตัวตน เอกลักษณ์ ขนบธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้าง และการธำรงค์ อัตลักษณ์ของชุมชนนั้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาชุมชนในบริบทต่างๆ ได้อย่างเข้าใจถ่องแท้

## 2.3 อัตลักษณ์การท่องเที่ยว

อัตลักษณ์การท่องเที่ยว (Tourism Identity) เป็นคุณลักษณะหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นและแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากการหลอมรวมของมิติทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และวิถีชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์ของผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ อัตลักษณ์การท่องเที่ยวจะสะท้อนผ่านสิ่งต่างๆ เช่น สถาปัตยกรรม ศิลปะ ประเพณี เทศกาล อาหาร การแต่งกาย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น

อัตลักษณ์การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยสร้างความแตกต่าง ความน่าสนใจ และจุดขายที่โดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าประทับใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน จึงกล่าวได้ว่า อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างมูลค่าและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

การสร้าง อัตลักษณ์ให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถทำได้หลากหลายวิธี เช่น การนำเสนอเรื่องราวหรือตำนานที่น่าสนใจของสถานที่นั้นผ่านการเล่าเรื่อง (Story telling) การออกแบบและ

พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับ อัตลักษณ์ เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม การสาธิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ นอกจากนี้การสร้างภาพลักษณ์ผ่าน การตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารเอกลักษณ์อันโดดเด่นก็มีความสำคัญต่อการดึงดูด ความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป้าหมาย(Chamnian1, 2019)

อีกปัจจัยสำคัญในการสร้างและรักษา อัตลักษณ์ให้แหล่งท่องเที่ยวคือการมีส่วนร่วมของ ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของและผู้สืบทอดวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตดั้งเดิมในพื้นที่ การ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการร่วมอนุรักษ์ ฟื้นฟู และนำเสนอคุณค่าของมรดกทาง วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติผ่านการท่องเที่ยว จะช่วยให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนที่สร้างรายได้ให้ท้องถิ่น พร้อมทั้งรักษาคุณค่าและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของคนใน ชุมชนไปพร้อมกัน

กล่าวโดยสรุป อัตลักษณ์การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะที่เป็นหัวใจ สำคัญในการสร้างเสน่ห์ ความโดดเด่น และมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกื้อหนุนต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ สร้าง รายได้และความภาคภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่า ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอีกด้วย

### 3. ข้อมูลการท่องเที่ยว

#### 3.1 ประเภทของนักท่องเที่ยว

การจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้ (ขวัญเมือง, 2011)

##### 3.1.1 แบ่งตามลักษณะการจัดการเดินทาง ได้แก่

Mass Tourists คือกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางในรายการเดียวกัน พัก โรงแรมระดับเดียวกัน ทำกิจกรรมคล้ายกัน

Eco Tourists คือผู้ที่เดินทางโดยมุ่งรักษาสภาพแวดล้อมของระบบนิเวศน์

##### 3.1.2 แบ่งตามขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยว

Group Tour หรือ Escort Tour คือการเดินทางเป็นหมู่คณะ

Independent Tour คือการเดินทางส่วนบุคคล

##### 3.1.3 แบ่งตามจุดประสงค์หลักในการเดินทาง เช่น

เพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด

เพื่อสัมผัสวัฒนธรรม ศาสนา

เพื่อการศึกษา ดูงาน ทำวิจัย

เพื่อชมและแข่งขันกีฬา หรือทำกิจกรรมนันทนาการ

เพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

เพื่อทำงานตามความสนใจ/งานอดิเรก

เพื่อเยี่ยมชมเยียนญาติมิตรในต่างแดน

เพื่อติดต่อธุรกิจแต่แบ่งเวลาบางส่วนมาท่องเที่ยว

3.1.4 แบ่งตามรูปแบบการเดินทาง ได้แก่ Package Tour, Inclusive Tour, Incentive Tour และ Charter Tour

3.1.5 แบ่งตามอายุของนักท่องเที่ยว เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงอายุ เป็นต้น

3.1.6 แบ่งตามเพศ คือ หญิงหรือชาย

3.1.7 แบ่งตามระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น กลุ่มรายได้สูง รายได้ปานกลาง เป็นต้น

3.1.8 แบ่งตามประสบการณ์และบทบาทในการท่องเที่ยว ได้แก่ The organized mass tourists, The individual mass tourists, The explorer และ The drifter

3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว

มักเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจซึ่งเป็นสิ่งกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยอาศัยแนวคิดทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา(ขวัญเมือง, 2011)ดังนี้

แรงจูงใจทางจิตวิทยา คือ ความต้องการภายในของนักท่องเที่ยว เช่น ความปรารถนาที่จะสัมผัสธรรมชาติ พักผ่อน ผจญภัย หรือทำกิจกรรมที่ตนเองสนใจ

ส่วนแรงจูงใจทางสังคมวิทยา คือ ปัจจัยภายนอกที่มากระตุ้น เช่น ความต้องการเป็นที่ยอมรับ มีหน้ามีตาทางสังคม ดูทันสมัย หรือมีภาพลักษณ์ที่ดี

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่นิยมนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น

1.ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ที่ระบุว่ามนุษย์มีความต้องการเรียงจากขั้นพื้นฐานไปจนถึงความต้องการระดับสูงสุด ตั้งแต่ความต้องการทางสรีระ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ต้องการการยอมรับทางสังคม ต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิต

2.แนวคิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวตาม Pearce และคณะ ที่สรุป 10 แรงจูงใจหลักๆ ได้แก่ ต้องการสัมผัสสิ่งแวดล้อมใหม่, ต้องการพบปะผู้คนท้องถิ่น, ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม

ท้องถิ่น, ต้องการยกระดับความสัมพันธ์ในครอบครัว, ต้องการพักผ่อนในที่สบาย, ต้องการทำกิจกรรมที่สนุกสนาน, ต้องการดูแลสุขภาพ, ต้องการความปลอดภัย, ต้องการการยอมรับทางสังคม และต้องการให้รางวัลกับตัวเอง

แรงจูงใจและความต้องการเหล่านี้จะผลักดันให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง และส่งผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทาง กิจกรรม และรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจึงมีประโยชน์ต่อการวิเคราะห์พฤติกรรม การแบ่งส่วนตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย โดยควรพิจารณาทั้งแรงจูงใจภายในและภายนอกควบคู่กันไป

### 3.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ย่อมได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถจำแนกปัจจัยหลักๆ ได้ดังนี้

#### 3.3.1 ปัจจัยทางกายภาพ

3.3.1.1 ลักษณะทางธรณีวิทยาและภูมิประเทศ สภาพภูมิประเทศและโครงสร้างทางธรณีวิทยาของพื้นที่ท่องเที่ยว มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอจากกระบวนการทางธรณีวิทยา ทั้งจากแรงภายในโลกที่ทำให้เกิดภูเขา ภูเขาไฟ และจากแรงภายนอกบนผิวโลกอย่างลมที่พัดพาตะกอนมาสะสมกันจนเกิดเป็นเนินทราย เป็นต้น ความแตกต่างหลากหลายของภูมิประเทศนี้เป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากมาสัมผัสความงดงามทางธรรมชาติ

3.3.1.2 ลักษณะภูมิอากาศ ความแตกต่างของภูมิอากาศในแต่ละพื้นที่ ทั้งอุณหภูมิ ปริมาณน้ำฝน ความชื้น ก็ส่งผลให้เกิดทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงามแปลกตาแตกต่างกันออกไป สภาพอากาศจึงเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายปลายทาง

3.3.2 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมวิถีชีวิต ประเพณี ความเชื่อ ศิลปะ และค่านิยมของคนในแต่ละสังคม ที่สืบทอดและปรับเปลี่ยนไปตามกาลเวลา ล้วนเป็นเสน่ห์ทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างถิ่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะนำไปสู่การเรียนรู้ เข้าใจ และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน สร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ขยายโลกทัศน์ อันจะมีผลทั้งในแง่บวกและลบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงหรือกลายเป็นวัฒนธรรมผสมผสานขึ้นมาได้ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2558)

ปัจจัยทั้งด้านกายภาพและด้านสังคมวัฒนธรรมจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการผลักดันและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น แต่ละภูมิภาค ให้เกิดความแตกต่าง โดดเด่น

และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสและสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

#### 3.4 เส้นทางการท่องเที่ยว

เป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและจุดที่น่าสนใจต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก ปลอดภัย และได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการ ได้แก่

1 ความนิยมของเส้นทางในหมู่นักท่องเที่ยว ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาและกระแสนิยม

2 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทาง

3 ความหลากหลายของจุดดึงดูดใจที่สามารถตอบสนองของความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกเพศ วัย และระดับรายได้

4 ระยะทางของเส้นทางและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว

5 สภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง

นอกจากการกำหนดเส้นทางเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางกรณีอาจใช้เส้นทางสัญจรปกติของคนท้องถิ่นร่วมด้วย โดยเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวสำคัญเข้าเป็นโครงข่ายที่ชัดเจนเพียงพอ และใช้งานได้จริง ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยว ผู้มาเยือน หรือแม้แต่ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่สามารถสัญจรไปยังส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญได้อย่างสะดวก (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2558)

#### 3.5 การโปรโมทจังหวัด

การโปรโมทจังหวัดเป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนพื้นที่ การโปรโมทที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) ที่ผสมผสานเครื่องมือสื่อสารหลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างการรับรู้ ชูใจ และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยว (Boonpat, 2017)

กระบวนการโปรโมทจังหวัดควรเริ่มจากการกำหนดอัตลักษณ์และจุดขายที่โดดเด่นของพื้นที่ จากนั้นจึงสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อความที่น่าสนใจ ทั้งในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง วิดีโอ หรือสื่อผสม เพื่อดึงดูดความสนใจและให้ข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมาย การเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางที่



หลากหลาย ทั้งสื่อดั้งเดิม เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางยิ่งขึ้น (Rattanaphinanchai, 2018)

การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชนในพื้นที่ถือเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จของการโปรโมทจังหวัด ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรร่วมกันผลักดันและขับเคลื่อนกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง พร้อมทั้งพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจ อันจะนำไปสู่การบอกต่อและการกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคต

#### 4.แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค

##### 4.1 ลักษณะของการเกิดพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคมีลักษณะที่สำคัญและน่าสนใจหลายประการ ดังนี้

4.1.1 เกิดจากแรงจูงใจภายใน การแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคมักถูกขับเคลื่อนจากความต้องการและเป้าหมายภายในจิตใจ เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งของ สินค้า หรือบริการที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยแรงจูงใจนี้อาจมีรูปแบบต่างๆ เช่น ต้องการแสดงน้ำใจ มีเป้าหมายหลายอย่าง หรือมีจุดประสงค์ที่ซับซ้อน

4.1.2 สะท้อนบทบาทที่หลากหลายของผู้บริโภค ผู้บริโภคอาจมีบทบาทที่แตกต่างกันในการซื้อสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อ ผู้ใช้ ผู้ริเริ่มความคิด ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ หรือผู้ตัดสินใจซื้อ บทบาทเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรม การเลือก และการบริโภคที่แตกต่างกันออกไป

4.1.3 เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหลายขั้นตอน กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักประกอบด้วยกิจกรรมหลายอย่าง ตั้งแต่การสนใจจากสื่อโฆษณา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก ไปจนถึงการปฏิบัติหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องผ่านและใช้ความพยายามในแต่ละขั้นตอนเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการ

4.1.4 ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่ช่วยให้ตัดสินใจง่ายขึ้น การตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคมักได้รับแรงกระตุ้นจากปัจจัยต่างๆ ที่ช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น เช่น การเลือกสินค้าที่พอใจมากกว่าสิ่งที่ดีที่สุด การเชื่อคำแนะนำจากผู้มีอิทธิพล การเชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า เป็นต้น

4.1.5 มีความแตกต่างระหว่างบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น บุคลิกภาพ รูปแบบการใช้ชีวิต ฐานะ เพศ วัย ล้วนส่งผลให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคของแต่ละคนมีความแตกต่างกันไป เช่น คนที่มีความทะเยอทะยานมักแสวงหาสินค้าที่ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นมากกว่าคนทั่วไป

4.1.6 คล้ายกับกิจกรรมการลงทุน ผู้บริโภคมักใช้กลยุทธ์ในการเลือกซื้อคล้ายกับนักธุรกิจที่แสวงหาผลตอบแทนจากการลงทุน ทั้งในแง่ของเวลา แรงกาย การยอมรับทางสังคม ความอดทนรอคอย รวมถึงการคาดหวังประโยชน์ต่างๆ เช่น ความพึงพอใจสูงสุด คุ่มค่าคุ้มราคา ความสะดวกสบาย เป็นต้น แต่ในทางกลับกัน การลงทุนผิดพลาดก็อาจทำให้เกิดการขาดทุน เช่น ไม่ได้ประโยชน์จากสินค้า ได้รับอันตรายหรือสารพิษ ถูกสังคมประณาม หรือวิตกกังวลจากคุณภาพที่ไม่ดี

ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคจึงมีลักษณะที่ซับซ้อน หลากหลาย และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล การทำความเข้าใจถึงที่มาและกลไกของพฤติกรรมเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เตชะปรีชา, 2561)

#### 4.2 พฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H

ทฤษฎี 6W1H เป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตของยอดขายและการต่อยอดธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบของทฤษฎีนี้ประกอบด้วย 6 W ได้แก่ Who, What, Where, Why, When และ Whom รวมถึง 1 H คือ How (ธนาคารกรุงเทพ, 2020)

Who (ใคร) - การระบุกลุ่มเป้าหมายในเชิงประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ที่อยู่อาศัย รายได้ การศึกษา เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์เบื้องต้นก่อนศึกษาในรายละเอียดต่อไป

What (อะไร) - การวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการซื้อ รูปแบบการดำเนินชีวิต คุณภาพสินค้าที่ต้องการ และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์

Where (ที่ไหน) - การวิเคราะห์ช่องทางที่กลุ่มลูกค้าเลือกซื้อสินค้า เช่น ช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Instagram, Twitter, เว็บไซต์ตลาดกลาง และ Google เป็นต้น

Why (ทำไม) - การวิเคราะห์เหตุผลที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาว่าสินค้าสามารถแก้ปัญหา ตอบสนองความต้องการ หรือให้ประโยชน์ที่ลูกค้าคาดหวังได้อย่างไร

When (เมื่อไร) - การวิเคราะห์ช่วงเวลา que สินค้าหรือบริการเป็นที่ต้องการมากที่สุด เช่น สินค้าประเภทของขวัญจะขายดีในช่วงเทศกาลต่างๆ

Whom (ใครอีก) - การวิเคราะห์บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เช่น รีวิวจากผู้ใช้งานจริง ดารา บิวตี้บล็อกเกอร์ หรืออินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียง

How (อย่างไร) - การวิเคราะห์เงื่อนไขที่กระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ เช่น การลดราคา โปรโมชั่น ของแถม การบริการที่สะดวก ระบบการชำระเงิน และบริการจัดส่งที่ตอบโจทย์

การประยุกต์ใช้ทฤษฎี 6W1H จะช่วยให้นักการตลาดสามารถวางแผนกลยุทธ์ได้อย่างครอบคลุม แม่นยำ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่เพียงแต่ขยายฐานลูกค้า แต่ยังครองใจลูกค้าและสร้างความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาวอีกด้วย

#### 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2560)

ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสวยงามของรูปแบบและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แม้ว่าสินค้าในพื้นที่ส่วนใหญ่จะมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แต่ยังคงขาดเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น จึงควรมีการออกแบบฉลากสินค้าที่ระบุข้อมูลสำคัญ เช่น สรรพคุณ วิธีใช้ วันหมดอายุ เป็นต้น เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์

ทางด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคากับคุณภาพสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือการแสดงข้อมูลราคาอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้ประกอบการควรตั้งราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพ มีการติดป้ายราคาที่เห็นได้ชัดเจน และอาจมีการปรับราคาลดลงในบางช่วงเพื่อกระตุ้นยอดขาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเลือกทำเลที่เหมาะสมกับการเดินทางของลูกค้า มีการขยายสถานที่จำหน่ายและเพิ่มช่องทางการขายผ่านทางออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์มีเดีย โดยอาศัยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ผ่านการฝึกอบรม และมีประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพและสินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

## 5. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการออกแบบมาศคอด

### 5.1 ทฤษฎีรูปทรงนิยม

ทฤษฎีรูปทรงนิยม ( Formalism Theory ) นั้น เป็นทฤษฎีของการสร้างผลงานศิลปะที่ใช้ส่วนประกอบของมูล ฐาน ของศิลปะ เช่นรูปว่าง เส้น รูปทรง มาใช้โดยตรง และอาจจะเป็นการลด ตัดทอน สิ่งที่เป็นจริง สิ่งที่มีอยู่จริง ในธรรมชาติ หรือในที่ต่างๆ นำสิ่งเหล่านั้นมาสร้างขึ้นมาใหม่ โดยผู้ชมผลงานศิลปะนั้น พอจะสามารถ ระบุได้ว่าเป็นภาพเป็นอะไร

ทฤษฎีรูปทรงนิยมนั้นเกิดขึ้นเพื่อโต้แย้งทฤษฎีการเลียนแบบเช่นกับทฤษฎีการแสดงออก ในช่วงที่ศิลปะสมัยใหม่เริ่ม ต้อนเกิดขึ้นอย่างเฟื่องฟูโดยเริ่มจากศิลปะลัทธิประทับใจ ( Impressionism ) ลัทธิประทับใจยุคหลัง ( Post – Impressionism ) ต่อมาพัฒนาเป็นลัทธิลูกบาศกนิยม ( Cubism Art ) และศิลปะนามธรรม ( Abstract Art ) ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผลงานศิลปะในศตวรรษที่ 20 (เมฆแก้ว, 2555)

**ส่วนประกอบที่สำคัญ** ส่วนประกอบต่างๆที่สำคัญของผลงานศิลปะมีอยู่หลักๆ สอง ส่วนคือ

1 เนื้อหา

2 รูปทรง

โดยกล่าวคือ รูปทรงในศิลปะจะมีความแตกต่างกันจากเนื้อหาในศิลปะ เนื้อหานั้นสำคัญนั้นหมายถึงเรื่องราวที่เหล่าศิลปินผู้ออกแบบนำมาจากโลกภายนอกที่เป็นธรรมชาติและการทำงานของมนุษย์เป็นสิ่งอิสระจากศิลปะ เพราะหากไม่มีผู้ใดสร้างเรื่องราวจากโลกภายนอก ก็ยังคงสามารถมีอยู่ได้ แต่ ถ้าหากไม่มีซึ่งรูปทรงนั้น ก็ย่อมไม่เกิดขึ้น ดังนั้นรูปทรงจึงไม่ได้เป็นอิสระจากศิลปะ มันคือ คุณสมบัติเฉพาะของศิลปะที่เกิดขึ้นตามการสร้างสรรค์ของศิลปะ ขณะที่เนื้อหา มีความเปลี่ยนแปลง เสมอไปตามแต่ละยุคแต่ละสมัย และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป รูปทรงเป็นสิ่งที่ที่ยังคงอยู่ซึ่งลักษณะร่วมของศิลปะทุกชิ้น ทุกผลงาน ทุกแขนง และ ทุกยุคทุกสมัย

ทฤษฎีรูปทรงนิยม ( Formalism Theory ) เป็นทฤษฎีการสร้างสรรค์ศิลปะที่เน้นการใช้ องค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะโดยตรง เช่น เส้น รูปว่าง รูปทรง และอาจมีการลดทอนหรือตัดทอน สิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติ แล้วนำมาสร้างใหม่ในรูปแบบที่ผู้ชมยังสามารถเข้าใจได้ว่าเป็นภาพอะไร ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นเพื่อโต้แย้งแนวคิดการเลียนแบบหรือการแสดงออกในยุคที่ศิลปะสมัยใหม่เริ่มเฟื่องฟู ตั้งแต่ศิลปะลัทธิประทับใจ ลัทธิประทับใจยุคหลัง พัฒนาไปสู่ลัทธิลูกบาศกนิยมและศิลปะนามธรรม ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อวงการศิลปะในศตวรรษที่ 20

นักทฤษฎีรูปทรงนิยมมีความเชื่อว่า รูปทรงคือแก่นแท้หรือหัวใจสำคัญของศิลปะ เป็นสิ่งที่ทำให้ศิลปะแตกต่างจากสิ่งอื่น ความเพลิดเพลีนหรือสุนทรีย์ภาพที่แท้จริงต่อศิลปะนั้นเกิดจากการรับรู้รูปทรงเป็นหลัก ไม่ใช่จากเนื้อหา รูปทรงในศิลปะมีความครบถ้วนสมบูรณ์และมีคุณค่าในตัวเอง โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเครื่องมือรับใช้สิ่งอื่นใดภายนอก บางครั้งศิลปะอาจไม่ได้เป็นการลอกเลียนแบบหรือสื่อความหมายใดๆ เลยก็เป็นได้ หรือถึงแม้จะเป็น แต่ก็อาจเป็นเพียงผลพลอยได้ที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ และไม่ได้เกี่ยวข้องกับคุณค่าทางสุนทรีย์ศาสตร์โดยตรง ดังนั้น รูปทรงที่งดงามเท่านั้นคือสิ่งที่ทำให้ศิลปะมีความสวยงาม ทฤษฎีรูปทรงนิยมจึงเน้นให้ความสำคัญที่รูปแบบขององค์ประกอบศิลป์ในตัวผลงานเป็นสำคัญ โดยไม่เน้นกระบวนการแสดงออกหรือเนื้อหาเรื่องราวมากนัก (ศรีสุวรรณ, 2560)

## 5.2 แนวความคิดการออกแบบ

### 5.2.1 การออกแบบตัวละคร ( Character Design )

การออกแบบตัวละคร (Character Design) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ตัวละครขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็นตัวการ์ตูน บุคคลจริง หรือสัตว์ เพื่อกำหนดลักษณะทางกายภาพ บุคลิกภาพนิสัยใจคอ จุดเด่น-จุดด้อย ให้สอดคล้องกับบทบาท เรื่องราว และสภาพแวดล้อมที่ตัวละครนั้นจะถูกนำเสนอ

กระบวนการนี้มีความสำคัญมาก เนื่องจากตัวละครที่ถูกออกแบบมาอย่างดี จะทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจถึงบริบทของเรื่องราวได้ง่ายขึ้น เห็นภาพจินตนาการของตัวละครได้ชัดเจนขึ้น รวมถึงทำความเข้าใจถึงการกระทำ แรงจูงใจ และจุดมุ่งหมายของตัวละครนั้นๆ ได้

อย่างไรก็ตาม หากตัวละครถูกนำเสนอแบบแยกส่วน โดยปราศจากองค์ประกอบด้านเรื่องราว บริบท หรือสภาพแวดล้อมใดๆ ก็อาจทำให้ผู้ชมสับสนและไม่สามารถเชื่อมโยงไปถึงตัวตนและบทบาทของตัวละครนั้นได้อย่างเต็มที่

### 5.2.2 หลักการออกแบบตัวละคร

การออกแบบให้เหมาะกับผู้คน ผู้ชมและแนวของเรื่องโดยอาศัยเรื่องสี รูปร่าง องค์ประกอบต่างๆ โดยอาศัยข้อมูลพื้นฐานเช่น เพศ อายุ สีผิว สีตา จุดเด่น จุดด้อย ภูมิหลัง พลังพิเศษ ความชอบ การแสดงออก ท่าทาง กริยา สีหน้า ความเกลียด สิ่งเหล่านี้ต่างๆมากมาย ทั้งนี้ทั้งนั้นควรออกแบบเพื่อให้มีลักษณะเฉพาะที่สังเกตได้ง่าย เช่นสีผิวที่แตกต่างกัน รูปร่างรูปทรงของตัวคาแรคเตอร์ความสูงที่แตกต่างกัน การสวมใส่อุปกรณ์เสริม ส่วนเสริมต่างๆ เป็นต้น

การออกแบบตัวละครสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลัก ดังนี้:

1 สมจริง ตัวละครถูกออกแบบให้มีลักษณะและพฤติกรรมคล้ายคนจริง มีอารมณ์ความรู้สึก ทศนคติ ที่สะท้อนความเป็นมนุษย์

2 ตามอุดมคติ ตัวละครไม่ได้เหมือนความเป็นจริงมากนัก แต่เป็นการสร้างภาพตามความปรารถนาและอุดมคติของผู้ออกแบบ จึงอาจดูตึงทื่อหรือผิดธรรมชาติไปบ้าง

3 เน้นจริง ตัวละครมีพฤติกรรมและลักษณะเหนือความจริง แม้จะอิงจากความเป็นจริงบางส่วน แต่ก็ยังมีมิติที่เหนือจริงเพิ่มเข้ามา

4 บุคลาธิษฐาน การมอบบุคลิกลักษณะเฉพาะให้กับสิ่งไม่มีชีวิต เช่น สัตว์ พืช หรือวัตถุสิ่งของ เพื่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

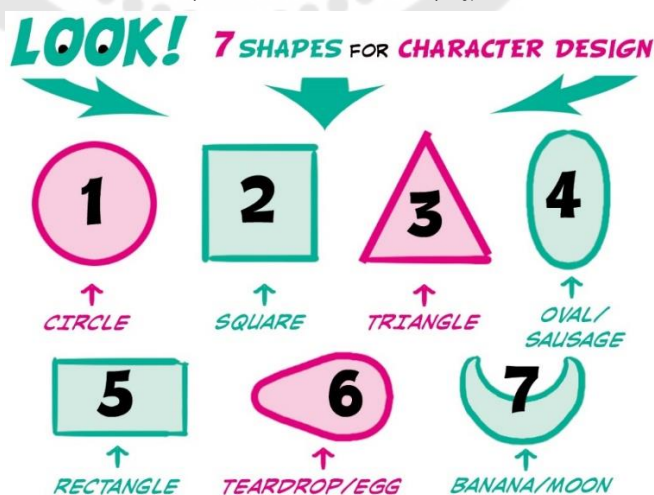
แนวทางเหล่านี้ให้ความยืดหยุ่นแก่นักออกแบบในการสร้างสรรค์ตัวละครให้แตกต่างกันตามแนวคิด เรื่องราว และวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร

### 5.2.3 เส้นอารมณ์ที่เกิดขึ้นในผลงานการออกแบบ

#### เส้นในผลงานออกแบบ ( Line Work )

โดยอารมณ์ต่างๆ ความรู้สึกต่างๆ เป็นส่วนประกอบหนึ่งทางสายตาที่สำคัญที่ให้แทนตัวคาแรคเตอร์แสดงจริงเหล่านั้น สามารถทำหน้าที่การกำหนดขอบเขตต่างๆ ที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง และแทนความหมายต่างๆ ที่ตัวคาแรคเตอร์ที่แสดง ความรู้สึกและอารมณ์ที่ดีได้ด้วยเส้นต่างๆ เหล่านี้ (ArtRocket, 2020a)

โดยเส้นจะแบ่งออกเป็นสองชนิด ใหญ่ๆ ได้ว่า เส้นตรง ( Straight Line ) และเส้นโค้ง ( Curve Line ) โดยเส้นต่างๆ จะให้รูปแบบตามทฤษฎีดังนี้



ภาพประกอบ 12 รูปทรงที่เหมาะสม

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

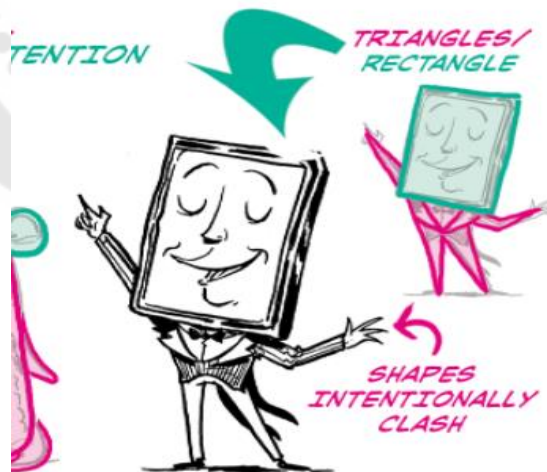
รูปทรงนี้ที่รูปทรงที่เหมาะสมกับการนำไปออกแบบคาแรคเตอร์ในการขึ้น  
โครง ขึ้นส่วนประกอบต่างๆ ของตัวคาแรคเตอร์เพื่อความเหมาะสม

เส้นตรงเส้นตั้ง ให้ความรู้สึกสูงสง่า มั่นคง แข็งแรง



ภาพประกอบ 13 คาแรคเตอร์เส้นตรง

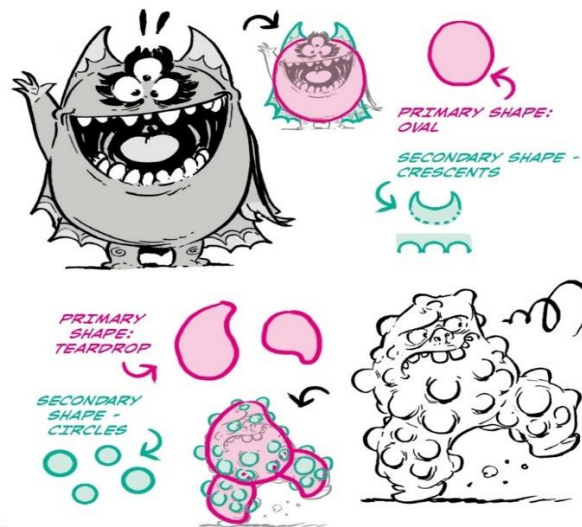
ที่มา : <https://boardgamegeek.com/thread/1618105/straight-line-art-there-name>



ภาพประกอบ 14 คาแรคเตอร์เส้นตรง

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกอ่อนไหว สุภาพอ่อนโยน สบาย นุ่ม



ภาพประกอบ 15 คาแรคเตอร์เส้นโค้ง

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

#### 5.2.4 สีและความรู้สึก

ในเชิงจิตวิทยาของสี ( Psychology of Color ) “สี” คือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้ชม ในการสื่อถึงอารมณ์ และ ความรู้สึก มุมมองภาพลักษณ์ต่างๆ แทนความหมายของตัวคาแรคเตอร์



ภาพประกอบ 16 โทนสีของคาแรคเตอร์

ที่มา : <https://www.plotter.in.th/?p=15228>

ถ้ามองจากมุมมองสีเหล่านี้แล้ว สีต่างๆ สามารถบ่งบอกได้ถึง ความรู้สึก ความนึกคิดต่างๆ ที่สื่อออกมาถึงคาแรคเตอร์ต่างๆ ที่ผู้ชมมอง สัมผัส สังเกตได้





ภาพประกอบ 17 คาแรคเตอร์โทนแดง

ที่มา : <https://www.sporcle.com/games/sharktoother140/red-skinned-characters>

**สีแดง** ให้ความรู้สึกที่ร้อนแรง กระตือรือร้น เพื่อจาก โทนเป็นโทนสีร้อน สีของพระอาทิตย์ แดงไฟ คาแรคเตอร์จึงมีความกระฉับกระเฉง มุ่งมั่น หัวหาญบ่อยๆ



ภาพประกอบ 18 คาแรคเตอร์โทนชมพู

ที่มา : <https://www.deviantart.com/mariostrikermurphy/art/Top-12-Favourite-Pink-Characters-857037745>

**สีชมพู** เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสดใส ร่าเริง เป็นสีหวานๆ เหมาะแก่การนำมาสร้างคาแรคเตอร์สาวน้อย น่ารัก การนำมาใส่กับคาแรคเตอร์สาวน้อยน่ารักเป็นอย่างยิ่ง เราอาจไม่ค่อยเห็นการนำสีชมพูมาใช้กับตัวละครชายเท่าไหร่นักเพราะดูหวานแหงไปหน่อย



ภาพประกอบ 19 คาแรคเตอร์โทนสีน้ำเงิน

ที่มา : [https://www.boredpanda.com/fictional-characters-classified-by-color-partlinboulderbala/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=organic](https://www.boredpanda.com/fictional-characters-classified-by-color-partlinboulderbala/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic)

**สีน้ำเงิน** เป็นสีที่ความรู้สึกสงบ เยือกเย็น มักนำมาใช้กับการออกแบบคาแรคเตอร์หนุ่มคุณสาวคุณ หรือตัวละครที่มีลักษณะเป็นคนนิ่งๆ สุขุม เนื่องจากเป็นสีโทนเย็นและไม่ฉูดฉาด



ภาพประกอบ 20 คาแรคเตอร์โทนสีม่วง

ที่มา : [https://aminoapps.com/c/cartoon/page/blog/my-personal-favourite-purple-skinned-cartoon-characters/6Pwl\\_zuPELE6rg0zzwbjv53PD2BQ1jQ](https://aminoapps.com/c/cartoon/page/blog/my-personal-favourite-purple-skinned-cartoon-characters/6Pwl_zuPELE6rg0zzwbjv53PD2BQ1jQ)

**สีม่วง** ให้ความรู้สึกลึกซึ้ง สูงส่ง เรามักเห็นการนำสีม่วงไปใช้กับตัวละครที่เป็นปีศาจ แม่มด เพราะเป็นสีที่ช่วยเพิ่มความลึกลับน่าค้นหาให้กับตัวละครได้



ภาพประกอบ 21 คาแรคเตอร์โทนเขียว

ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=rAWqNoASZFK>

**สีเขียว** ให้ความรู้สึกอ่อนโยน เป็นธรรมชาติ สีเขียวถือว่าเป็นสีที่มองแล้วสบายตา และยังเป็นสีของต้นไม้ใบหญ้าต่างๆ จึงมักเห็นการใช้สีเขียวกับคาแรคเตอร์ที่ดูอบอุ่นเป็นกันเอง มีความนุ่มนวลอ่อนโยนในตัว หรือเป็นคาแรคเตอร์ที่ให้ความรู้สึก “อยู่ด้วยแล้วสบายใจ”



ภาพประกอบ 22 คาแรคเตอร์โทนเหลือง

ที่มา : <https://www.nme.com/blogs/tv-blogs/why-cartoon-characters-yellow-2060322>

**สีเหลือง** คือ สิ่งที่ทำให้ความสว่าง เช่น ประกายแสง ดวงดาว เป็นต้น เนื่องจากสีเหลืองเป็นสีโทนสว่าง ให้ความรู้สึกกว้างสดใส สนุกสนาน ดังนั้นจึงมักจะนำมาใช้กับตัวละครที่มีนิสัยร่าเริง แจ่มใส มีชีวิตชีวา



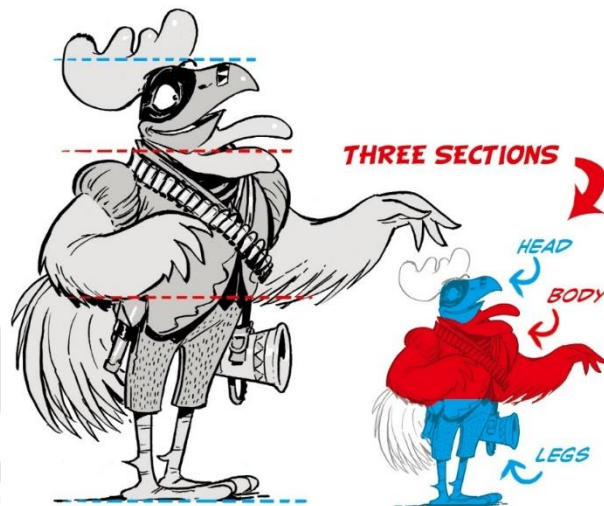
ภาพประกอบ 23 คาแรคเตอร์โทนส้ม

ที่มา : <https://www.deviantart.com/luxojr888/art/Outstanding-in-Orange-719256384>

**สีส้ม** เป็นสีที่ให้ความรู้สึกอิสระ สนุกสนานร่าเริง ความเบิกบาน ความรื่นรม ความห่วงใย เอาใจใส่ ความละเอียดอ่อน มิตรภาพ

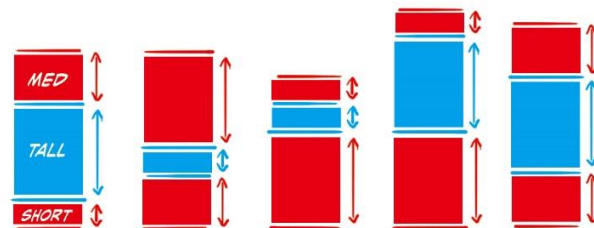
### 5.2.5 การแบ่ง สัดส่วนของคาแรคเตอร์(Dividing Characters )

การแบ่งสัดส่วนต่างๆ ของ คาแรคเตอร์นั้นวิธีที่ยอดเยี่ยมละได้ประสิทธิผลในการออกแบบ โดยหลักคือ การแบ่งออกเป็น 3 ส่วน (Three Sections )



ภาพประกอบ 24 สัดส่วนของตัวละคร

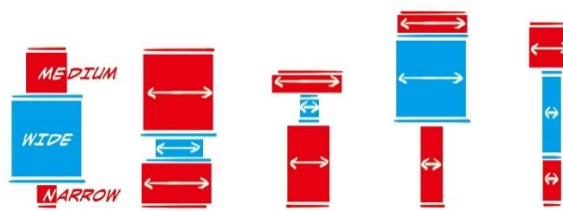
ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>



ภาพประกอบ 25 สัดส่วนของตัวละครสูงต่ำ

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

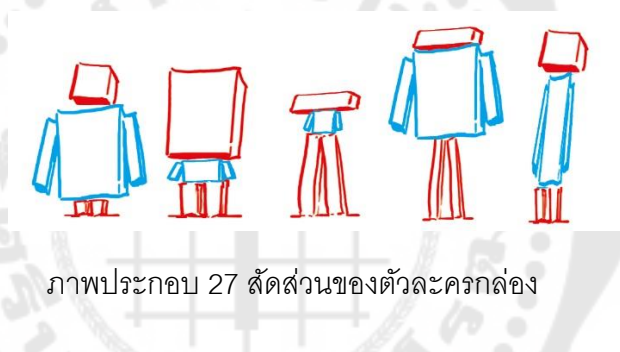
1 เริ่มต้นการแบ่งด้วยการแบ่ง 3 ส่วนหัว ตัว และ ขา 3 ส่วนดังนี้ และเลือกว่าส่วนไหนจะสั้น กลาง ยาวให้แตกต่างกันอย่างไร



ภาพประกอบ 26 สัดส่วนของตัวละครกว้างยาว

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

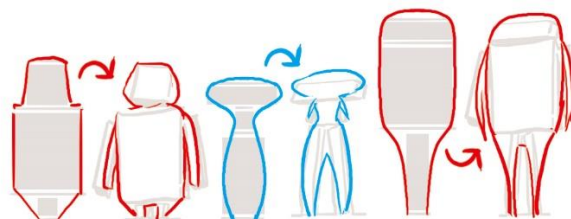
2 ทำการซูมความกว้าง ความแคบของส่วนต่างๆ ให้มีความแตกต่างกัน  
แยกตามกันไป



ภาพประกอบ 27 สัดส่วนของตัวละครล่อง

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

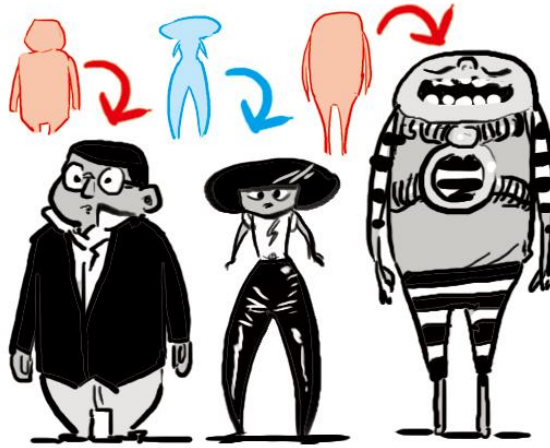
3. ทดลองวาดตัวคาแรคเตอร์ให้เป็นเหมือนกับกล่องยื่น จะได้ให้เห็น  
สัดส่วนต่างๆของร่างกาย



ภาพประกอบ 28 สัดส่วนของตัวละครเชื่อมเส้น

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

4. เชื่อมต่อรูปทรงรูปร่างๆต่างๆโดยใช้เส้นตรง ( Straight Line ) หรือเส้นโค้ง ( Curve Line )

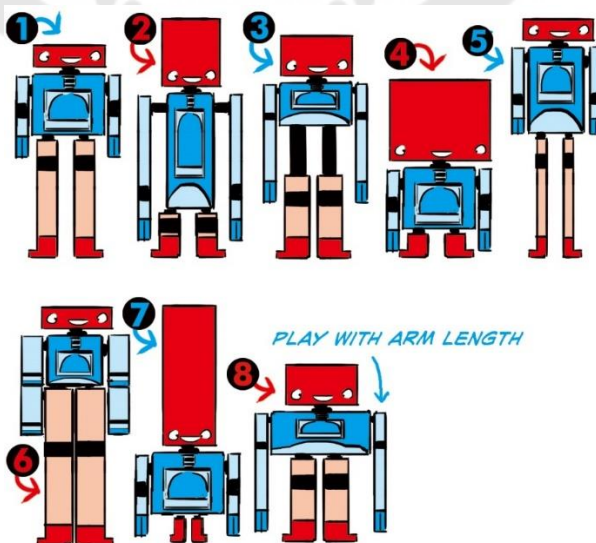


ภาพประกอบ 29 เปลี่ยนรูปแบบตัวละคร

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

5. เมื่อสัปดาห์ต่างๆ เข้าทรงเข้าที่แล้วให้วาดรูปย่อของตัวคาแรคเตอร์นั้น ลองออกแบบในหลากหลายแบบ หลากหลายท่าทางรูปทรง เพื่อความหลากหลายในการมองและการเลือกแบบที่เหมาะสม

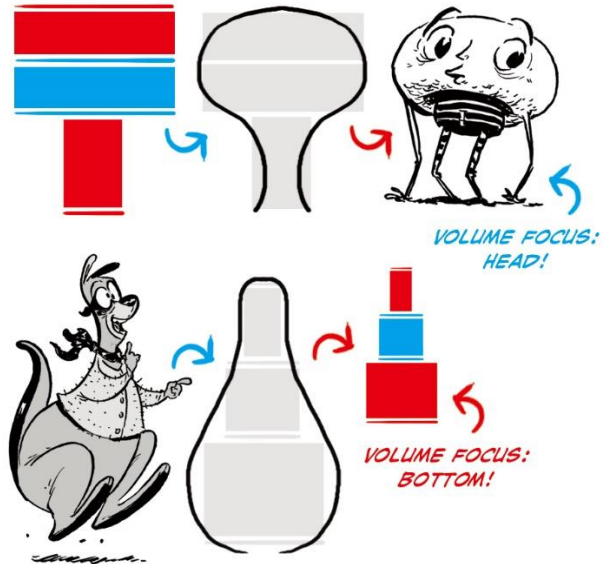
โดยการใช้ 3 รูปทรงรูปแบบนี้มีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก ผู้ออกแบบสามารถใช้เพื่อสร้างตัวละครได้หลากหลายแบบ



ภาพประกอบ 30 เปลี่ยนสัดส่วนสูงต่ำ



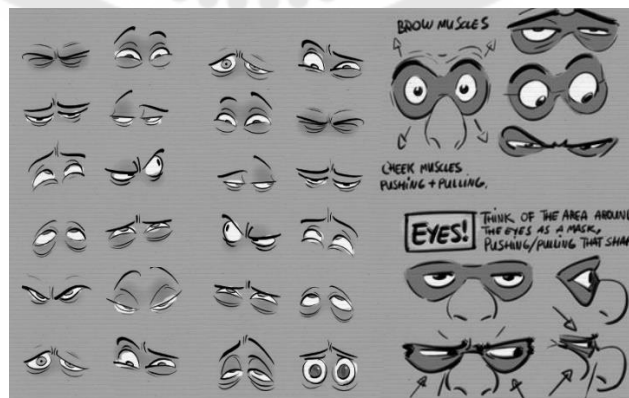
ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>



ภาพประกอบ 31 เปลี่ยนสัดส่วนกว้างยาว

ที่มา : <https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

โดยเมื่อโครงร่างของตัวคาแรคเตอร์เริ่มมีการเข้าที่เข้าทางไปในทิศทางต่างๆ ที่ตัวผู้ออกแบบได้ต้องการแล้ว ผู้ออกแบบควรให้ความสำคัญกับส่วนหน้าตาอีกด้วย เพราะส่วนต่างๆ ที่สำคัญเช่นกันของการสร้างคาแรคเตอร์นั้น หน้าตาจะแสดงออกมาได้เป็นพิเศษ โดนเริ่มระดับจาก ตา ของคาแรคเตอร์เป็นอันดับแรก

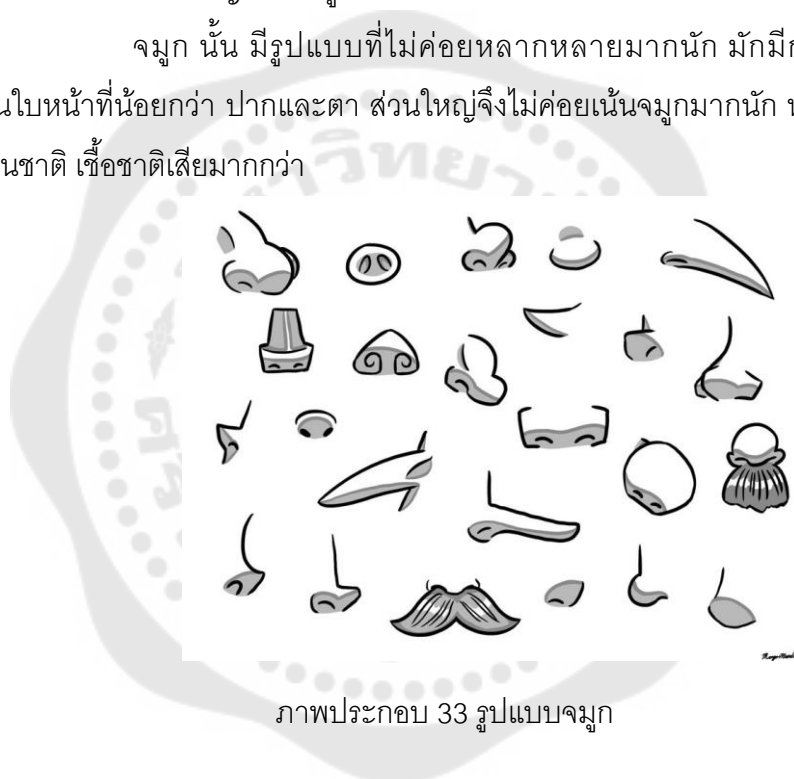


ภาพประกอบ 32 รูปแบบตา

ที่มา: <https://characterdesignreferences.com/visual-library-1/character-anatomy-eyes>

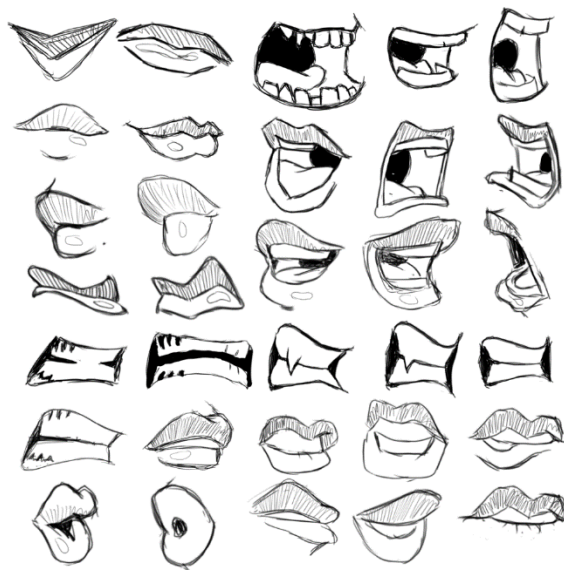
ตาเป็นสิ่งสำคัญ เพราะ ตาเป็นหน้าต่างของหัวใจ ตานั้นสามารถสื่อถึงสิ่งต่างๆ ความคิด ของตัวคาแรคเตอร์ออกมาให้ ดีและไม่ได้ แก่สายตา ประสาทสัมผัสของผู้รับชมผลงานได้ ตากับคิ้ว มักจะมีบทบาทสำคัญบทบาทในใบหน้าสัมพันธ์กันเสมอไป แต่บางตัวคาแรคเตอร์บางตัว ทางผู้ออกแบบก็อาจจะไม่ได้ตัวคิ้วลงไป ทำให้หน้าตาดูมีความแปลกตาขึ้น หรือ ตลกขึ้น โดยส่วนต่อมาที่สำคัญก็คือ จมูก

จมูก นั้น มีรูปแบบที่ไม่ค่อยหลากหลายมากนัก มักมีการแสดงออกถึงอารมณ์ในใบหน้าที่น้อยกว่า ปากและตา ส่วนใหญ่จึงไม่ค่อยเน้นจมูกมากนัก หากแต่เป็นถึงการบ่งบอก ชนชาติ เชื้อชาติเสียมากกว่า



ภาพประกอบ 33 รูปแบบจมูก

ที่มา : <https://www.deviantart.com/margomundo/art/Character-Design-Week-2-Stylized-Noses-pt-2-786187501>



ภาพประกอบ 34 รูปแบบปาก

ที่มา : <https://cartoonstudy.deviantart.com/art/Mouth-and-Lip-Studies-566072894>

ในส่วนปากนั้น แสดงอารมณ์ได้พอๆกับตา การวาดปากเพียงเส้นเดียว จุดเดียวสามารถแสดงอารมณ์ได้ชัดเจนแล้ว เช่น ถ้าเส้น โค้งขึ้น ปากยิ้ม ก็สื่อถึงความมีความสุข ถ้าโค้งลง ก็สื่อถึงความเศร้าไม่มีความสุข (ArtRocket, 2020b)

เมื่อการออกแบบทั้งสองอย่างเสร็จแล้ว หรือ องค์ประกอบโดยรวมของใบหน้าสำเร็จ ก็นำสิ่งเหล่านั้นมาสร้างสรรค์การตัดทอนต่อ หรือเพิ่มรายละเอียดให้มีความเกินจริง เพื่อให้ตัวคาแรคเตอร์ดูมีชีวิตชีวา อารมณ์ สามารถแสดงท่าทางที่เข้มข้นได้

### 5.3 ความหมายของมาสคอต

มาสคอตเป็นตัวแทนสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และโปรโมทแบรนด์ องค์กร หรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักและจดจำได้ง่าย มาสคอตมักถูกออกแบบให้มีลักษณะเป็นตัวการ์ตูนหรือสัตว์ที่มีบุคลิกเฉพาะตัว เพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างความประทับใจ และเชื่อมโยงอารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเข้ากับแบรนด์ได้เป็นอย่างดี (ศรีสุข, 2561)

การนำมาสคอตไปใช้ในการโปรโมทมีหลายวิธี เช่น การสร้างสรรค์เนื้อหาหรือกิจกรรมที่มีมาสคอตเป็นตัวเอก การผลิตสินค้าที่ระลึกหรือของที่มิตราสินค้าที่มีรูปมาสคอตประกอบ การใช้

มาศคอตในการจัดกิจกรรมพิเศษหรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายผ่านการแสดงตัวของมาศคอตในงานอีเวนต์หรือในโลกออนไลน์ การเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบุคลิกของมาศคอต และกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (ธนภุต ยืนยงเดชา, 2563)

ตัวอย่างความสำเร็จของการใช้มาศคอตในการโปรโมท ได้แก่ หมีบรวานน์ แห่งบริษัทไลน์ที่สามารถสร้างกระแสความนิยมและกลายเป็น พรีเซนเตอร์ให้กับสินค้าและบริการต่าง ๆ มากมาย หรือกรณีของจังหวัดคุเมะโมโตะ ประเทศญี่ปุ่น ที่ใช้มาศคอตคุเมะมง เป็นทูตการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและดึงดูดนักท่องเที่ยวหลังเกิดแผ่นดินไหวครั้งใหญ่ในปี 2559 ซึ่งพิสูจน์ให้เห็นพลังของมาศคอตในการโปรโมทและสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 5.4 ปัจจัยความสำเร็จของมาศคอต

การสร้างสรรค์ตัวละคร มาศคอต นั้นมีหลากหลายองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบ และ ประสบถึงความสำเร็จ โดย หลักแล้วๆ จะต้องดูตั้งแต่แนวทางการออกแบบของตัวละคร ทั้ง 4 องค์ประกอบ ดังนี้

##### องค์ประกอบที่ 1 การสร้างสรรค์ตัวละคร

คือ การที่สร้างตัวละคร การเข้าถึงความเป็นตัวละครคนด้วยการคิดจากภายในสู่ภายนอก ช่วยให้นักออกแบบได้เข้าใจถึงตัวละครที่ตัวเองกำลังออกแบบอยู่ และสามารถถ่ายทอดสิ่งที่ต้องการสื่อ ออกไปได้ดียิ่งขึ้น

##### องค์ประกอบที่ 2 การแสดงออกของตัวละคร

ในขั้นตอนนี้สิ่งที่ควรคำนึงถึงเป็นหลักเลยคือ ความชัดเจนความน่าสนใจของท่าทางของตัวละคร รวมไปถึงปัจจัยภายนอกเช่น การแสดงออกทางกาย ทางสีหน้า ทางมือ ฟันที่ มุม เพื่อความน่าสนใจของตัวละคร

##### องค์ประกอบที่ 3 องค์ประกอบศิลปะและหลักการออกแบบ

นักออกแบบต้องหาสมดุลให้กับความเกินจริง (Exaggeration) ความเคลื่อนไหว (Dynamism) ความอสมมาตร (Asymmetry) ที่ใช้ในการสร้างที่ควรจะเป็น

ความน่าสนใจของรูปลักษณ์ ต้องมีความชัดเจนของรูปทรง ความชัดเจนที่ต้องการสื่อสาร สมดุลกันระหว่าง สองสิ่งมีทิศทาง การนำเสนอที่ชัดเจน โดยให้องค์ประกอบศิลปะสอดคล้องไปในทางเดียวกับเรื่องราว หลักการออกแบบ ตลอดจนการสื่อสารแสดงออกของตัวละคร เพื่อให้การถ่ายทอดมีประสิทธิภาพ

### องค์ประกอบที่ 4 ขั้นตอนในการออกแบบ

ขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญเพราะจะช่วยสร้างให้ตัวละครมีความน่าสนใจ โดยข้อมูลที่ดีจะทำให้มีมุมมองที่แปลกใหม่สร้างความแตกต่างจากตัวละครต่างๆที่เคยมีมา จึงควรร่างแบบร่างให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ เพื่อที่นักออกแบบจะได้มองเห็นมุมมองต่างๆ ที่ดูแปลกออกไปบ้าง แล้วคัดเลือกผลงานที่เหมาะสมโดยในการประเมินผลงาน ผู้เชี่ยวชาญจะมองหา 1 ความชัดเจน ( Clarity ) 2 ความน่าสนใจ ( Attractiveness ) รวมไปถึงเสน่ห์ ( Appeal ) ของตัวละครที่จะดึงดูดตั้งแต่แวบแรกที่ได้เห็น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ

โดยหากนำองค์ประกอบทั้ง 4 ที่สำคัญนั้นสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมสร้างความชัดเจนให้กับตัวผลงานและความดึงดูดผู้คนได้

#### 5.5 วิเคราะห์ความสำเร็จของ มาสคอต

##### คุมะมง



ภาพประกอบ 35 คุมะมง

ที่มา: <http://www.alvintoy.com/category/109/kumamon-คุมะมง-moomin-มูมิน>

คุมะมง (Kumamon) สามารถนับได้ว่าเป็นมาสคอตอันดับต้นๆในโลกที่ประสบความสำเร็จได้สูงสุด สามารถสร้างภาพจำให้กับผู้คนให้ได้ติดตาไปกับเจ้าหมีสีดำตัวนี้ว่าเป็นตัวแทนของจังหวัดคุมาโมโตะได้

แต่แรกเริ่มนั้นคุมะมง ถูกออกแบบมาในแคมเปญ “คุมาโมโตะ เซอร์ไพรส์” เป็น “หมีตื่นเต้น” ได้มีการปรับดีไซน์หลากหลายครั้งเนื่องจาก เสียงตอบรับที่ได้ดีนักของเด็กๆ ที่จะออกไปทางกลัว ตัวมาสคอตนี้มากกว่า (Tourkrub, 2556)

โดยเบื้องหลังของคุมะมงนี้ได้มีกาวางแผนงานการออกแบบตัวนี้เป็นอย่างดี มีความละเอียดอ่อนของตัวมาสคอต

ประวัติของคุมะมง

เกิด : วันที่ 12 มีนาคม

อายุ : ไม่ทราบ

ส่วนสูง : 200 ซม

น้ำหนัก : 100 กิโลกรัม (ตอนแรกเป็นหมีผอมๆ แต่ได้กินของอร่อยที่จังหวัดคุมาโมโตะจึงอ้วน)

งานอดิเรก : กิน เต็มกายบริหาร

ความสามารถพิเศษ : ซิมปลา หมากรุกขั้นพื้นฐาน

ตำแหน่ง : ผู้อำนวยการด้านความสุขแห่งเมืองคุมาโมโตะ



ภาพประกอบ 36 โครงร่างคุมะมง

ที่มา: <http://www.alvintoy.com/category/109/kumamon-คุมะมง-moomin-มูมิน>

โดยลายเส้น หรือ ตัวโครงของตัวคุมะมงนั้น หากมองแวบแรกเหมือนจะไม่มีอะไรซับซ้อน แต่ลายละเอียดจริงๆแล้ว มีการใช้วงกลม เส้นโค้งต่างๆ มาออกแบบให้สมมาตรกัน ทำให้เส้นโค้งเว้าไปหน้าที่ยิ้มแย้มตลอดเวลาดูเป็นมิตร สีที่จำง่าย ๆ แค่ 3 สี ดำ แดง ขาว แก้มแดงๆ ดูโดดเด่นก็มีที่มาเพราะจังหวัดคุมาโมโตะ ถือว่าเป็นดินแดนแห่งไฟ และ ตัวคุมะเองก็ชอบออกกำลัง

กายเยอะและกินมะเขือเทศ ไม่ใช่เพียงแค่นั้น ตัวคุมะมงก็นับว่ามีที่มาที่ไป มีประวัติความเป็นมา มีชีวิตชีวา คุณเป็นตัวละครที่มีชีวิตจริงๆ ไม่เหมือนกับคนใส่ชุดมาสคอต

อีกหนึ่งปัจจัยหลักๆ ในความสำเร็จของตัวคุมะมงคือ การนำตัวคุมะมงออกไปโปรโมท ในขั้นตอนแรกทางจังหวัดนำคุมะมงไปโชว์ตัวทุกวัน มีการแจกนามบัตรตัวเองถึง 10000 ใบ ทำให้ผู้คนเข้าถึงได้ง่าย ที่มักมาพร้อมเสียงหัวเราะ ตลกขบขัน ไปกับท่าที่ต่างๆ ของคุมะมงที่กวนๆ ทำสิ่งแปลกๆ ตลกๆ หลังจากที่คุมะมงเริ่มเป็นที่ให้การยอมรับแล้ว ทางจังหวัดคุมาโมโตะ ให้อนุญาตผู้ประกอบการต่างๆ ในการทำเรื่อง ขอคุมะมงในการไปโปรโมทตัวสินค้า หรือ บริการต่างๆ อย่างไม่มีค่าใช้จ่าย โดยมีข้อแม้ว่าจะต้องมีวัตถุประสงค์จากจังหวัดคุมาโมโตะเป็นส่วนประกอบ

โดยการดำเนินการตามแผนการนี้ ทำให้จังหวัดคุมาโมโตะนั้นได้รับรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นถึง 1.2 แสนล้านบาท และ รายได้จากการโฆษณาผ่านสื่อหนังสือ หรือ โทรทัศน์ ถึง 9 พันล้านบาทได้เลยทีเดียว ซึ่งสิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเอาใจใส่ในการออกแบบของคุมะมงได้เลยทีเดียว



ภาพประกอบ 37 Shinjoi-kun ชินโจคุง

ที่มา: <https://pantip.com/topic/32826953>

เป็นมาสคอตตัวแทนจากเมือง ซุซากิ จังหวัด โคจิ โดยภาพลักษณ์ของชินโจคุงเป็น นกน้ำจืด ตัวสุดท้ายในประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับรายงานจากผู้พบเห็นว่าได้พบที่แม่น้ำ ของชินโจ เมืองซุซากิ หลังจากนั้นไม่นาน นกน้ำจืด ก็ได้สูญพันธุ์ไปจากญี่ปุ่น หากแต่ชินโจคุง ยังไม่หยุด การตามหาเพื่อนพ้อง เพื่อนนาก และได้ทำการโปรโมทเมือง ซุซากิ ไปพร้อมๆ กันในการเดินทาง

โดยชินโจคุงนั้นได้รับรางวัลหลากหลายรายการมากในการประกวด มาสคอตแต่ละครั้งที่ประเทศญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็น ปี 2018 รางวัล Furusato Choice Award 2018 หรือ ปี 2019 ก็ได้เข้าร่วมงาน Game Centers GP โดยชินโจคุง ได้แต่งชุดคอสเพลย์เป็นริว จากเกมสตีทไฟท์เตอร์ เพื่อโปรโมทให้ผู้คนสนใจอีกด้วย(เจ้าของร้าน, 2565)

ทั้งนี้ ชินโจคุงได้ช่วยให้เมือง ชูซากิ โดยการช่วยโปรโมท ประชาสัมพันธ์แก่ประชาชนในเมืองให้ประชาชนมาจ่ายภาษีให้กับเมือง ได้เป็นจำนวนถึง 1.95 พันล้านเยน ในปี 2020 ที่ผ่านมาอีกด้วยนับว่าเป็นมาสคอตที่ประสบผลสำเร็จในการออกแบบและการนำไปใช้เลยทีเดียว



ภาพประกอบ 38 ทสี่คิยะชิ วะตะรุ

ที่มา: <https://www.dek-d.com/teentrends/48235/>

นับได้ว่าหากเทียบกับผลงานอื่น วะตะรุนี้ เป็นมาสคอตที่มีความแปลกประหลาดสุดในหมู่เพื่อนฝูงเลยทีเดียว ด้วยรูปลักษณ์ที่เป็นเหมือนผีหน้าขาว มีไม้อยู่ข้างหลัง หากแต่ วะตะรุนี้ เป็นมาสคอต ของจังหวัดเกียวโต เพื่อทำหน้าที่โปรโมท สะพานไม้อันเก่าแก่ที่เป็นที่ขึ้นชื่อของจังหวัด

สะโทะเก็ตสึเคียว (ฟูกวาง, 2561)



## น้องพูนสุข



ภาพประกอบ 39 น้องพูนสุข

ที่มา : <https://www.bluechipthai.com/information-“เซ็นทรัลนครปฐม”เปิด-3130373830>

เป็นมาสคอตน้องใหม่ สุดน่ารักจาก เซ็นทรัล นครปฐม โดยโครงการมิชชั่นแลนด์มาร์กใหม่ใจกลางเมืองนครปฐม โดยเป็นมาสคอตที่ได้รับความนิยมในการออกแบบจาก อัตลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม ด้วยคาแรคเตอร์ที่เป็นการ์ตูน หมูใส่หมวกส้มโอที่เป็นของขึ้นชื่อจากจังหวัด ซึ่งเป็น 1 ใน 10 ไฮไลต์ที่ เซ็นทรัล นครปฐม ได้เปิดเผยมา (bluechipthai, 2567)

โดยหน้าที่หลักๆของ “น้องพูนสุข” นี้เปรียบเสมือนไกด์ หรือทูตนำการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เพื่อแนะนำถึง อัตลักษณ์ของเมืองแห่งวัดและตลาดนัด เมืองศิลปะ ห้างสรรพสินค้า และกระตุ้นถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆภายในจังหวัดนครปฐม ให้รู้จักมากยิ่งขึ้น

การทำหน้าที่เป็นไกด์ของน้องพูนสุขนั้น เป็นการนำท่องเที่ยว นำการโปรโมททั้งชีวิตจริง ที่เป็นชุดมาสคอต หรือโมเดลตั้งให้นักท่องเที่ยวมองเห็นหรือได้ชม รวมถึง ทั้งทาง Social Media Facebook TikTok เป็นให้เป็นที่สนใจแก่ผู้ที่พบเห็นต่างๆ

## กาชาปองอัปฉา

กาชาปองอัปฉานั้น เป็นตุ๊กตาแบบจิ๋ว หนึ่งในผลงานของ “คมกฤษ เทพเทียน” ที่ได้นำแนวทางที่น่าสนใจของ “ของเล่น” “รูปเคารพ” มารวมกันเป็นชิ้นงานโดยเป็นการเอาตัวอัปฉา ในบริเวณของวัดแยกออกเป็น 8 ประเภท ได้แก่ ทหาร ทหารยักษ์ เทพธิดา ฮั่นเจิ้งหลี่ ลิงถือ ลูกท้อ ลูกลิง ครุฑ และ จระเข้ มาย่อจิ๋วให้มีความน่าสนใจ ซึ่งจับต้องได้ง่าย



ภาพประกอบ 40 กาชาปองอัปฉา

ที่มา : <https://adaymagazine.com/komkrit-tepthian-gachapon-upchao>

ซึ่งความหมาย โดยเดิมของ อัปฉา นั้นคือ ของที่เอาไว้ค้าขายเป็นหลัก แต่ก็เป็นที่ของถ่วงเรือเพื่อกันไม่ให้เรือโคลงเคลงในขณะที่แล่นมา เพื่อให้ตัวเรือมีน้ำหนักบรรทุกที่เพียงพอ ไม่ให้เกิดอันตรายในท้องทะเล เป็นหน้าที่รองอีกด้วย (เปรมสารานู, 2018) โดยการนำมาทำเป็นตัวกาชาปองอย่างนี้ทำให้ผู้คนให้ความสนใจในการเข้าถึงตัวกาชาปองอัปฉาเป็นอย่างมาก เนื่องด้วย ความสดใหม่ของการนำเสนอผลงานในรูปแบบนี้ ความเข้าถึงได้ง่ายกว่าอัปฉาตัวใหญ่ และการที่จะได้มานั้นจะต้องทำการสุ่ม จากตู้สุ่ม ทำให้มีการลุ้นว่าตัวเรานั้นจะได้ตัวกาชาปองอัปฉาตัวไหน นอกเหนือจากนี้ ตัวกาชาปองอัปฉาก็ได้ให้ความรู้แก่ผู้ที่มาเยี่ยมชม ว่าตัวนี้นั้นมีประวัติที่มาความเป็นมาอย่างไร โดนที่ผู้คนไม่รู้สีกว่ากำลังถูกยึดเหยียดประวัติศาสตร์นี้ให้



ภาพประกอบ 41 หมุนกาซาปองอัปเฉา

ที่มา : <https://adaymagazine.com/komkrit-tepthian-gachapon-upchao>

การมาของกาซาปองอัปเฉานี้ทำให้ผู้คนเดินทางมายังวัด อรุณราชวรารามราชวรมหาวิหารเป็นอย่างมาก จากที่ตอนแรกตัวศิลปินได้ตั้งยอดเอาไว้ที่ 100 ตัวต่อวัน แต่กลับหมดตั้งแต่ 2 ชมแรกที่ได้เปิด จึงต้องทำการจำกัด 5 ลูกต่อคนเพื่อให้มีปริมาณเพียงพอแก่ความต้องการของผู้คนที่หลากหลาย

### หิมพานต์มาร์ชเมลโล่



ภาพประกอบ 42 หิมพานต์มาร์ชเมลโล่

ที่มา: <https://adaymagazine.com/himmapan-marshmallow>

ตัวหิมพานต์marshmallowนั้น อีกหนึ่งผลงานของ “คมกฤษ เทพเทียน” ที่เมื่อประมาณปี 2563 ได้มีกระแสการนำสัตว์ต่างๆในตำนานโบราณที่อยู่ในวัดที่ตัวช่างนั้นเรียกได้ว่าไม่ได้ทำการสร้างให้มีรายละเอียดที่ตรงกับตามภาพลักษณ์ หรือ ตามตำนานที่เราเคยกันเป็นภาพจำกัน ภาพสัตว์เหล่านั้นได้มีผู้ทำการแชร์และเรียกกัน ว่า “น้อง” (พิทักษ์กาญจนกุล, 2021; เขียมชื่น, 2020)



ภาพประกอบ 43 ใครเป็นใครในหิมพานต์marshmallow

ที่มา: <https://www.brandthink.me/content/himmapan-marshmallow>

จึงได้นำมาออกแบบ ตัดทอนรายละเอียด เพิ่มความโค้งมน ความน่ารัก สีสดใสได้เข้าไปในตัว “น้องๆ” เหล่านั้น จนทำยที่สุดแล้วก็ได้ออกมา 5 ตัว ให้เหมือนกับขบวนการซูเปอร์เซนไซ ขบวนการ 5 สี ได้แก่

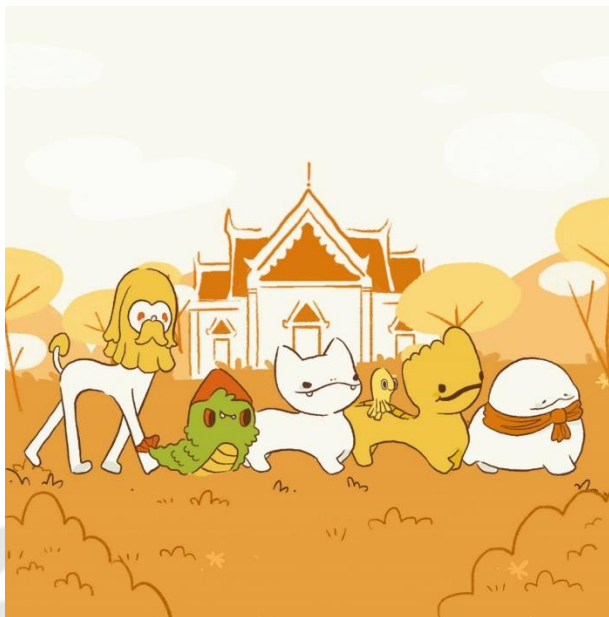
เหราหน้าหวาน จาก วัดชัยภูมิการาม

มอม จาก วัดพระธาตุขามแก่น

สิงห์ จาก วัดเกาะวาลูการาม

นาคสีฟ้า จาก วัดนรवारาม

นาคสีเขียว จาก วัดโพธิ์ศรีทุ่ง



ภาพประกอบ 44 fan art หิมพานต์มาร์ชเมลโล่

ที่มา: <https://www.facebook.com/HimmapanProject/photos/a.130182095660125/129307622414239/>

โดยตัวหิมพานต์มาชเมลโล่นี้ แต่ละตัวล้วนมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ตามที่ช่างได้ปั้นตามวัดที่มันได้มา เนื่องด้วยจากความน่ารักของตัวหิมพานต์มาชเมลโล่นี้ ทำให้มีผู้คนให้ความสนใจกันเป็นอย่างมากเช่นกันมีการวาดแฟนอาร์ต แชนด์ตัวละคร หรือ จับตัวละครต่างๆ มาทำท่าทางกริยาพูดคุยกันที่ดูน่ารัก น่าสนใจกัน ทำให้เป็นที่แพร่หลายกันไปอีก ผู้คนบางส่วนนั้นก็ได้ออกไปค้นหาข้อมูล ประวัติที่มาความเป็นมา ให้ความสนใจในการไปวัด ไปเที่ยวหาตัวต้นแบบหลักของหิมพานต์มาชเมลโล่นี้อีกด้วยเช่นเดียวกัน

## 6. การทำตัวโมเดล

### 6.1 การเลือกใช้วัสดุ

การเลือกใช้วัสดุในขั้นตอนของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์มีปัจจัยหลากหลายข้อที่ผู้ออกแบบควรคำนึง ตัดสินใจในการเลือกใช้ เพราะในขั้นตอนนี้นั้นจะสามารถกำหนดได้ถึงคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ หลากแต่การเลือกใช้ตัววัสดุในการสร้างนั้น ก็มีปัจจัยหลากหลายอย่างเช่นต้นทุน การจัดหาตัวทรัพยากร ตัววัสดุ ความคงทน ความยั่งยืน ต่างๆ

(เกสรฯ, 2008) กล่าวถึงข้อควรพิจารณาสำหรับการเลือกใช้ตัววัสดุต่าง ๆ นั้น โดยตัวผู้วิจัยเองจำเป็นต้องศึกษา หรือ พิจารณาจากคุณสมบัติของวัสดุให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผลงานที่ได้ทำการออกแบบไว้ เพื่อให้ สร้างตัวผลิตภัณฑ์ที่ ตรงตามความต้องการ มีความ

ปลอดภัยในการใช้งาน ที่เหมาะสม และ เพื่อที่จะได้ใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า เพื่อเป็นการแก้ไข หรือ ลดปัญหา ภาวะโลกร้อน การสะสมของขยะ ต่างๆ

เรซิน resin เป็นสารชนิดหนึ่งที่ได้มาจากยางเหนียวของต้นไม้หรือ การสังเคราะห์ โดยจะมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันตามแต่ที่มา เช่น เรซินจากต้นสน เรียกว่า โรซิน (Rosin) เป็นต้น โดยหลักๆ ใช้เป็นสารประกอบหลักในการแต่งและเคลือบผิว หรือ อาจจะใช้ขึ้นรูปทรงต่างๆ ขึ้นมา (Academy, 2018; F.R.P.EXPERTISE Co., 2015; เรซินอาร์ท, 2013)

หากแบ่งแยกตามเนื้อของเรซินจะมี 2 รูปแบบ ดังนี้

Nonpromote คือ เรซินที่ยังไม่ผสมสารเร่งช่วยทำปฏิกิริยา ตัวเนื้อของเรซิน จะเป็นของเหลวคล้ายน้ำมัน ใสอมเหลือง อายุการเก็บรักษาประมาณ 3 เดือน

Promote คือ เรซินที่ทำการผสมตัวสารช่วยเร่งมาแล้ว มีลักษณะคล้าย น้ำมันเครื่องแต่เป็นสีชมพูบานเย็น หรือ อาจจะมีสีคล้ายน้ำฉาบแล้วแต่ตัวสารช่วยเร่งที่ได้ผสมลงไป จุดเด่นคือใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก แต่มีอายุการเก็บ ที่สั้นแค่ 1-2 เดือน

โดยเรซินธรรมดานั้น สามารถละลายได้กับตัวทำละลายได้เกือบทุกชนิด และ นำมาใช้ประโยชน์ได้มากมาย โดยหลักๆรูปแบบของการใช้เรซินจะมีอยู่ดังนี้

ใช้ในกลุ่มงานหล่อ เช่น การหล่อตุ๊กตาเรซินจากแบบ หล่อพระ หล่อแก้วเทียม ทำของชำร่วย เครื่องประดับ

ใช้ในงานเคลือบ เช่น การเคลือบกรอบรูปวิทยาศาสตร์ เคลือบตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆ

ใช้ในกลุ่มงานขึ้นรูป เช่น ในกลุ่มงานของการผลิตไฟเบอร์กลาส การนำไปทำพลาสติกเสริมใยแก้ว

เนื่องจากเรซินนั้น นับว่าเป็น พลาสติกเหลวชนิดหนึ่ง การใช้งานอาจจะมีข้อเสียคือ มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับน้ำมันเครื่อง กลิ่นที่ฉุนแฉะตัว ได้ด้วยความร้อนที่สูง และที่สำคัญเป็นวัตถุไวไฟชนิดหนึ่ง ในขณะที่ทำการหล่อ จึงควรระวังเป็นอย่างมาก ทั้งที่จากการไวไฟ และ สารเคมีของตัวเรซินที่มีกลิ่นเหม็นฉุน ดังนั้นสถานที่ทำการผลิตของตัวเรซินจึงควรมีอากาศถ่ายเทที่สะดวก และดีพอ ห้องไม่ปิดอับ เพื่อความปลอดภัยของตัวผู้ออกแบบ และตัวผลิตภัณฑ์เอง

## 6.2 การขึ้นโมเดลด้วย 3D Printer

การสร้างต้นแบบด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ (3D Printing) เป็นกระบวนการผลิตชิ้นงานจากข้อมูลดิจิทัล โดยการเติมวัสดุทีละชั้นจากฐานจนถึงยอดสุดของชิ้นงาน วิธีนี้เรียกว่า

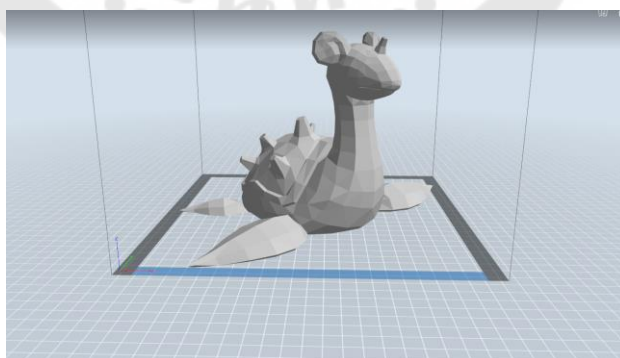
Additive Process ซึ่งแตกต่างจากวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมที่ใช้การขึ้นรูปด้วยแม่พิมพ์หรือการกัดเนื้อวัสดุ(Nattawat, 2016)

ขั้นตอนแรกในการสร้างต้นแบบด้วย 3D Printing คือการออกแบบโมเดลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ โปรแกรมประเภท Solid ที่เหมาะสำหรับงานที่ต้องการความแม่นยำสูง เช่น ชิ้นส่วนเครื่องจักรกล โดยจะสร้างโมเดลแบบ Geometry ที่กำหนดขนาดและรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ส่วนโปรแกรมประเภท Mesh จะเหมาะกับงานออกแบบอิสระที่เน้นรูปทรงภายนอก โดยจะสร้างโครงตาข่ายและปฎิวัติสู่ทึบลงไป

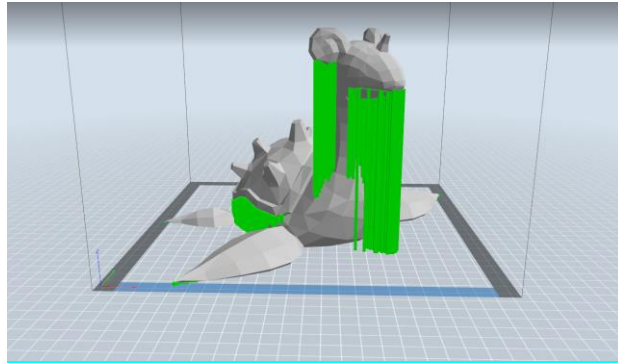
ยกตัวอย่างโปรแกรม Mesh : Blender,Zbrush,NoMad โปรแกรม Solid : 1 2 3 D Desgin,FreeCAD,Onshape เมื่อได้ไฟล์โมเดล 3 มิติที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำเข้าสู่เครื่องพิมพ์ 3D เพื่อสร้างชิ้นงานต้นแบบ หากชิ้นงานมีขนาดใหญ่หรือซับซ้อน อาจแบ่งการพิมพ์เป็นส่วน ๆ แล้วนำมาประกอบภายหลังได้ จากนั้นจึงเก็บรายละเอียดผิวของชิ้นงานให้เรียบร้อย เช่น การขัดด้วยกระดาษทราย การเจียรระโน เป็นต้น(Nattawat, 2019)

ชิ้นงานต้นแบบที่ได้จากเครื่องพิมพ์ 3 มิติสามารถนำไปใช้เป็นแม่พิมพ์ในกระบวนการผลิตขั้นต่อไปได้ทันที ทำให้สะดวกต่อการผลิตชิ้นงานจำนวนมากและลดต้นทุนการพิมพ์ 3D ซ้ำ ๆ ลงได้ อย่างไรก็ตามการสร้างต้นแบบด้วยเทคโนโลยีนี้ยังมีข้อจำกัดด้านต้นทุนอยู่ในระดับสูง

### 6.3 support ของ 3D printer

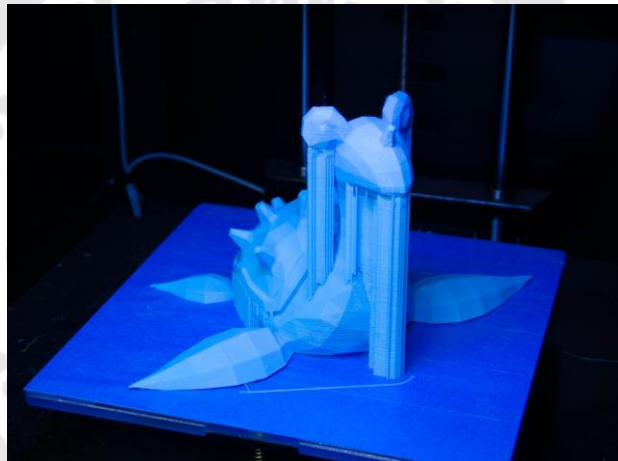


ภาพประกอบ 45 Model



ภาพประกอบ 46 Support Model

Support นั้นหมายถึงส่วนที่ยื่นออกมาเป็นฐานรองรับโมเดล ในขณะที่ทำการพิมพ์โมเดลแบบฉีดสาร ซึ่งเป็นส่วนที่โปรแกรมของเครื่องพิมพ์จะ auto สร้างขึ้นมาเพื่อ support ตัวโมเดลให้เอง



ภาพประกอบ 47 Print 3D Support Model



ภาพประกอบ 48 Model ที่ตัด Support



โดยปกติแล้ว การพิมพ์ 3D โมเดลจะเป็นการขีดสกริปพิมพ์ขึ้นไปเรื่อยๆ คล้ายคลึงกับการบีบหน้าเค้ก หากเราสมมุติว่าพิมพ์โมเดลคนยืนกางแขน พอไปถึงจุดที่ต้องกางแขนมันจะลอยอยู่ ละไม่มีอะไรรองรับ ส่งผลให้ร่วงหล่นลงมาซึ่งการ support นี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจุดที่อยู่ของตัวโมเดลที่ได้ทำการพิมพ์ขึ้นมา

การแกะ หรือ แะ support ออกจากตัวโมเดลนั้นไม่ยาก สามารถใช้กรรไกร ของมีคม หรือมือดึงได้ในบางส่วนที่ไม่หนามาก หากแต่หากผู้ทำไม่ระวังอาจจะส่งผลเสียหายแก่ตัวโมเดลหลักได้ หลากหลายปัจจัย

การแกะ แะ ออกมาแล้ว อาจจะมีบางจุดที่ไม่เรียบเนียน หรือ ขาดหายไปตามแต่ละจุดในจุดๆ นี้สามารถใช้กระดาษทราย สีเบียว หรือสีสเปย์เคลือบ พ่นทับตัวงานได้เพื่อให้เกิดความเรียบร้อยสวยงาม

#### 6.4 การลงสีโมเดล

เมื่อตัวโมเดลเสร็จสิ้นแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการลงสีให้กับชิ้นงาน ซึ่งนับเป็นส่วนที่สำคัญยิ่งในการสร้างสรรค์ผลงาน ผู้ออกแบบควรเลือกใช้โทนสีที่เหมาะสมกลมกลืนกัน เพื่อให้ตัวโมเดลมีความน่าสนใจและสวยงามยิ่งขึ้น

ก่อนจะเริ่มทาสี จำเป็นต้องมีการรองพื้นผิวของโมเดลก่อน โดยอาจลงสีรองพื้นได้หลายชั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ออกแบบ หากพบว่าผิวโมเดลเดิมยังใฝ่ให้เห็น อาจลงสีรองพื้นได้ถึง 3-4 เทียวก เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อสีจะเกาะติดแน่นและทึบทั่วถึง โดยสามารถใช้สีสเปย์หรือสีอะคริลิกเพื่อรองพื้นได้ (Nattawat, 2016)

ขั้นตอนลงสีนี้ต้องคำนึงถึงเนื้อสีและคุณสมบัติของสีที่ใช้ด้วย เช่น ความโปร่งใส ความมันวาว ยึด และปริมาณของสี เพราะจะมีผลต่อการติดทับของชั้นสีในแต่ละรอบ ซึ่งผู้ออกแบบต้องทดลองและปรับใช้ให้เหมาะกับชิ้นงาน เพื่อให้สีที่ลงไปนั้นคมชัดและเงางามตามต้องการ

การรองพื้นและลงสีโมเดลอย่างประณีต จะช่วยให้ได้ชิ้นงานที่มีความสมบูรณ์แบบ เต็มไปด้วยเอกลักษณ์ และสร้างความประทับใจแก่ผู้พบเห็นได้อย่างแน่นอน

**การใช้ Air Brush** ตัว Air Brush นั้นสามารถเรียกได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพ่นสี เพราะว่าตรงช่วงรอยต่อระหว่างชิ้น หากทำการลงเลยโดยไม่ใช้ Air brush เมื่อแห้งแล้วจะเห็นเป็นตุ่มหรือดิ่งตามชิ้นงานช่วงรอยต่อ Air Brush จะมาช่วยลดปัญหาในจุดนั้น และสามารถคุมปริมาณของสีให้อยู่ตามที่กำหนดได้อีก

แอร์บรัชแบบ สองจังหวะ (Double Action) เป็นแอร์บรัชที่มีรูปแบบการทำงานสองจังหวะ โดยเมื่อผู้ใช้กดไกกลางจะทำให้ลมออกมา โดยเมื่อถอยหลังตัวไก จะเป็นการควบคุมปริมาณการออกของสีได้ ยิ่งถอยไกออกไปมาก ปริมาณสีที่ออกไปก็จะมากขึ้น ทำให้ง่ายกว่าการควบคุมแบบแรก (Single Action) ทำให้สามารถใช้งานงานที่ต้องการตัวเทคนิคได้ดี

เมื่อจะทำการพ่นสีโดยการใช้ Air Brush ตัวผู้ออกแบบควรจัดเตรียมสถานที่การทำงานให้ดีเรียบร้อย เนื่องจากมีอันตรายหลายอย่างหากใช้ Air Brush แบบไม่ระมัดระวัง แก๊ส สี หรือควันพิษต่างๆ สำหรับการพ่นตัวแอร์บรัชนั้น อาจจะมีติดไฟได้ หรือ เป็นมลพิษสำหรับตัวผู้ใช้งานได้ และ ควรดูตัวเนื้อสีที่ได้ทำการพ่นไปให้ดีแล้วเสียก่อน หากทำการพ่นแบบลวกๆ จะทำให้สีดูไม่เรียบเนียน และ อาจเกิด ฟองอากาศได้ ควรทำให้เรียบเนียนไปที่ละชั้น จากนั้นรอให้สีแห้งสนิทแล้วทำการลงสีชั้นตอนให้ ให้ผลงานสำเร็จเรียบร้อย



ภาพประกอบ 49 การทำงานของ Double Action

ที่มา :

[https://www.monotaro.co.th/p/24957652.html?utm\\_medium=cpc&utm\\_source=googlepls&gclid=Cj0KCQiAhf2MBhDNARIsAKXU5GRFy8TITnLNbERr7mUKAMU1I9UorZ8DcSpCRugG5sSVINKQLKXmVDYaAkmCEALw\\_wcB](https://www.monotaro.co.th/p/24957652.html?utm_medium=cpc&utm_source=googlepls&gclid=Cj0KCQiAhf2MBhDNARIsAKXU5GRFy8TITnLNbERr7mUKAMU1I9UorZ8DcSpCRugG5sSVINKQLKXmVDYaAkmCEALw_wcB)



ภาพประกอบ 50 Double Action Air Brush

#### ข้อดี

- 1.ควบคุมปริมาณสีได้ง่าย และ อีสระ
2. มีการผลิตออกมาหลากหลายรูปแบบ
3. ใช้ปริมาณสีโดยรวมน้อยกว่าแบบแรก (Single Action)

#### ข้อเสีย

- 1.มีกลไกภายในที่ซับซ้อนกว่ารูปแบบแรก
- 2.ราคาแพงกว่า
- 3.เนื่องจากที่กลไกที่ซับซ้อนกว่า การดูแลรักษา จะต้องเน้นมากกว่ารูปแบบแรก

(144smshop, 2017; BBboy, 2014; สุวัฒน์ะสังข์, 2008)

## 7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยการออกแบบ Art Toy ที่ผสมผสานอารมณ์ความรู้สึกของวัยเด็กเข้ากับการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ พบว่ากระบวนการออกแบบที่ยอดเยี่ยมนั้น ไม่เพียงแต่ต้องตอบสนองความพึงพอใจของผู้เล่นเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องตอบสนองในด้านการใช้งานของเล่นอีกด้วย ในความเป็นของเล่นศิลป์ ทั้ง การนำไปจัดวาง การเล่น การถ่ายรูปภาพ ของเล่นที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นจะสามารถมอบประสบการณ์ที่ดีและแปลกใหม่ให้กับผู้เล่นและผู้ออกแบบได้ โดยอารมณ์ของของเล่นนั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงอารมณ์ ณ ขณะนั้นของตัวผู้ออกแบบ ความรู้สึกต่างๆ ตัวของเล่นสามารถลดช่องว่างระหว่างนักออกแบบกับผู้เล่นของเล่นได้ หากผู้ออกแบบมีความอยากที่จะสร้างสูง และ กระตือรือร้นเป็นอย่างมาก การสร้างของเล่นชิ้นนี้ออกมาก็จะมีคุณค่า และจะ

กลายเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ได้และเป็นงานศิลปะได้ในเวลาเดียวกัน (ฟาน & วนิชวัฒนาวุฒิต, 2020)

(วรรณะปกรณ et al., 2018) ได้ศึกษาละค้นพบว่า การออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ควรมีการผลักดันออกไป เพื่อสื่อสารให้ทราบถึงตัวการ์ตูนนั้นๆ อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรศึกษาการทดลองในตลาดจริง ประเมินถึงความพึงพอใจต่อผลงาน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและต่อยอดได้หลากหลาย จนสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้ในอนาคต

(สร้อยจุ, 2014) ได้วิจัยการออกแบบมาสคอต ผ่านทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ กรณีศึกษาคณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรมและค้นพบว่ากระบวนการออกแบบมาสคอตจาก ทฤษฎีนั้นจะต้องปรับให้สอดคล้องไปกับความเหมาะสมของบริบทขององค์กรหรือชุมชนที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ โดยตัวสังคมมีอิทธิพลต่อการกำหนดโครงสร้างตัวละคร การสร้างภาพให้เป็นที่จดจำด้วยความน่ารักสดใสจะช่วยให้องค์กรเข้าถึงตัวจิตใจของผู้คนได้โดยง่าย

(กาญจนพ่ายัพ, 2561) ได้ศึกษารูปทรงเพื่อสร้างงานประติมากรรม Art toy และได้ข้อสรุปว่าปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คือรูปของงาน ที่สวยและดึงดูดแก่ผู้คน รูปทรงลักษณะลดทอนเป็นรูปทรงที่ส่วนใหญ่ผู้คนจะชอบกัน โดยผู้วิจัยได้ขึ้นรูปทรง 3 มิติ และพิมพ์ออกมาให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองก่อนจะออกมาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อหารูปทรงที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้

(กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกท่องเที่ยวของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ข้อสรุปว่าองค์กรควรให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร การแจ้งงบประมาณในการท่องเที่ยว มหกรรมต่างๆของการท่องเที่ยว และก็ควรให้ความสำคัญกับความคิดเห็นในการใช้บริการเช่นเดียวกัน

(Aditya Satyagraha, 2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของเมือง โดยการพยายามใส่ภาพลักษณ์ของเมืองในระดับโลก พบว่าในทุกๆวันนี้การพัฒนาและคัดเลือกเอกลักษณ์ของเมืองในอินโดนีเซีย กลายเป็นส่วนหนึ่งในแพลตฟอร์มที่มีการออกแบบมาสคอตอันเป็นเอกลักษณ์ โดยหลังจากได้ทำการศึกษาแล้วค้นพบว่า มาสคอต ที่สำคัญของเมือง Malang มีความเป็น “สิ่งโต” “ความสวยงาม” “การศึกษาเป็นองค์ประกอบหลัก” โดยวิธีการนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งที่รัฐบาลของเมืองนั้นต้องทำการกระตุ้นและสื่อสารให้ผู้คนสนใจ

(Boonpat, 2017) ทำการศึกษาเรื่อง Influence of food companies' brand mascots and entertainment companies' cartoon media character on children's diet and health: a

systematic review and research needs เพื่อทำความเข้าใจว่ามาสคอตของแต่และแบรนด์ส่งผล และ อิทธิพลอย่างไรกับเด็กในเรื่องอาหาร ทั้งการลดขอบเขต หรือ โน้มน้าวใช้ในอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ซึ่งจากผลการศึกษาค้นพบว่าการสร้างแบรนด์ตัวการ์ตูนในสื่อสามารถทำได้ และ ช่วยเพิ่มการบริโภคผักและ ผลไม้ให้กับเด็กไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

(Fathoni, 2023)ทำการค้นคว้าเรื่อง Design Thinking for Sustainable Mascot Character Design ได้กล่าวว่า การนำแนวความคิดการออกแบบยั่งยืน มาสร้างสรรค์ มาสคอตที่น่าดึงดูด เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งแรกในการทำ หากแต่เป็นการรวบรวมและวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามความชอบในเชิงลึก และการสร้างสรรค์ มาสคอตโดยการคัดลอกจากสิ่งที่มีอยู่มีความเสี่ยงที่จะสร้างสิ่งทีมาจากสิ่งทีเราลอกเรียนแบบมาได้ ซึ่งในจุดนี้เป็นสิ่งทีน่าเป็นห่วง



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 1 การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 2 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 4 การดำเนินงานวิจัย

#### 1 การกำหนดประชากรและการสุ่มหากกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

###### 1.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชาชนจังหวัดสมุทรปราการ

###### 1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ครอบคลุม ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 100 คนอายุ 12-50 ปี ทั้งเพศชายและหญิง โดยใช้การคัดเลือกแบบสุ่ม

###### 1.1.3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในด้านสาขาที่เหมาะสม โดยคัดเลือกจากที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์จริง

ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

###### 1.1.4 ขอบเขตผลงานสร้างสรรค์

ชุดมาสคอต ที่แสดงเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ 1 ชุด 6 ชิ้น

#### 2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษาและการวิจัย โดยการสำรวจแบบสอบถามเพื่อทำความเข้าใจถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการที่ประชาชนในพื้นที่สังเกตเห็น ให้ความสนใจ และ ต้องการที่จะนำเสนอ รวมไปถึงแบบสอบถามถึงความคิดเห็นในตัวละคร มาสคอต คาแรคเตอร์ เพื่อประเมินหาแนวทางการออกแบบที่เหมาะสมกับผู้บริโภคนำมาปรับใช้ในแนวทางการออกแบบของตัวผู้วิจัยเอง

## 2.1 การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนน และวัดค่าโดยสร้างแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบเป็นแบบประเมินค่า ( Rating Scale ) ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ ตามแบบของ อาร์.เอ.ลิเคิร์ต ( R.A.Likert ) หรือ ลิเคิร์ตสเกล ( Likert Scale ) โดยกำหนดให้มีน้ำหนักเปรียบเทียบกัน เป็นการแบ่งมาตรฐานประมาณค่าของการตีความหมายออกเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับดังนี้

5 หมายถึง มากสุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง มากสุด

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เฉยๆ

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

วิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ( Rating Scale ) 5 ระดับ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ ลิเคิร์ต ( Likert ) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (  $\bar{x}$  ) และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (  $s$  ) โดยแปลผลเป็นระดับใช้เกณฑ์ดังนี้ ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 – 5.00 อยู่ในระดับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 4.20 อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.16 – 3.40 อยู่ในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 1.80 อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวม 3 ชุด

2.1.1 แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ

ประกอบด้วยชุดคำถาม ดังนี้

2.1.1.1 ข้อมูลทั่วไป ชุดคำถาม 5 ข้อ

2.1.1.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ ชุดคำถาม 11 ข้อ

2.1.2 แบบสอบถาม สํารวจความคิดเห็นและความสนใจใน Mascot ประกอบด้วยชุดคำถาม ดังนี้

2.1.2.1 ข้อมูลทั่วไป ชุดคำถาม 5 ข้อ

2.1.2.2 ข้อมูล Mascot ชุดคำถาม 5 ข้อ

2.1.3 แบบสอบถาม สํารวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความสนใจและเข้าใจใน Mascot ที่ผู้วิจัยนำเสนอ

ประกอบด้วยชุดคำถามดังนี้

2.1.3.1 ข้อมูลทั่วไป ชุดคำถาม 2 ข้อ

2.1.3.2 ความรู้สึกที่มีต่อภาพรวมผลงานโมเดล มาสคอต 7 ข้อ

2.1.3.2 ความรู้สึกที่มีต่อภาพรวมผลงานภาพถ่าย 2 ข้อ

2.1.3.3 ความรู้สึกที่มีต่อภาพรวมของผลงานตัดต่อ 3D Mascot 2 ข้อ

### 3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสื่อออนไลน์ จากการศึกษาทุติยภูมิ ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับจังหวัดสมุทรปราการ ประวัติ ประเพณี วัฒนธรรม ของประจำเมือง เพื่อทำความเข้าใจในเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ และการออกแบบคาแรคเตอร์ มาสคอต ต่างๆ ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ ญี่ปุ่น จีน เพื่อวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ที่เหมาะสมกับการนำมาปรับใช้ให้เข้ากับรูปแบบของตัวงาน

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถาม เพื่อหาแนวทางการออกแบบชุดผลงานจังหวัดสมุทรปราการ ที่สามารถนำไปปรับใช้เข้ากับทั้งตัวความต้องการของผู้บริโภคและแนวทางการออกแบบของตัวผู้วิจัยให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันที่ต้องการ

3.3 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.3.1 ข้อมูลจากหนังสืออ้างอิง และ เอกสาร ห้องสมุดกลาง

หอสมุด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

3.3.2 ข้อมูลจากสถานที่

จังหวัดสมุทรปราการ

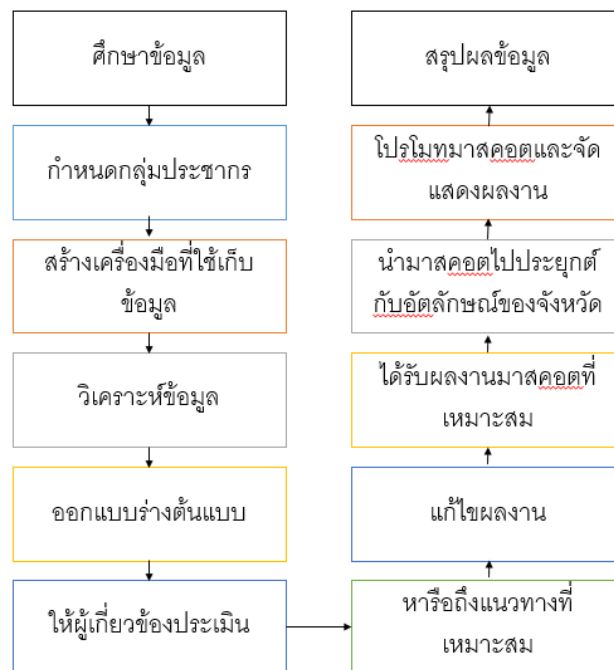


### 3.3.3 ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ

#### 4 วิธีดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และการเก็บรวบรวมภาคสนาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายและประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตของเนื้อหาตามขั้นตอนดังนี้

- 4.1 ศึกษาข้อมูล เอกสารงานวิจัย และ สื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง
  - 4.2 กำหนดประชากรและทำการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง
  - 4.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัย
  - 4.4 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นและรวบรวม
  - 4.5 ออกแบบร่างผลงานต้นแบบ
  - 4.6 นำผลการออกแบบให้ผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำชุมชน ทำการประเมินผล
  - 4.7 ทหารู้ถึงแนวทางของตัวผลงานให้เหมาะสม
  - 4.8 แก้ไขผลงานตามแนวทางที่ได้รับมา
  - 4.9 ได้รับผลงานต้นแบบมาสคอต
  - 4.12 นำชุดผลงานมาสคอตไปสู่สถานที่อัตลักษณ์ต่างๆ
  - 4.13 จัดแสดงผลงานและโปรโมท
  - 4.14 สรุปประเมินผล
- 4.2 แผนผังวิธีการดำเนินงานวิจัย



ภาพประกอบ 51 แผนผังการดำเนินงานวิจัย

## บทที่ 4 ผลงานการสร้างสรรค์

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์มาสคอตเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ” นี้โดยสรุปหาปัจจัยของอัตลักษณ์จังหวัดสมุทรปราการออกมา ให้มีความสอดคล้องกับการต่อยอดเชื่อมโยงไปกับการโปรโมท ผู้จังหวัดให้เป็นที่จดจำแก่นักท่องเที่ยว ผู้บริโภค หรือผู้ที่ให้ความสนใจแก่ตัวจังหวัด สร้างโอกาส และ ความรู้ ความนึกถึงแก่จังหวัดสมุทรปราการ โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัย ออกเป็นดังนี้

### 4.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการออกแบบ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนด กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการออกแบบโดยเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มคน 100 คนที่มีความสนใจจากจังหวัดสมุทรปราการ

ตาราง 1 กลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ

กลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ	
<b>เพศ</b>	<b>ร้อยละ</b>
ชาย	53%
หญิง	47%
<b>อายุ</b>	<b>ร้อยละ</b>
ต่ำกว่า 20	6%
21-30	63%
30-41	25%
41 ขึ้นไป	6%
<b>รายได้ที่เปิดเผยได้</b>	<b>ร้อยละ</b>
ต่ำกว่า 15000	39%
15001-30000	33%
30001-40000	10%
40001 ขึ้นไป	18%

ตารางที่ 1 แสดงถึงข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายที่ใช้สำรวจ ในการทำแบบสอบถามครั้งนี้ โดยได้ผลสรุปจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายดังนี้ เพศชายมากกว่า เพศหญิง อายุ 21-30 ปี มากที่สุด อายุ 30-41 ปี รองลงมา อายุ ต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีจำนวนเท่ากันเพียง 6 เปอร์เซ็นต์

ตาราง 2 ปัจจัยแรงดึงดูด

ปัจจัยแรงดึงดูด		
ปัจจัยต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ท่องเที่ยว	54	54
ประเพณี วัฒนธรรม	12	12
ของขึ้นชื่อ	25	25
การเดินทาง (BTS รถเมล์ รถยนต์ส่วนตัว)	3	3
อยู่ใกล้ กทม.	6	6
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 2 เป็นข้อมูลที่กล่าวถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลกับนักท่องเที่ยวมีความสนใจในการออกไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ จากข้อมูลในตารางที่ พบว่า นักท่องเที่ยวจังหวัด 4.2 สมุทรปราการ ปัจจัยดึงดูดใจในการท่องเที่ยว จำแนกตามทรัพยากรการท่องเที่ยวตามลำดับ จากแรงดึงดูดใจมากไปน้อย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว ประเพณีวัฒนธรรม สินค้าขึ้นชื่อ ความสะดวกในการเดินทาง BTS รถเมล์ รถส่วนและสถานที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ

ตาราง 3 สถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจ

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสนใจ(เลือกได้หลายข้อ)		
สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พิพิธภัณฑ์ทหารเรือ	23	5.18
พิพิธภัณฑ์ป้อมผีเสื้อสมุทร	21	4.73
ตลาดน้ำโบราณ 100 ปี บาง พลี	41	9.23
พิพิธภัณฑ์เรือหลวงแม่กลอง	26	5.86
ฟาร์มจระเข้	33	7.43
วัดอโศการาม	22	4.95
วัดพระสมุทรเจดีย์	31	6.98
ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	57	12.84
พิพิธภัณฑ์ปลากัด	14	3.15
เมืองโบราณ	62	13.97

ตาราง 3 (ต่อ)

สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ	45	10.14
สถานตากอากาศบางปู	69	15.54
<b>รวม</b>	<b>444</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ ทั้ง 4 หมวดหมู่ พิพิธภัณฑ์, ตลาด, วัด, อื่นๆตามลำดับดังนี้ สถานตากอากาศบางปู เมืองโบราณ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ ตลาดน้ำโบราณ 100 ปี บางพลี ฟาร์มจระเข้ วัดพระสมุทรเจดีย์ พิพิธภัณฑ์เรือหลวงแม่กลอง พิพิธภัณฑ์ทหารเรือ วัดอโศการาม พิพิธภัณฑ์บ่อมณีเสื่อสมุทร และ พิพิธภัณฑ์ปลาแก้ว

ตาราง 4 สินค้าที่สนใจ

สินค้าที่มีความสนใจ(เลือกได้หลายช่อง)		
สินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ขนมเกรสดอกเจ็ยก	28	13.27
น้ำพริกตาแดงปลาสด	17	8.06
ขนมจาก	47	22.27
ปลาสดแห้งบางบ่อ	78	36.97
กุ้งเหยียด	41	19.43
<b>รวม</b>	<b>211</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าสินค้าที่เป็นของขึ้นชื่อประจำจังหวัด หรือสินค้า OTOP ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจกับตัวจังหวัด ตามลำดับดังนี้ ปลาสดแห้งบางบ่อ ขนมจาก กุ้งเหยียด ขนมเกรสดอกเจ็ยก น้ำพริกตาแดงปลาสด

ตาราง 5 ประเพณีที่สนใจ

ประเพณีที่ให้ความสนใจ(เลือกได้หลายช่อง)		
ประเพณี	จำนวน	ร้อยละ
งานแห่เจ้าพ่อสำโรง	7	4
ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ	14	8
สงกรานต์พระประแดง	54	30.86
ประเพณีรีบบัว	41	23.43
งานนมัสการพระเจ้าเจดีย์กลางน้ำ	59	33.71
<b>รวม</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจกับประเพณีวัฒนธรรม ที่จัดกัน ในจังหวัดสมุทรปราการ ตามลำดับดังนี้ งานนมัสการพระเจ้าเจดีย์กลางน้ำ สงกรานต์พระประแดง ประเพณีรีบบัว ประเพณีแห่หงส์ธงตะขาบ และงานแห่เจ้าพ่อสำโรง

ตาราง 6 รูปแบบลักษณะ

ลักษณะรูปแบบมีความสนใจ(เลือกได้หลายช่อง)		
ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
อาหาร (เป็นมื้อ กินพร้อม ซักร่วม)	0	0
สิ่งของเอกลักษณ์	40	21.16
ดอกไม้	14	7.41
ญาติ/เทวดา	23	12.17
สัตว์ป่าหิมพานต์	25	13.23
สัตว์ต่างๆ	59	31.22
มนุษย์	28	14.81
<b>รวม</b>	<b>189</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 6 พบว่ารูปแบบลักษณะของผลสำเร็จสุดท้ายตัวมาสคอตที่จะเป็นในลักษณะใด ในมุมมองของกลุ่มเป้าหมายสนใจหรือคิดว่าเหมาะสม ตามลำดับดังนี้ สัตว์ต่างๆ สิ่งของเอกลักษณ์ มนุษย์ สัตว์ป่าหิมพานต์ ญาติ/เทวดา และ ดอกไม้





การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความคิดเห็นจากประชาชนจังหวัดสมุทรปราการ 100 คน โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยได้ผลสรุปจากข้อมูลดังนี้

ตาราง 7 อันดับเนื้อหาสาระสำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ

เนื้อหาสาระ สำหรับการ ท่องเที่ยว	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
สถานที่ท่องเที่ยว	สถานตากอากาศบางปู	เมืองโบราณ	ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
สินค้า	ปลาสดแห้งบางปู	ขนมจาก	กุ้งเหยียด
ประเพณี	งานนมัสการพระสมุทรเจดีย์กลางน้ำ	สงกรานต์พระประแดง	ประเพณีรับบัว
ลักษณะรูปแบบ	น้ำ สัตว์ต่างๆ	สิ่งของเอกลักษณ์	คน(มนุษย์)

สรุปโดยจากตารางทั้งหมดจากตารางที่ 7 พบว่าภาพอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีต่อจังหวัดสมุทรปราการ โดยส่วนมากที่ผู้คนให้ความสนใจนั้น มีความสอดคล้องถึงทะเล แม่น้ำ หรือสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวกับน้ำเป็นอันดับแรกๆ สังเกตได้จาก งานนมัสการพระเจดีย์กลางน้ำ ปลาสดแห้ง หรือสถานตากอากาศบางปู ซึ่งสอดคล้องกับตัวจังหวัดที่เป็นเมืองท่า ผู้วิจัยจึงได้นำองค์ประกอบเหล่านี้ออกมาสู่การออกแบบ โดยจะตั้งค่านึงถึง น้ำ สัตว์ เป็นหลักสู่คาแรคเตอร์ต้นแบบ รวมถึง ปี 2567 นี้ฟาร์มจะเข้ กำลังที่จะกลับมาเปิดให้บริการอีกรอบ ในวันที่ 1 เมษายน 2567 หลังจากผ่านพ้นวิกฤตโควิด 19 ที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงต้องการนำเสนอ โปรโมทให้ผู้คนทั่วไปได้ทราบถึงจุดนี้

## ตาราง 8 จำแนกอัตลักษณ์

รูปลักษณ์	ชื่อ	อัตลักษณ์
	สถานตากอากาศบางปู	สถานตากอากาศ นกนางนวล สัตว์น้ำ อนุบาลสัตว์น้ำ ป่าโกงกาง ทะเล
	ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	ตลาดน้ำ สินค้า พ่อค้าแม่ค้า เรือ ผึ้ง
	ฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ	ฟาร์ม จระเข้ พรวานจระเข้ การแสดงโชว์ สวนสัตว์
	พระเจดีย์	พระเจดีย์กลางน้ำ ศาสนาวัฒนธรรม งานพระเจดีย์ สมุทรปราการ



## ตาราง 8 (ต่อ)

รูปลักษณะ	ชื่อ	อัตลักษณ์
	หอชมเมืองสมุทรปราการ	หอชมเมือง กล้องส่องเมือง ที่ว่าการจังหวัด แหล่งข้อมูล
	ประเพณีรับบัว/โยนบัว	ดอกบัว เรือ แม่น้ำ องค์พระ
	ปลาสดแห้งรสดี	ปลาสดแห้ง ตัดหัว ใส่ทะเล็ก ของขึ้นชื่อ
	ขนมจาก	ใบจาก เนื้อมะพร้าว ย่าง ของขึ้นชื่อ
	กุ้งเหยียด	กุ้ง เหยียดตรง ของขึ้นชื่อ

จากตารางนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และดึงรูปแบบออกมาเป็นหลักอักษรในของแต่ละอัตลักษณ์เพื่อความสะดวกและความเข้าใจในการออกแบบสู่มาสคอตในขั้นตอนต่อไป

## 4.2 ขั้นตอนการออกแบบร่างในขั้นแรก

ในการออกแบบโมเดล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทีวิเคราะห์แล้วต่างๆผสมกับการศึกษาถึงเทรนต่างๆที่กำลังมาในตอนนี้อย่าง Art Toy ที่มีความคล้ายคลึง กับตัวมาสคอตที่ผู้ออกแบบต้องการที่จะออกแบบขึ้นมา โดยมีแนวความคิดที่ได้ดังนี้

1 การกำหนดแนวความคิด ที่จะทำขึ้นมา กำหนดถึงรูปร่าง สไตล์ เช่น สัตว์ มนุษย์ หรือ หนือจริง และศึกษาถึงกลุ่มเป้าหมาย

2 ร่างแบบขึ้นมาให้น่ารัก ตรงตามที่กำหนด

3 สร้างแบบโมเดล 3D ขึ้นมา จากจะเน้นตรงรายละเอียดและการตัดทอนที่มีลวดลาย

4 ตกแต่งให้หนือจริง ภาพโมเดลคาแรคเตอร์ของเราจะได้มีการใส่เพิ่มถึงจินตนาการที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ชมให้ความสนใจ

### 4.2.1 ปัจจัยการสร้างตัวละคร

การออกแบบ จะเน้นถึง 3 อย่างเป็นหลัก

4.2.1 ความเรียบง่าย การที่เรียบง่าย ตัดทอน มีรายละเอียดที่สวย ละจำกััด ไม่รกเกินไป ทำให้โมเดลมีความง่ายต่อการจดจำและเป็นที่น่าสนใจ

4.2.2 ความกลมกลืน มาสคอตควรมีรูปลักษณ์ที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับแบรนด์

4.2.3 การมีส่วนร่วม เนื่องจากการออกแบบครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะให้ผู้ชม หรือ ผู้รับสารนั้น รู้ถึงจังหวัดสมุทรปราการ การมีส่วนร่วม ทั้งเรื่องการติดต่อ หรือ พูดคุยกันถึงเรื่องนี้ถือว่าตรงตามจุดประสงค์เป้าหมายของตัวผู้วิจัย

### 4.3 รูปแบบร่างครั้งที่ 1



ภาพประกอบ 52 สเก็ทพระเจดีย์

ภาพร่างผลงานชิ้นแรกเป็นการนำพระสมุทรเจดีย์ กับ งานเจดีย์สมุทรปราการ ซึ่งเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้มาเป็นหลักสำคัญในการออกแบบผลงานชิ้นนี้โดย มีจุดเชื่อมโยงกันคือ เจดีย์ ซึ่งเป็นจุดส่วนรวมของประชาชนชาวสมุทรปราการ โดยรูปลักษณะหลักนั้นจะมาจาก พระเจดีย์กลางน้ำ ของสมุทรปราการโดยวางไว้ 3 องค์ ขนาดด้านซ้ายขวา ส่วนฐานเป็นคลื่นน้ำเพื่อแสดงออกถึงน้ำซึ่งเป็นฐานและ รากฐานสำคัญ ของสมุทรปราการ ส่วนสีที่ใช้เป็นหลักในงานนี้ม่วง ขาว เหลือง เนื่องจากงานเจดีย์เป็นงานที่จะเริ่มจัดช่วงเย็น-กลางคืน บรรยากาศท้องฟ้าจะ ออกไปทางมืดๆ ม่วงๆ ประกอบกับแสงของเจดีย์ที่ประดับออกมาทำให้เป็นสีม่วง ชมพูเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงหยิบเอาจุดนี้มาเป็นสีจุดเด่นในการออกแบบ ตัดด้วย สีขาว และ เหลืองซึ่งเป็นสีอ่อน และสีกลางคู่ตรงข้าม ส่วนของฐานที่เป็นน้ำใช้สีฟ้าอ่อนเป็นหลัก ตามีน้ำแต่แทรกด้วย สีม่วง และ เหลืองผสมเขียว เพื่อดึงองค์ประกอบโดยรวมของผลงานให้เข้ากัน

ตาราง 9 สเก็ทมาสคอตพระเจดีย์

กำหนดองค์ประกอบของมาสคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	-พระเจดีย์กลางน้ำ -งานเจดีย์สมุทรปราการ
รูปลักษณะ	-เจดีย์ โดยมีฐานเป็นคลื่นน้ำชัดโดยรอบ
รูปแบบ	-สถานที่จริง -สัดส่วน คือ 1:1
โทนสี	โทนม่วงทาสเทล,ฟ้า,เหลือง และ ขาว

## ตาราง 9 (ต่อ)

รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ลักษณะนิสัย	-มันคง สุขุม -สถานที่สำคัญ -ความยิ่งใหญ่
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	-เป็นมาสคอตที่สื่อถึงพระเจดีย์กลางน้ำที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด สมุทรปราการ เหมือนเป็นมาสคอต แลนมาร์คของจังหวัด ที่ทุกคนเห็นแล้ว ต้องรู้ว่ามาจากจังหวัดไหน -ลายเส้นมันคง ออกไปทางการเป็นส่วนใหญ่



ภาพประกอบ 53 สเกิดมาสคอตปลาสลิด

ภาพร่างผลงานชิ้นที่สอง เป็นการนำปลาสลิด กับ งานประเพณีสงกรานต์พระประแดง มาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบหลัก โดย อัตลักษณ์ทั้ง 2 แบบที่ผู้วิจัยได้เลือกใช้คือ ปลาสลิดที่โดนตัดหัว ออก ไล่ทะเล็ก ที่วางขายที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยนำมาดัดแปลงเป็นตัวรูปลักษณะหลัก หากแต่ หากนำลักษณะโดยตรงที่ ตัดหัว และ ไล่ทะเล็กมาเลย ภาพมาสคอตตัวนี้น่าจะโหดร้ายเกินไป ผู้วิจัยจึงเปลี่ยนเพิ่มความน่ารักขึ้นโดยดึงองค์ประกอบของ JAWS หน้าฉลามที่เป็นที่โด่งดัง มาเป็นรูปลักษณะหลักที่เป็นปลา โผล่หัวขึ้นไปกระโจนเหยื่อ แบบ 3 เหลี่ยม นำมาใส่กับปลาสลิดนี้ โดยตัดส่วนหัวออกไป ย้าย ดวงตามาไว้บริเวณปากโดยตรง ปากทำอ้ากว้าง กลวงเข้าไปเหมือนกับตรงส่วนหัวของปลาที่โดนตัดไป ส่วนคลีบปลา ตรงสันหลังยาวไปถึงบริเวณหาง ปลาเปลี่ยนเป็นเหมือนทรงผมตั้งที่มีลักษณะคล้ายกับคลีบปลาเดิม ในส่วนของประเพณีสงกรานต์พระประแดง เป็นประเพณีที่จะใส่ชุดไทยเล่นน้ำกัน หรือเข้าร่วมพิธี ผู้วิจัยจึงได้ดึงเอาชุดไทย

กางเกง พร้อมผ้าผูกเอว ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยมาใช้เป็นเครื่องแต่งกายของมาสคอตชิ้นนี้ โดย โทนสีหลักในส่วนของรูปลักษณะตัวละครหลักผู้วิจัยเลือกสีเขียวอ่อนเป็นสีหลัก เพราะต้องการให้มาสคอตมีสีสันที่หลากหลาย และสีดั้งเดิมสีเทา ออกจะดูไปทางหมองหม่นเสียมากกว่า ตัดกันด้วยสีจุดฉาก สีส้มจากปาก ที่ได้มาจากไข่ของปลา สีแดงสดใช้ในส่วนของกางเกง เครื่องแต่งกาย แขนมด้วยสีชมพูเพื่อเกลี้ยให้เบาและกลมกลืนไปกับสีเขียวจากตัวหลัก

ตาราง 10 สเก็ตมาสคอตปลาสด

กำหนดองค์ประกอบของมาสคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	- ปลาสดแห้งรสดี - สงการณ์พระประแดง
รูปลักษณะ	- ปลาสดที่น่ารัก ใสชุดไทยที่สื่อถึงประเพณีสงการณ์พระประแดง
รูปแบบ	- ตัวการ์ตูนเสมือนจริง - สัดส่วน Chibi หรือ S.D คือ 3:5
โทนสี	โทนตัดกัน สีเขียว กับ แดง
ลักษณะนิสัย	- มีสีสัน - เข้าถึงง่าย - มีความเป็นตัวการ์ตูนที่ไม่น่ากลัว
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	- เป็นมาสคอตที่สื่อถึงปลาสดแห้ง ที่ตัดคอ ใต้ทะเล อันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด ตัดแปลง ตัดทอน ส่วนจุดเด่นที่คอ/หน้าโดนตัด เป็นส่วนใบหน้าที่กำลังอ้าปากคล้ายกับ ปลาฉลามของ JAWs ผสมกับการแต่งกายชุดไทย ในสงการณ์พระประแดง



ภาพประกอบ 54 สเก็ตฟาร์มจระเข้

ภาพร่างผลงานชิ้นนี้เป็นการดึงอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว ฟาร์มจระเข้มาเป็นหลัก โดยจะเป็น 2 ตัวละคร คือจระเข้ และพรานจระเข้ ที่มีอยู่ในฟาร์ม โดยรูปท่าทางเป็นการแสดงการเอา

หัวลอดผ่านปากจระเข้ ที่น่าหวาดเสียว และ เป็นจุดเด่นของฟาร์มจระเข้ นี้ โดยท่าทางของมาสคอต นั้น ตัวจระเข้จะเป็นการนอนเอนลงไป แล้วอ้าปาก ส่วนตัวพรานนั้นก้มเอนหัวลงไป เปรียบเสมือนกับจะเอาหัวลอดปากจระเข้ เป็นมาสคอต 2 ตัวที่คู่กัน โดยโทนสีที่ผู้วิจัยเลือกใช้แบ่ง ออกให้ 2 ตัวละครให้มีความโดดเด่นต่างกัน ทางฝั่งจระเข้ที่นอน นั้นเลือกใช้ เขียวผสมฟ้า เป็นหลักทั้งตัว แต่ ส่วนสีปากด้านในเป็นสีแดง เพื่อยังคงความน่ากลัวอยู่นิดๆ แซมออกมาถึงด้านหน้าแก้ม และใน ส่วนของตัวละครนายพรานใช้สีแดง ผสม สีเนื้อ ตามรูปลักษณะ และ การแต่งตัวของนายพรานใน ฟาร์มจระเข้สมุทรปราการจริงๆ มาสคอตทั้งคู่ นั้น ได้ใส่ดวงตาที่บ้องแบริ้วน่ารักขึ้นเพื่อความเข้าถึงง่ายแก่ผลงานชิ้นนี้

ตาราง 11 สเก็ตมาสคอตฟาร์มจระเข้

กำหนดองค์ประกอบของมาสคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	-จระเข้ -พรานจระเข้
รูปลักษณะ	-จระเข้ กับ พรานจระเข้ที่สบายๆ แสดงโชว์
รูปแบบ	-ตัวการ์ตูนน่ารัก -สัดส่วน Chibi หรือ S.D คือ 1:2
โทนสี	แยก 2 ตัวละคร สีตัดกัน ออกทางพาสเทล สีฟ้าอ่อน กับ แดงอ่อน
ลักษณะนิสัย	-สบายๆ / นอนๆ -เป็นมิตร -เฉื่อยหรือเซื่องช้า -โชว์การแสดงลอดปาก -ลายเส้นโค้งมน ไม่มีส่วนที่เป็นมุม
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	-เป็นมาสคอตที่สื่อถึงการแสดงโชว์ลอดปากจระเข้ที่เป็นจุดเด่นของฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ -ลายเส้นมันคง ออกไปทางการเป็นส่วนใหญ่



ภาพประกอบ 55 สเก็ตประเพณีรับบัว



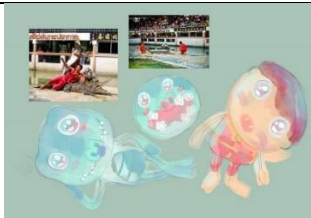

ภาพร่างชิ้นนี้เป็นการนำอัตลักษณ์ประเพณีรับบัว/โยนบัวของจังหวัดสมุทรปราการซึ่งมีจุดเด่นอยู่ 2 อย่างคือ ดอกบัว และ เรือที่ล่องตามแม่น้ำ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบดอกบัว ออกมาเป็นคู่ และดัดแปลง รูปทรงให้มีความคล้ายคลึงกับดอกกะหล่ำ หรือ บล๊อคคอลลี แต่ยังคงรูทรวงของดอกบัวอยู่ โดยใช้สีชมพูกับเหลืองสีโทนกลางมาใช้ในงานเพื่อแสดงถึงความอ่อนช้อยของดอกบัว ในส่วนเรือที่นำมาใช้นั้น ผู้วิจัยได้เลือกใช้เรือสปรตมาในการออกแบบ เพราะคิดว่ามีความน่าสนใจดี หากนำมาคู่กัน โทนสีที่ใช้ก็จะเป็นสีชมพูเป็นหลัก คล้ายกับสีของ ดอกบัวที่อยู่ด้านบน

ตาราง 12 สเก็ตมาสคอตประเพณีรับบัว

กำหนดองค์ประกอบของมาสคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	-ประเพณีโยนบัว/รับบัว
รูปลักษณะ	-ดอกบัว -เรือ
รูปแบบ	-ตัวการ์ตูนน่ารัก -สัดส่วน Chibi หรือ S.D คือ 1:2
โทนสี	สีพาสเทลโทนชมพู, เหลือง, เขียว
ลักษณะนิสัย	-เขินอาย -เป็นมิตร -มองหลายจุด -เรียบง่าย
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	-เป็นมาสคอตที่เป็นดอกบัวที่ร้องเรือตามแม่น้ำสื่อถึงประเพณีรับบัวโยนบัวที่เป็นจุดเด่นของสมุทรปราการ

ในการทำแบบร่างในครั้งแรกนี้ ผู้วิจัยต้องการที่จะออกแบบให้ตัวมาสคอตมีลักษณะที่เป็นเหมือนกับตัวการ์ตูน โดยนำ อัดลักษณะต่างๆ ของจังหวัดมาัดตอน ด้วยการตัดส่วนต่างๆที่มีความแข็ง เหลี่ยมมุม ออกไปจากรูปลักษณะจริง แล้วเพิ่มเส้นที่โค้งมน ผสมกับ ไล่ หรือเพิ่มดวงตาให้มีความน่ารัก ป่องแป้ว เห็นถึงนัยตาเป็นหลักสำคัญเนื่องจากว่า ดวงตาเป็นหน้าตาของหัวใจ หากเราสามารถทำดวงตาให้มีความน่ารักขึ้น ภาพลักษณ์ที่ผู้คนมองมาที่ผลงานมาสคอตชิ้นนี้ก็จะเปิดรับ การเข้าถึงง่าย และเหมาะสม ทั้งนี้ในแต่ละมาสคอตที่ได้ออกแบบมานั้น หลักๆ เป็นการหยิบนำ 2 อัดลักษณะมาผนวกกัน

ตาราง 13 สรุปรูปแบบในครั้งแรก

ลำดับ	รูปลักษณะ	อัดลักษณะ	รูปแบบ	สัดส่วนมาสคอต	โทนสี
A		พระสมุทรเจดีย์ กลางน้ำ+งานเจดีย์ สมุทรปราการ	เหมือนจริง	สมส่วน 1:1	โทนม่วง/ขาว
B		พลาสติกแห่งรสดี+ สงกรานต์พระ ประแดง	การ์ตูน เหมือน จริง	รูป ทรงกระบอก	โทนเขียวตัดแดง
C		ฟาร์มจระเข้	การ์ตูน เหมือน จริง	หัวโต 1:2	โทนเขียวฟ้า โทนแดงเนื้อ
D		ประเพณีรับบัว/โยน บัว	การ์ตูน	รูป ทรงกระบอก หัวโต	โทนเขียว/ชมพู



และหลังจากได้ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญได้สะท้อนให้เห็นถึงตัวมาสคอตต่างๆในสเก็ตแรกที่ไม่เป็นไปทิศทางเดียวกัน รูปร่างยังคงไม่ชัดเจน ตัวในรูปร่างอย่างเช่น พรานจระเข้ ยังมีรูปทรงที่เหมือนกับมนุษย์มากเกินไป ในส่วนของแขน ตัว ขา ตัวละครปลาสด มีรูปร่างที่กลมไม่รู้สึกถึงการตัดทอน นอกจากนั้นองค์ประกอบต่างๆ ยังคงไม่ลงตัว ทั้งตา คลิปปลา อื่นๆ จากภาพที่สเก็ตออกมา กับ โมเดลที่ได้ทำไปนั้น ดูเป็นตัวคนละคาแรคเตอร์เดียวกัน อาจจะไม่เหมือนกันเพียงแค่นำแนวทางมาใช้เส้นที่โค้ง มน ของตัวมาสคอตเพียงเท่านั้น

#### 4.4 การพัฒนาแบบมาสคอต

ผู้วิจัยได้แก้ไขแบบร่างมาสคอตเซตใหม่ดังนี้ ด้านการออกแบบตัวมาสคอตที่เหมาะสมกับตัวท้องถิ่นของจังหวัดสมุทรปราการนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบเพิ่ม ตัวละคร ในชุด จาก 4 ตัว เพิ่มเป็น 6 ตัว และให้ตัวมาสคอตมีการเชื่อมโยงภาพถึงความหมายของการรับรู้ภาพลักษณ์ของพื้นที่สมุทรปราการมากขึ้น จากการวิเคราะห์เพิ่มพบว่าภาพจำที่โดดเด่นที่สุดของตัวจังหวัดคือ เมืองท่า เมืองอุตสาหกรรม เมืองน้ำ ในขั้นตอนนี้จึงได้เลือกใช้ตัวจระเข้ เพื่อเป็นสื่อหลักในการดำเนินเรื่องราวรูปแบบเชิงสัญลักษณ์ มาเป็นองค์ประกอบหลักในตัวมาสคอต ดำเนินเรื่อง การใช้สัญลักษณ์จากลักษณะ วัฒนธรรม ประเพณี โดยจำแนกออกเป็นตัวการ์ตูนดังนี้



ภาพประกอบ 56 ภาพสเก็ต 1 พรานฟาร์มจระเข้+โยนบัว

ภาพสเก็ตชิ้นนี้เป็นผลงานการต่อยอดมาจากผลงานชิ้นเก่าตัวจระเข้+พรานจระเข้โดยนำตัวละครมาสคอตที่แยกเป็น 2 ตัวก่อนหน้านี้มาผสมกัน ให้เป็นจระเข้ที่เป็นนายพรานเลย โดยดัดแปลงให้หน้าของจระเข้มีความน่ารักขึ้น ตัดปากกลาง ละให้ปากบนของจระเข้ เห็นฟันคล้ายกับฟันของกระต่ายเพื่อความน่ารักแต่ยังคงเค้าโครงของรูปลักษณ์เดิมอยู่ และ ดวงตานั้นน่ารัก สดใส โดยผู้วิจัยได้อ้างอิงจากการออกแบบ สติกเกอร์ที่ประสบความสำเร็จ คือ Bugcat โดยแขนขาที่เป็น

ป้อมๆน่ารัก มีตีนแมวตรงมือ เท้า หู และ หางที่น่ารัก ในส่วนเครื่องแต่งกายดั้งเดิมมาจากพรานจระเข้ ผสมกับของมาสกอตเก่า ผลิตที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้ ตรงส่วนกางเกงผ้าผูกเอวแต่ใส่สายเสื้อให้เหมือนกับเสื้อเอี๊ยม

ตาราง 14 มาสกอตฟาร์มจระเข้

กำหนดองค์ประกอบของมาสกอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	-จระเข้ -พรานจระเข้ -ประเพณีรับบัว
รูปลักษณะ	-จระเข้/พราน -ถือดอกบัว
รูปแบบ	-ตัวการ์ตูนสัตว์น่ารัก -สัดส่วน Chibi หรือ S.D คือ 1:2
โทนสี	สีพาสเทลโทนเขียวฟ้า กางแกงแดง ดอกบัวชมพู
ลักษณะนิสัย	-น่ารัก -เป็นมิตร -เป็นผู้นำ -ความมั่นใจ > ชูมือ ยกแขน ยกหาง
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	-เป็นมาสกอตที่เป็นดอกบัวที่ร้องเรื่อตามแม่น้ำสื่อถึงประเพณีรับบัวโยนบัวที่เป็นจุดเด่นของสมุทรปราการ -สื่อถึงวัฒนธรรม การโยนบัว กับ การไหว้ลอดปากจระเข้เข้ารวมกัน -นำไปต่อยอดผสมกับมาสกอตที่เป็นเรือ เพื่อสื่อสารถึงประเพณีโยนบัวได้ดียิ่งขึ้น



ภาพประกอบ 57 ภาพสเก็ต 2 พ่อค้า แม่ค้า + ตลาดน้ำ

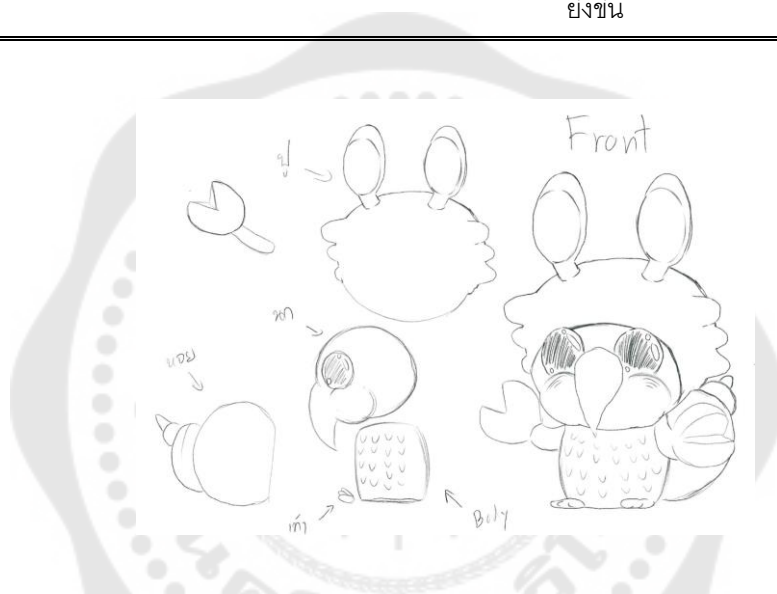
ภาพตัวโมเดลตัวที่ 2 โดยตัวโมเดลนี้ได้ออกแบบโดยดึงบุคลิกมาจาก พ่อค้าแม่ค้าต่างๆที่ ล่องเรือค้าขายกันในตลาดน้ำ ใส่รายละเอียดไม่เยอะ ให้ดูเรียบง่าย ตรงส่วนหมวกเปรียบเสมือน กับหมวกสานใบจาก ผสมเข้ากับ น้ำมะพร้าว ที่มีขายกันทั่วไปในตลาด กินแก้อากาศร้อนๆเพิ่มความสดชื่น เนื่องด้วย ตลาดน้ำ นับเป็น 1 ในพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญกับตัวจังหวัดสมุทรปราการเลย ที่เดียว

ตาราง 15 มาสคอตตลาดน้ำ

กำหนดองค์ประกอบของมาสคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	-ตลาดน้ำ -พ่อค้าแม่ค้า -ประเพณีรับบัว
รูปลักษณะ	-จระเข้ -พ่อค้าใส่หมวกสาน -ขั้วเรือค้าขาย/รับบัว
รูปแบบ	-ตัวการ์ตูนสัตว์น่ารัก -สัดส่วน Chibi หรือ S.D คือ 2:5
โทนสี	สีพาสเทลโทนเขียวฟ้า เครื่องแต่งกาย โทนส้ม
ลักษณะนิสัย	-น่ารัก -เป็นมิตร -ชอบการเดินทาง -สงบนิ่ง > ไม่ได้มีการขยับร่างกายเยอะ

ตาราง 15 (ต่อ)

รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	<p>-เป็นมาสคอตที่เป็นดอกไม้ที่ร้องเรื่อตามแม่น้ำสื่อถึงประเพณีรับบัวโยนบัวที่เป็นจุดเด่นของสมุทรปราการ</p> <p>-สื่อถึงวัฒนธรรม การโยนบัว กับ การไขว่ลอดปากจะเข้ารวมกัน</p> <p>-นำไปต่อยอดผสมกับมาสคอตที่เป็นเรือ เพื่อสื่อสารถึงประเพณีโยนบัวได้ดียิ่งขึ้น</p>



ภาพประกอบ 58 ภาพสเก็ต 3 สถานตากอากาศบางปู ปู+นกกนางนวล + หอย

ภาพตัวโมเดลตัวที่ 3 มีการออกแบบโดยอ้างอิงจากสถานตากอากาศบางปูที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งของจังหวัดสมุทรปราการที่มีความนิยม ในการตากอากาศ เติมนชมธรรมชาติ ซึ่งสถานตากอากาศนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยสื่อถึงสัตว์น้ำ ที่เล็กๆ เป็นส่วนใหญ่ ด้านบนเป็นปู ข้างหลังเป็นหอย ส่วนลำตัวเปรียบเสมือนกับ นกกนางนวล ผสมกับ รูปร่างของจระเข้ก่อนหน้านี้ เนื่องจากด้วยสถานที่นี้ขึ้นชื่อเรื่องการเป็นอนุบาลสัตว์น้ำ ที่สัตว์น้ำตัวเล็กๆใช้ชีวิตอยู่ที่นี้ในป่าโกงกาง จึงได้ออกมาถึงตัวโมเดลนี้

## ตาราง 16 มาสคอตสถานตากอากาศบางปู

กำหนดองค์ประกอบของมาสคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	-สถานตากอากาศบางปู
รูปลักษณะ	-จระเข้ -นกนางนวล -ปู -หอย
รูปแบบ	-ตัวการ์ตูนสัตว์น่ารัก -สัดส่วน Chibi หรือ S.D คือ 1:2
โทนสี	สีหลากหลายสี แดง , ขาว , น้ำเงิน , เหลือง
ลักษณะนิสัย	-น่ารัก เป็นมิตร -มีความอ่อนวัย , อนุบาล -ความพลังงาน ชุกชน > ชูมือ ยกแขน ยกหาง
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	-เป็นมาสคอตที่สื่อถึงสถานตากอากาศบางปู ที่เปรียบเสมือนกับ อนุบาลสัตว์น้ำ ที่สัตว์เพิ่งเกิดมาอยู่รวมกัน กับนางนวลที่เป็นเอกลักษณ์ -สื่อถึงธรรมชาติ เมืองทำน้า



ภาพประกอบ 59 ภาพสเก็ต 4 ขนมาจาก

ภาพตัวโมเดลตัวที่ 4 ออกแบบโดยใช้รูปลักษณะของขนมาจาก ที่ทำมาจาก มะพร้าวชุด แปะข้าวเหนียว น้ำตาลแดง ผสมเข้าไปใน โใบจาก แล้วนำไปย่างในเตาไฟ เสียบหัวท้ายด้วยไม้กัสด ตัวผู้วิจัยจึงได้ไอเดียว่าเปรียบเสมือนกับตัว ขนมาจากเป็นชุดห่อ แล้วมาสคอตจะเข้ฉ้วนๆ ได้ มะพร้าวจาก ยื่นหัวออกมาจากชุดนี้ เหมือนไส้ขนมที่เยอะๆจนเกือบจะพุ่งทะลุออกมา

ตาราง 17 มาสคอตชนมจาก

กำหนดองค์ประกอบของมาสคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	-จระเข้/พราณจระเข้ -ชนมจาก
รูปลักษณะ	-จระเข้ -ใส่ชุดชนมจาก
รูปแบบ	-ตัวการ์ตูนสัตว์น่ารัก -สัดส่วน Chibi หรือ S.D คือ 1:2
โทนสี	สีพาสเทลโทนเขียวฟ้า กางแกงแดง ดอกบัวชมพู
ลักษณะนิสัย	-น่ารัก -ขี้เล่น -มีความขี้ดอออน > กุมมือ มองจ้องตา ตาแป๋ว
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	-เป็นมาสคอตที่มาจากชนมจาก ที่เป็นชนมไบต้องห่อใส่แล้วนำไปย่าง โดยสื่อออกมาเป็นจระเข้ที่ใส่ชุดชนมจากอ้วนๆไหลออกมา



ภาพประกอบ 60 ภาพสเก็ต 5 พระเจดีย์กลางน้ำ

ภาพตัวโมเดลตัวที่ 5 ออกแบบโดยอ้างอิงจากสถานที่ขึ้นชื่อ และเป็นทีเครพถึงของตัวจังหวัดสมุทรปราการ คือ พระเจดีย์ ที่อยู่กลางน้ำของจังหวัดสมุทรปราการโดยแทนตัวเจดีย์ให้มีมาสคอตจระเข้ พร้อมฐานน้ำที่ล้อมรอบอยู่ น้ำมาตัดทอนเหลี่ยมรูปทรง ให้มีความโค้งมน น่ารักยิ่งขึ้น

## ตาราง 18 มาสคอตพระเจดีย์กลางน้ำ

กำหนดองค์ประกอบของมาสคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	-จระเข้ -พระเจดีย์กลางน้ำ
รูปลักษณะ	-จระเข้ -พระเจดีย์กลางน้ำ
รูปแบบ	-ตัวการ์ตูนสัตว์น่ารัก -สัดส่วน Chibi หรือ S.D คือ 1:3
โทนสี	สีพาสเทลส่วนตัว ชมพู ออกเหลือง ส่วนฐาน เขียวพาสเทล ออกทะเล
ลักษณะนิสัย	-น่ารัก -มั่นคง -นิ่งสงบ -น่าเคารพ > ไม่ขยับกลาง ฐานสายน้ำ
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	-เป็นมาสคอตที่เป็นพระเจดีย์กลางน้ำ โดยแทนสัญลักษณ์จระเข้ใส่เข้าไป เพื่อเพิ่มความน่ารัก แต่ยังคงความมั่นคง และ ความน่าเคารพอยู่



## ภาพประกอบ 61 ภาพสเก็ต 6 พลาสติก

ภาพตัวโมเดลตัวที่ 6 ออกแบบโดยอ้างอิงมาจาก สินค้าขึ้นชื่อของจังหวัดสมุทรปราการ คือ พลาสติกแห้งรสดี ที่นำไปทอดแล้วจะหอม กรอบ อร่อย ยิ่งขึ้นโดยจุดเด่นของ พลาสติกนี้ คือ หัวขาด ใ้ฟู ตัวอ้วน ผู้วิจัยได้ออกแบบให้เปรียบเสมือนถึงรูปร่าง โค้งเว้าตรงส่วนหัว ที่โดนตัดไป ใ้ทะลัก หากแต่ใ้ดวงตาเข้าไปใ้ไม่ใ้ตัวโมเดลนี้ดูน่ากลัว หรือ ดูโง่มากเกินไป

## ตาราง 19 วัสดุคอตพลาสติก


กำหนดองค์ประกอบของวัสดุคอต	
รายละเอียด	รูปลักษณะที่ปรากฏ
ที่มา	- กระจก - พลาสติก
รูปลักษณะ	- พลาสติก ผสม กระจก
รูปแบบ	- ตัวการ์ตูนสัตว์ - สีสัน 2 ส่วน
โทนสี	สีพาสเทลชมพู ปาก ส้ม
ลักษณะนิสัย	- แปลกประหลาด - หิว - ซ่อนรูป
ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง	- เป็นวัสดุคอตที่ประยุกต์มาจาก พลาสติกแข็งที่หั่นตัด ใส่ตะลึง เป็นกระจกที่ ปลอมเป็นพลาสติก

## 4.5 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

ในส่วนของการออกแบบโมเดลวัสดุคอตของจังหวัดสมุทรปราการได้มีความเห็นชอบของตัวจังหวัดสมุทรปราการในการทำการออกแบบครั้งนี้ โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านการออกแบบ ปั้นโมเดล อาจารย์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และ ผู้เชี่ยวชาญของจังหวัดสมุทรปราการ ได้ให้ความคิดเห็นหลักๆ ดังนี้

## ตาราง 20 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

## ตาราง 20 (ต่อ)

ลำดับ	รูปลักษณะ	ข้อเสนอแนะ
A		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตัวนี้เป็นตัวหลักควรเน้นถึงรายละเอียดต่างๆ บ้าง</li> <li>- ยังมีจุดรอยต่อของโมเดลที่ยังไม่เรียบเนียน</li> <li>- ตรงส่วนผ้า กางเกงด้านล่างต้องประณีต</li> </ul>



ลำดับ	รูปลักษณะ	ข้อเสนอแนะ
B		<ul style="list-style-type: none"> <li>- สื่อถึงพ่อค้า แม่ค้าตลาดน้ำได้ดี</li> <li>- องค์ประกอบเหมือนมีอะไรบางอย่างที่ไม่เข้ากัน อาจจะต้องเชื่อมโยงด้วยสี หรือ ปีกผมให้เหมือนตัวอื่นๆในชุดนี้</li> </ul>
C		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรสื่อให้มีความเป็นน้องเล็กสุด อนุบาล เพื่อที่จะแสดงถึงเด็กแรกเกิด</li> <li>- กล้ามปุยยังไม่เด่นชัด</li> <li>- ตัวนี้ไม่เหมือนกับนำจระเข้เข้ามาใส่ อาจจะเพิ่มองค์ประกอบนี้ด้วยการ ทำตาแบบโกรธๆ แบบกึ่งครึ่งวงกลม อาจจะได้ความรู้สึกเหมือนจระเข้มากยิ่งขึ้น</li> </ul>
D		<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปร่างคล้ายหมูมากกว่าจระเข้</li> <li>- การทำฐานหรือองค์ประกอบน้ำควรสื่อออกมาให้ชัดเจน ทำขึ้นเป็นโมเดลจริง</li> <li>- น่ารักคล้ายกับมารอง</li> </ul>
E		<ul style="list-style-type: none"> <li>- มองครั้งแรกยังไม่สามารถนึกออกได้ว่ามาจากอัตลักษณ์ได้ หากแต่ เมื่อทราบข้อมูลแล้วรู้สึกมีความสนใจเพิ่มขึ้น</li> <li>- อาจจะเพิ่มองค์ประกอบอื่นๆเพิ่มเติมเข้าไปด้วย</li> <li>- หากตรงส่วนไม้ มีความโค้งมน จะช่วยให้ตัวโมเดลมีความสมบูร์นที่ยิ่งขึ้น หากแต่ตรงจุดนี้ส่วนที่ยื่นออกมาไม่หนาพอ อาจจะมีการหัก หรือ ทำลายตัวแม่พิมพ์หล่อโมเดลได้</li> </ul>
F		<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความแปลกกว่าชิ้นอื่นในชุดนี้</li> <li>- มองแว็บแรกยังไม่สามารถนึกออกได้ว่ามาจากอัตลักษณ์ได้ หากแต่ เมื่อทราบข้อมูลแล้วรู้สึกมีความสนใจเพิ่มขึ้น</li> </ul>

4 ใน 6 ตัวมาศคอตนี้ อันดับ 1 ที่มีการพูดถึงคือกลางน้ำ (D) รองลงมา 2 ถึง 3 เป็น พีพรานจระเข้ (A) น่องบางปู (C) และ เรือน้ำจระเข้ (B) ส่วน น่องจาก (E) กับ เจ้าสลิค (F) ที่เป็นอันดับ 5 -6 นั้น มีความรู้สึกที่แปลกกว่าตัวอื่นๆ ทั้งเรื่องสีที่ตัวโมเดลจระเข้หลักนั้นเน้นไปทางด้านสีดำ น้ำตาล เสียมากกว่า และ การองค์ประกอบต่างๆ อาจจะแก้ส่วนนี้ได้ด้วยการเพิ่มองค์ประกอบอื่นๆ แยกเข้าไปอีกเฉกเช่นเดียวกับ พีพรานจระเข้ (พรานจระเข้ + รับบัว) ที่มีลูกเล่นตรงที่มีดอกบัวให้ถือ ละ โยนไปในเรือ ของ เรือจระเข้ (ตลาดน้ำ) เปรียบเสมือนกับ ประเพณีรับบัว โยนบัว เช่น อาจจะใส่เครื่องเคียง น้ำพริก ผัก ซ้อน ส้ม หรือองค์ประกอบต่างๆที่เข้าคู่กับการกิน

ทางด้านหน้าตา มีบางส่วนที่เหมือนกับหมู มากกว่าจระเข้ เนื่องจากจมูกของตัวโมเดลนั้นคล้ายคลึงกับหมู ตรงจุดนี้อาจจะแก้ด้วยการทำคิ้วเพิ่มหรือคิ้วให้เข้ม ทำให้สามารถมองออกได้ในครั้งแรก รวมไปถึงองค์ประกอบต่างๆของภาพที่บางตัวนั้น อาจจะยังสื่อไม่ได้ดีมากนัก จำเป็นต้องทราบถึงแหล่งที่มา ก่อน ถึงจะเข้าใจถึงเรื่องราวของภาพที่ตัวผู้วิจัยได้ออกแบบขึ้นมา

ในส่วนขอเทคนิคการปั้นโมเดล ในตัวโมเดลนั้น อาจจะมีบางส่วนที่ยังไม่ได้เกลี่ยขอบในตัวโปรแกรม 3D Nomad Object บางอย่างเลยดูลอย ไม่ต่อกัน

ในส่วนขอตัวน่องจาก (ขนมจาก) หากตรงส่วนไม้ มีความโค้งมน จะช่วยให้ตัวโมเดลมีความสมบูรณ์ที่ยิ่งขึ้น หากแต่ตรงจุดนี้ส่วนที่ยื่นออกมาไม่หนาพอ อาจจะมีการหัก หรือ ทำลายตัวแม่พิมพ์หล่อโมเดลได้ตอนทำ

รวมไปถึงบางท่านที่รู้สึกว่าการที่เป็นโมเดลใสๆ ขาวๆ ล้วนนั้น มีภาพลักษณ์ ความน่าสนใจกว่า ทั้งด้านสี ความสะอาด รวมไปถึงการขายผลิตภัณฑ์ให้ผู้ซื้อนั้นนำไปต่อยอดในการลงสีของตัวผู้ซื้อเองได้ ทั้งนี้ในจุดนี้ การพิมพ์หล่อปูนปาสเตอร์อาจจะตอบโจทย์ในจุดนี้ขึ้นเนื่องจากการติดของสี และ ความสะดวกในการซื้อ

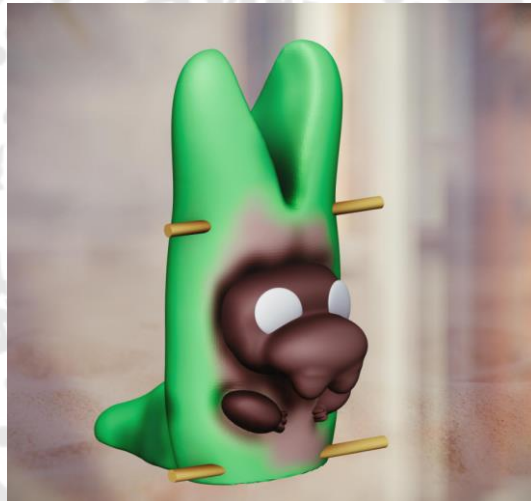
#### 4.6 มาศคอตตัวสำเร็จ

หลังจากผู้วิจัยได้รับข้อเสนอแนะมาแล้ว ผู้วิจัยได้ปรับปรุงลักษณะการออกแบบโดยคำนึงถึงคำแนะนำที่ได้รับมา และได้ออกแบบมาศคอต ตัวจริงโดยขึ้นเป็นโมเดลใน โปรแกรม NoMad 3D เพื่อสร้างสรรค์มาศคอตตัวสำเร็จได้ดังนี้



ภาพประกอบ 62 ภาพ วัสดุคอต “พีเซ่”

เป็นวัสดุคอตหลักในการโปรโมทโดยสีตัวและกางเกงสีแดงที่โดดเด่นจะเป็นเอกลักษณ์ที่สุดในหมู่ชุดวัสดุคอต พร้อมกับพื้นหลังที่โดดเด่นของชุดนี้



ภาพประกอบ 63 ภาพ วัสดุคอต “น้องจาก”

เป็นวัสดุคอตที่โปรโมทเป็นขนมจากโดยใช้สีเขียวและตัดด้วยสีน้ำตาลสีตัวของจระเข้ ด้วยพื้นหลังที่ออกน้ำตาลชูให้สีเขียวของใบจากโดดเด่น



ภาพประกอบ 64 ภาพ มาสคอต “กลางน้ำ”

เป็นมาสคอตที่โปรโมทโดนใช้พระเจดีย์กลางน้ำเป็นอัตลักษณ์โดยใช้สีโทนของภาพให้เป็นสีชมพูแล้วตัดด้วยสีของฐานสีน้ำให้เป็นสีเขียวพาสเทลที่เข้ากับโทนสีโดยรวม



ภาพประกอบ 65 ภาพ มาสคอต “น้องบางปู”

เป็นมาสคอต จากสถานตากอากาศบางปูที่เป็นสัตว์เลื้อก้น้องเล็กสุดจัดภาพให้อยู่ที่ชายทะเล เพื่อความเข้ากันของตัวการ์ตูนที่อยู่ในนั้น และ เปลี่ยนภาพรวมของภาพให้ดูมีความนุ่มนวลลง น่ารัก



ภาพประกอบ 66 ภาพ มาสคอต “เรื่อน้ำเข้”

เป็นมาสคอตที่โปรโมทโดยใช้ตลาดน้ำ พ่อค้าแม่ขายในนั้นเป็นอัตลักษณ์ในการออกแบบ โดยให้ตัวมาสคอตมีสีส้ม ตัดกับตรงใบหน้าที่เป็นสีเขียว และให้ภาพพื้นหลังเป็นสีทะเลครามเพื่อความฟุ้งๆเหมือนกำลังขับเรือล่องลอยไป



ภาพประกอบ 67 ภาพ มาสคอต “เจ้าสลิด”

เป็นมาสคอตที่ปลาสลิดโดยจัดภาพให้อยู่เหมือนกับชายหาดนอนอำริบแสงแดด และโซวีให้เห็นถึงได้ในของตัวมาสคอต

ตาราง 21 สรุปรูปลักษณะมาสคอต

ลำดับ	รูปลักษณะ	อัตลักษณ์	รูปแบบ	สัดส่วน	โทนสี
A		ฟาร์มจระเข้+ ประเพณี โยนบัว	ตัวการ์ตูน เสมือนจริง	หัวโต 1:2	โทนฟ้า/ เขียว
B		ตลาดน้ำ+ประเพณีรับ บัว	ตัวการ์ตูน เสมือนจริง	หัวโต 2:5	โทนส้ม

ตาราง 21 (ต่อ)

ลำดับ	รูปลักษณะ	อัตลักษณ์	รูปแบบ	สัดส่วน	โทนสี
C		สถานตากอากาศบางปู	ตัวการ์ตูน สัตว์	หัวโต 1:2	โทนสีส้ม จุดขาว (หลากหลาย สี)
D		ขนมจาก	ตัวการ์ตูน สัตว์ผสมขนม	รูป ทรงกระบอก หัวเล็ก 1:4	โทนสีเขียว
E		พระสมุทรเจดีย์กลางน้ำ	ตัวการ์ตูน ผสมของจริง	รูป ทรงกระบอก	โทนสีชมพู
F		พลาสติก	ตัวการ์ตูน สัตว์	รูป ทรงกระบอก	โทนสี น้ำตาล

#### 4.7 ทดลองสร้างโมเดลจากวัสดุ

ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อกับ MAD in 3D เพื่อทำการเช็คถึงไฟล์ผลงานโดยการขึ้น mock up ของทางร้าน โดยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกการพิมพ์แบบ เครื่องพิมพ์ระบบพลาสติก ซึ่งจะมี quality ของตัวชิ้นงานที่จำกัดอยู่พอสมควร

พิมพ์แบบ วัสดุ : พลาสติก PLA สีขาว ความละเอียดระดับต่ำ (300micorn)



ภาพประกอบ 68 ชุดมาสคอตจากพิมพ์ 3D

ในภาพเป็นชุดมาสคอตที่ได้ทำการพิมพ์จากเครื่องพิมพ์ 3D และได้ทำการตัด Support ออกจากตัวโมเดล ชัดด้วยกระดาษทราย และเครื่องเจียรนัยเพื่อความสวยงามของรูปทรงมาสคอตที่พิมพ์ออกมา โดยโมเดลนี้สามารถต่อยอดในการทำสีและแบบแม่พิมพ์มาสคอต ได้ได้ทำการเลือกใช้วัสดุที่แตกต่างกันถึง 3 วัสดุในการหล่อผลงานโมเดลนี้ขึ้นมาได้แก่

1. พิมพ์ 3D printer ด้วยเนื้อสัมผัส พลาสติก PLA สีขาว
2. ปูนปลาสเตอร์
3. Resin clear ใส

โดยความแตกต่างของ 3 วัสดุที่ใช้ในการหล่อชิ้นงานขึ้นมา เป็นดังนี้

ตาราง 22 คุณสมบัติของวัสดุ

รายละเอียด	วัสดุ		
	พลาสติก PLA	Resin ใส	ปูนปลาสเตอร์
น้ำหนัก	เบา	กลาง	กลาง
ความทนทาน	แข็งแรง	แข็งแรง	เปราะบาง
กันน้ำ	กันน้ำ	กันน้ำ	ไม่กันน้ำ
ความยากง่าย	ง่าย	ง่าย แต่ ต้องการความ แม่นยำ	ต้องการความเร็ว และ แม่นยำ
ความเหมาะสม	เหมาะสำหรับงาน 3D	เหมาะสำหรับงานหล่อ	เหมาะสำหรับงานหล่อ
ราคา	สูง	กลาง	ถูก

## ตาราง 22 (ต่อ)

รายละเอียด	วัสดุ		
	พลาสติก PLA	Resin ไส	ปูนปลาสเตอร์
การเกาะติดของสี	กลาง	ค่อนข้างยาก	สูง
ความอันตรายในการผลิต	สูง	กลางค่อนข้างสูง	น้อย
ความละเอียด	อยู่ที่หัวฉีด ต่ำไปถึงสูง	สูง	น้อย

โดยสรุปแล้ว การพิมพ์หล่อตัวโมเดลผลิตภัณฑ์ แบ่งออกได้ เป็น รูปแบบหลักๆ คือ 3 รูปแบบ

หากต้องการพิมพ์ประดับ มีคุณภาพความคมชัดที่สูงควรเลือก พลาสติก PLA พิมพ์ 3D Printer ในการพิมพ์ รวมไปถึงตัวต้นแบบ ทนทาน ทั้งยังกันน้ำ ในคุณภาพกลางๆ

หากต้องการที่จะพิมพ์งานปริมาณมากในเวลาทีรวดเร็วในการผลิต ควรเลือกที่จะใช้ ปูนปลาสเตอร์ในการตอบโจทย์การหล่อโมเดลครั้งนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโจทย์คุณภาพ ปริมาณที่ต้องใช้ รวมไปถึงราคาของต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตอีกด้วย

#### 4.8 ประยุกต์ใช้มาสคอตกับสื่อและอัตลักษณ์ในจังหวัด

เพื่อแสดงให้เห็นถึงการโปรโมทมาสคอตการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทดลองนำภาพของมาสคอตในชุดนี้ต่างๆนั้น ไปรวมเข้ากับอัตลักษณ์สมุทรปราการ โดยรูปแบบการท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัด โดยมีผลลัพธ์ดังนี้

นำโมเดลออกไปสู่ชุมชนจริง ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยต้องการให้ผู้คนเข้าถึงจังหวัดสมุทรปราการที่สามารถ One Day Trip ได้ในหนึ่งวัน การนำเสนอจะกำหนดไว้ในจุดนี้โดยเป็นการถ่ายรูปแบบท่องเที่ยว เป็นหลัก เพื่อสื่อว่าใครๆก็สามารถเข้าถึง และ ไปเที่ยวได้ง่าย





ภาพประกอบ 69 กลุ่มมาสคอตออกท่องเที่ยว!

เป็นภาพถ่ายทดลองเหมือนกันเป็นตุ๊กตาประดับหน้ารถออกท่องเที่ยวสู่จังหวัดสมุทรปราการ! โดยสถานที่ข้างหน้าเป็นสถานตากอากาศบางปู



ภาพประกอบ 70 น่องบางปู สู้ บางปู(สถานตากอากาศบางปู)

เป็นการนำน่องบางปู สู้บางปู โดยถ่ายที่จุดถ่ายรูปที่ทางสถานตากอากาศได้จัดไว้แก่นักท่องเที่ยว



ภาพประกอบ 71 กลางน้ำ กับ พระเจดีย์

นำ กลางน้ำ เพื่อพบเจอกับอัตลักษณ์ต้นแบบ พระเจดีย์ จากวัดเป็นการเปรียบเทียบอัตลักษณ์การนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์



ภาพประกอบ 72 เจ้าสลิต เลียนแบบจระเข้! (ฟาร์มจระเข้)

นำมาสคอตเจ้าสลิต มาเจอกับจระเข้ ถึงแม้ว่าปลาสลิตกับจระเข้นั้นจะไม่ได้เกี่ยวข้องกันมากนัก แต่เจ้าสลิตนี้เป็นมาสคอตจระเข้ที่ปลอมตัวมาเป็นปลาอำพรางเหยื่อ คล้ายกับจระเข้



ภาพประกอบ 73 ฟีเซ่ถูกกินแล้วว! (ฟาร์มจระเข้)

ฟีเซ่ที่ถูกถ่ายอยู่ในโครงกระดูกที่จัดแสดงที่ฟาร์มจระเข้เหมือนกับฟีเซ่จะโดนกินไปแล้วให้ดูมีความน่าสนใจ



ภาพประกอบ 74 กลางน้ำ สูง(ไม่)เกือบเท่า ชมเมือง (หอชมเมืองสมุทรปราการ)

นำ มาสคอต กลางน้ำ มาเทียบขนาดไซต์กับหอคอยกลางเมืองสมุทรปราการเพื่อให้เห็นถึงจุดที่น่าขึ้นไปชมของจังหวัด

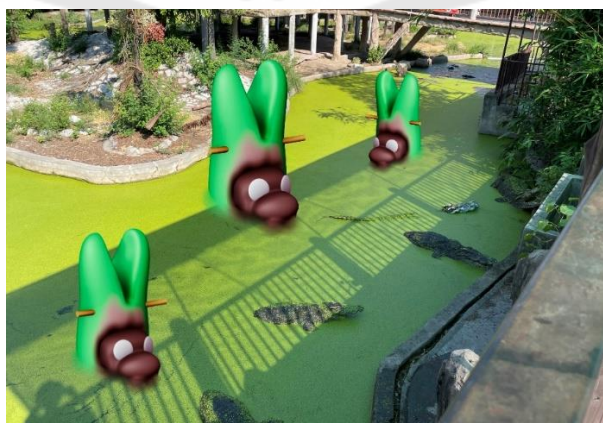
และเพื่อให้สามารถจำลองการใช้งานมาสคอตในการสื่อสารได้อย่างรอบด้านภายในพื้นที่จริง ผู้วิจัยได้ทดลองออกแบบโดยเปลี่ยนจากโมเดลจริงเป็นโมเดล 3 มิติ แล้วนำเข้าไปใส่ในพื้นที่จริง ซึ่งอาจจะให้เห็นภาพการนำมาสคอตไปใช้งานในมุมมองอื่นๆให้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้

ยังสามารถปรับแต่งลักษณะของมาสคอตได้ง่ายกว่าการใช้โมเดลจริง อีกทั้งยังประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการผลิตด้วย การทดลองดังกล่าวจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถประเมินความเหมาะสมและปรับปรุงการออกแบบมาสคอต ก่อนนำไปใช้งานจริงได้ดียิ่งขึ้น



ภาพประกอบ 75 พี่เซ่ตัดต่อ

ภาพที่แรกแสดงถึงพี่เซ่ที่ใส่แทนแทนถ่ายรูปของพรานจระเข้ โดนแทนมาสคอตหลักใส่แทนนักท่องเที่ยวเข้าไปในซุ้มถ่ายรูปในสถานที่ท่องเที่ยว ฟาร์มจระเข้ของจังหวัดสมุทรปราการ โดยโครงสร้างหลักเป็นมนุษย์แต่หัวเป็นจระเข้ เปลี่ยนโทนสีฟ้าเป็นหลักเพื่อให้ครอบคลุมแนวคิดหลักกับโทนสีของภาพที่มี สีฟ้าเป็นหลัก ดวงตาที่สดใสบ๊องแบ้ว เพื่อความน่ารักและความเข้าถึงง่าย



ภาพประกอบ 76 น้องจากตัดต่อ

ภาพที่สองแสดงถึงน้องโบจากที่ปลอมตัวเป็นจระเข้ แอบเนียนผสมอยู่ในอ่างเลี้ยงจระเข้ เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวสามารถหย่อนอาหาร ไก่ผูกเชือกผูกไม้ไปเพื่อให้อาหารจระเข้ที่อยู่ในสระนี้ได้

โดยโครงสร้างหลักของภาพเป็นน้องจากโผล่หัวออกมาจากน้ำสีเขียว โทนสีหลักจึงเป็นสีเขียว ตามสีของน้ำ



ภาพประกอบ 77 พ่อค้า+เจ้าสลดตัดต่อ

ภาพนี้เป็นเรือพ่อค้าจะเข้ล่องคลองมาเจอกับเจ้าสลด โดยเป็นสถานที่ที่พักผ่อนหรือจุดรวมผลภายในสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจะเข้สมุทรปราการ เหมือนกับพ่อค้าที่ค้าขายสินค้าของขึ้นชื่อ หรือ อาหารต่างๆบนเรือในตลาดน้ำ กับเจ้าปลาสดที่เป็นฉลามโผล่มาเหมือนกับ JAWS โดยโทนสีหลักของภาพพื้นหลังจะเป็นสีเขียวธรรมชาติ ในผลงานครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปลี่ยนให้ 2 ตัวละครหลักมีความโดดเด่นจึงได้เลือกใช้สี ส้มกับชมพู เพื่อเป็นการดึงดูดสายตาให้ผู้รับชม มีความสนใจกับตัวมาสคอตเพิ่มมากยิ่งขึ้น



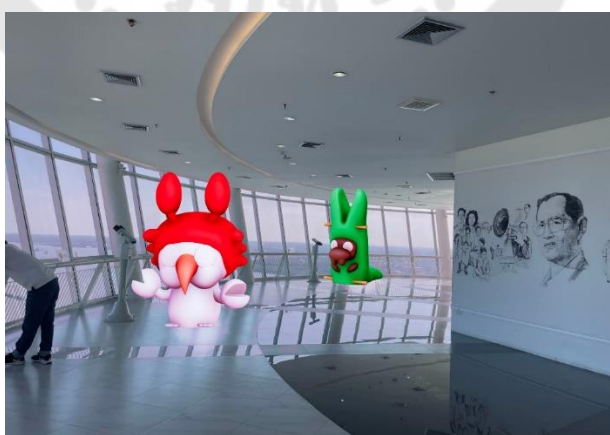
ภาพประกอบ 78 น้องบางปูตัดต่อ

ภาพน้องบางปูที่มาถ่ายรูปที่ซุ้มถ่ายรูปของสถานที่ท่องเที่ยวฟาร์มจะเซ้ โดยเป็นน้องบางปูจากสถานตากอากาศบางปู พร้อมกับผองเพื่อนสัตว์ต่างๆในฟาร์มเพื่อที่จะสื่อในอีกนัยหนึ่งว่าฟาร์มจะเซ้นั้นก็ไม่ได้มีเพียงแต่จะเซ้เพียงอย่างเดียว ยังคงมีสัตว์อื่นๆที่ยังมีอยู่ในฟาร์มละมีความน่าสนใจอยู่ด้วย โดยโทนของภาพนี้ ด้วยความที่มีตัวการ์ตูน สัตว์หลากหลายตัว ผู้วิจัยจึงได้เลือกนำน้องบางปูที่มีสีสันหลากหลายมาใส่ไว้ในภาพ ทำให้สีสันดูสดใส กลมกลืนไปด้วยกัน และเป็นที่สนใจแก่เด็กและเยาวชนอีกด้วย



ภาพประกอบ 79 กลางน้ำตัดต่อ 1

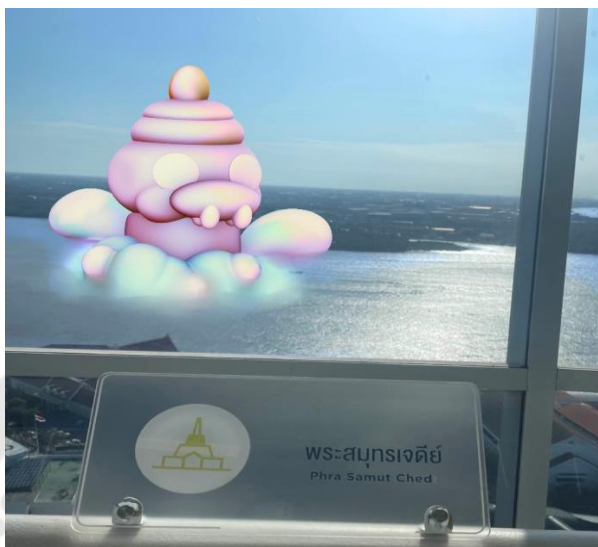
ภาพนี้กลางน้ำได้มาประจำการที่หอชมเมืองของสมุทรปราการ เป็นมาศคอตตั้งโชว์หน้าทางเข้าหอชมเมืองซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ประจำสมุทรปราการ โดยสีโทนของภาพผู้วิจัยได้ปรับให้เป็นสีออกฟ้าๆ ทั้งแสง ทั้งตัวโมเดล ผสมไปทางเขียว และ ชมพู เพื่อให้ภาพมีความเย็นๆ ไม่ร้อน นำเข้าสถานที่แห่งนี้



ภาพประกอบ 80 น้องบางปูกับน้องจากตัดต่อ

ภาพนี้เป็นน้องบางปูกับน้องจาก ที่ได้มาชมวิว ส่องกล้องส่องทางไกลข้างบนของหอชมเมืองสมุทรปราการที่จะมีจัดตั้ง กล้องส่องทางไกล ไร้สายชมเมืองได้รอบทิศไว้ที่ ชั้น23 ที่เป็นชั้นกระจกทั่วทั้งชั้น เปรียบเสมือนตัวน้องบางปูและน้องจากเป็นนักท่องเที่ยวนักชมบรรยากาศ

ภายในเมือง โดยโทนของภาพ พื้นหลังออกไปทางนิ่งๆ โทนเทา ผสมม่วงฟ้าอ่อนๆ ด้านหลังที่ท้องฟ้า ผู้วิจัยได้หยิบน้ำสองมาสกอต โดยเป็นสีที่โดดเด่น ขาวแดง และเขียว เพื่อให้เป็นจุดเด่นจุดสำคัญของภาพ



ภาพประกอบ 81 กลางน้ำกลางสมุทร ตัดต่อ 2

ภาพสุดท้ายของชุดนี้ เป็นกลางน้ำ ที่ไหลขึ้นมาอยู่ที่กลางแม่น้ำเจ้าพระยา พร้อมกับมีป้ายแนะนำสถานที่ โดยเป็นการนำมาสกอต กลางน้ำ ซึ่งเป็นมาสคอตที่ดั่งอัตลักษณ์ พระเจดีย์กลางน้ำ เข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบ มาประยุกต์แสดงคล้ายกับ กอชิล่า ที่ไหลมากลางน้ำ ในการนำเสนอ โทนของภาพด้านล่างของกลางน้ำมาสคอต ได้กลืนไปกับผืนน้ำ แล้วเน้นตรงส่วนหน้าของโมเดลเป็นสีชมพู เหลือง สว่างสดใส และ น่ารัก

ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่จะเผยแพร่และโปรโมทถึงมาสคอตของจังหวัดที่นำไปใช้ในด้านการโปรโมทการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เข้าร่วมการประชุมวิชาการ จากการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัย (SYMPOSIUM) ระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 16 เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2567 ณ อาคารบัณฑิตวิทยาลัย ชั้น 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จัดโดย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าร่วมการประชุมในครั้งนี้จะได้นำเสนอแบบโปสเตอร์ (Poster Presentation) ในหมวดหมู่กลุ่มจัดการ

การจัดแสดงนิทรรศการ ผู้วิจัยได้นำเนืงการจัดการแสดงนิทรรศการในหอนิทรรศการ แกลเลอรี G23 ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร อโศก ชื่อนิทรรศการ “The Conscious : รับรู้ ตัวตน สังคม” เมื่อวันที่ 14-16 พฤษภาคม 2567 ภายในนิทรรศการนี้ได้จัดแสดงทั้ง รูปถ่าย รูปตกแต่งมาสคอต และตัวโมเดลมาสคอตแบบของจริง ให้แก่ผู้เยี่ยมชม และผู้ที่สนใจ

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และ ข้อเสนอแนะ

จากการนำเสนอกระบวนการวิจัย ผลการวิจัย และ ผลงานการออกแบบจากผลงานการวิจัยเรื่อง “การสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรปราการ” ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ทั้ง 3 ข้อ ได้แก่

- 1 เพื่อศึกษาถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ
- 2 เพื่อออกแบบและพัฒนามาสคอตที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ
- 3 เพื่อนำมาสคอตของจังหวัดสมุทรปราการต่อยอดสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ

โดยผู้วิจัยได้นำผลโดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิเคราะห์ เกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อแสดงออกถึงชุดมาสคอตของจังหวัด ได้ดำเนินการจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ในที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลการดำเนินงานวิจัยฉบับนี้ ดังต่อไปนี้

#### 1 สรุปผลการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้และมีความสอดคล้องกัน ผู้วิจัยได้ตั้งการสรุปแยกเป็นตามและวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

##### 1.1 ตามวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าข้อมูลของจังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทราบถึง องค์ประกอบหลากหลายอย่างที่มีอยู่ในจังหวัด และได้ดึงองค์ประกอบเหล่านั้นมาจัดทำแบบสอบถามถึงความสนใจที่ผู้คนมีให้แก่ตัวจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม และหยิบมาใช้ในการออกแบบ พัฒนาได้

##### กำหนดอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ

จากการทำแบบสอบถามและวิเคราะห์แล้วสรุป ออกมาได้ 3+1รูปแบบหลักๆ คือ 1 สถานที่ท่องเที่ยว 2 สินค้า 3 ประเพณี และ 4 ลักษณะของตัวมาสคอตที่สนใจ ทำสรุปและกำหนดออกเป็นอัตลักษณ์จังหวัดสมุทรปราการหลักได้ดังนี้

- 1 สถานที่ท่องเที่ยว : สถานที่ตากอากาศบางปู, เมืองโบราณ, ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
- 2 สินค้า : ปลาสดแห้งบางบ่อ, ขนมจาก, กุ้งเหยียด



3 ประเพณี : งานนมัสการพระสมุทรเจดีย์กลางน้ำ, สงกรานต์พระประแดง,  
ประเพณีรับบัว

4 ลักษณะ : สัตว์ต่างๆ สิ่งของเอกลักษณ์, คน(มนุษย์)  
และการดึงอัตลักษณ์จากสถานที่มาใช้แบ่งได้ดังตารางนี้

ตาราง 23 อัตลักษณ์

ชื่อ	จำอัตลักษณ์
สถานตากอากาศบางปู	-สถานตากอากาศ -นกกนางนวล -สัตว์น้ำ -อนุบาลสัตว์น้ำ -ป่าโกงกาง -ทะเล
ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	-ตลาดน้ำ -สินค้า -พ่อค้าแม่ค้า -เรือ -ผึ้ง
ฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ	-ฟาร์ม -จระเข้ -พรานจระเข้ -การแสดงโชว์ -สวนสัตว์
พระเจดีย์	-พระเจดีย์กลางน้ำ -ศาสนาวัดมณเฑียร -งานพระเจดีย์สมุทรปราการ
หอชมเมืองสมุทรปราการ	-หอชมเมือง -กล้องส่องเมือง -ที่ว่าการจังหวัด -แหล่งข้อมูล

ตาราง 23 (ต่อ)

ชื่อ	จำอัตลักษณ์
ประเพณีรับบัว/โยนบัว	-ดอกบัว -เรือ -แม่น้ำ -องค์พระ
ปลาสดแห้งรสดี	-ปลาสดแห้ง -ตัดหัว -ใส่ตะลັก -ของขึ้นชื่อ
ขนมจาก	-ใบจาก -น้อมะพร้าว -ย่าง -ของขึ้นชื่อ
กุ้งเหยียด	-กุ้ง -เหยียดตรง -ของขึ้นชื่อ

## 1.2 ตามวัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบและพัฒนามาสคอตที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ

### 1.2.1 กำหนดที่มาของรูปลักษณ์มาสคอต

การวิเคราะห์ข้อมูลนำมาผนวกกับแนวความคิดการออกแบบโมเดลคาแรคเตอร์ การตัดทอนรูปร่าง รูปทรง และการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์โมเดลจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางให้มีความเหมาะสม ซึ่งจากการวิจัยสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์โมเดลตัวคาแรคเตอร์

สถานะของตัวโมเดลคาแรคเตอร์ ผู้ออกแบบได้ออกแบบโดยใช้เป็นตัวการ์ตูนในลักษณะของสัตว์และสิ่งของมากที่สุด เนื่องด้วยเหตุผลว่าลักษณะนี้เป็นที่สนใจแก่คนจำนวนมากเนื่องด้วยความน่ารักน่าเอ็นดู ความเข้าใจง่ายต่อคนจำนวนมาก โดยยึดจระเข้ให้เป็นคาแรคเตอร์หลัก ใน เชชุดการออกแบบนี้ นำไปผสมกับอัตลักษณ์อื่นๆ เพื่อสะท้อนถึงอัตลักษณ์ต่างๆ ในจังหวัดที่แตกต่างกันแต่ก็มีจุดร่วมจุดเดียวกัน

### เหตุผลที่เลือกใช้ตัวคาแรคเตอร์การ์ตูนในการออกแบบครั้งนี้

เพิ่มความเป็นมิตรแก่จังหวัดช่วยลดกำแพงของผู้ชมให้เปิดใจมากยิ่งขึ้น  
 ไม่มีเรื่องเงื่อนใยของอายุมาเกี่ยว  
 แสดงออกถึงตัวจังหวัดได้ชัดจากภาพลักษณะที่ตัวจังหวัดนั้นเลือกมา ทำให้ผู้พบเห็นเกิดภาพจำถึงตัวจังหวัดได้ง่าย  
 จังหวัดสามารถนำตัวโมเดลคาแรคเตอร์การ์ตูนนี้ไปต่อยอดละ นำไปประยุกต์ใช้ได้โดยง่าย

สามารถสื่อสารได้หลากหลายช่องทางกว่าจะจับต้องได้

#### 1.2.2 ออกแบบรูปลักษณ์มาสคอต

โดยรูปลักษณ์ของมาสคอต จะมีรูปลักษณ์ที่เป็นการ์ตูน ใส่เข้าไปในสิ่งของ สถานที่ และประเพณีของจังหวัด

#### 1.2.3 พัฒนารูปลักษณ์มาสคอต






โดยการออกแบบรูปลักษณ์หลักของมาสคอตนี้ผู้วิจัยได้กำหนด “จระเข้” เป็นองค์ประกอบหลักในการออกแบบเนื่องจาก จังหวัดสมุทรปราการเป็นเมืองท่าเมืองน้ำ มีความเกี่ยวข้องกับน้ำ และ ฟาร์มจระเข้สมุทรปราการ กำลังจะกลับมาเปิดให้บริการใหม่หลังจากสามารถผ่านพ้นวิกฤตสถานการณ์โควิด 19 เมื่อ 1 เมษายน 2567 ปีนี้ และนำไปใส่ในองค์ประกอบต่างๆ รวมกัน โดยยังคงเค้าโครงเดิม หรือ ภาพจำ ของอัตลักษณ์นั้นให้ผู้คนสามารถเข้าใจได้ว่าหมายถึงสิ่งใด ตามรูปแบบของผลงาน “หิมพานมารชเมโล่” เฉกเช่นเดียวกัน

### 1.3 ตามวัตถุประสงค์เพื่อนำมาสคอตของจังหวัดสมุทรปราการต่อยอดสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ





หลังจากที่ผู้วิจัยได้รับถึงมาสคอตที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการมาเรียบร้อยแล้วทั้งหมด 6 ผลงานแล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทดลองนำเสนอรูปแบบมาสคอตด้วยการประชาสัมพันธ์ เข้าร่วมการประชุมวิชาการ ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ตลอดจนจัดเข้าร่วมการแสดงผลงานนิทรรศการที่ G23 ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยได้เลือกวิธีแปลงสารออกแบบสื่อที่แตกต่างกันไป เพื่อความแตกต่างและทดลองถึงวิธีการที่เหมาะสมสำหรับมาสคอตชุดนี้ที่สามารถต่อยอดได้

เมื่อได้ผ่านการแสดงตามที่ต่างๆแล้วผู้วิจัยได้ทำการเก็บสำรวจถึงความคิดเห็นกับผู้เข้าร่วมหรือผู้ที่ให้ความสนใจกับผลงานมาสคอต ชุดนี้ โดยปรากฏผลเรียงจากความชื่นชอบมากขึ้นไปน้อยได้ดังนี้

## ตาราง 24 สรุปผลการเผยแพร่

มาสคอต				
รูป	ชื่อ	χ	S.D.	การแปรผล
	ภาพรวมโมเดลมาสคอต	4.23	0.83	เห็นด้วย
	Mascot(A) : พี่ไข่	4.52	0.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	Mascot (B) : เรือน้ำไข่	3.52	1.12	เห็นด้วย
	Mascot (C) : น้องบางปู	4.23	0.66	เห็นด้วย
	Mascot (D) : กลางน้ำ	4.29	0.91	เห็นด้วย

ตาราง 24 ต่อ

มาสคอต				
รูป	ชื่อ	$\bar{x}$	S.D.	การแปรผล
	Mascot (E) : น้องจาก	3.17	1.28	ไม่มีความเห็น
	Mascot (F) : เจ้าสลิด	3.67	0.93	เห็นด้วย
	ผลงานรวมภาพถ่าย	4.00	1.06	เห็นด้วย
	ผลงานตัดต่อ 3D Mascot	4.58	0.50	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นโดยรวมจากผู้เข้าชมนิทรรศการ “The Conscious : รับรู้ ตัวตน สังคม” ประเมินผลด้วยการใช้มาตราส่วน (Rating Scale) โดยอันดับ 1 ของผลงานมาสคอต คือ Mascot(A) : พี่เซ่ ตัวมาสคอต ต้นแบบที่ผู้วิจัยได้ทำการวางไว้ให้เป็นตัวโซว์นำของซีรียส์ ออกแบบครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.52 เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง ไล่ลำดับรองลงมาคือ Mascot (D) : กลางน้ำ

มีค่าเฉลี่ยที่ 4.29 Mascot (C) : น้องบางปู มีค่าเฉลี่ยที่ 4.23 Mascot (F) : เจ้าสลิค มีค่าเฉลี่ย 3.67 Mascot (B) : เรือน้ำเข้ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.52 และอันดับสุดท้ายคือ Mascot (E) : น้องจาก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.17 ไม่มีความเห็น โดยข้อเสนอแนะที่ได้รับมาส่วนมากชอบแนวนี้น่ารัก ตาบ้องแบ๊ว เป็นหลัก ส่วนของเจ้าปลาสลิค Mascot(F) กับน้องจาก Mascot(E) ที่ได้รับความนิยมน้อย ในครั้งแรกที่ได้เห็นผู้ชม ผู้บริโภครู้สึกออกไปทางแปลกประหลาด ประหลาดใจกับรูปลักษณ์ แต่เมื่อได้ฟัง หรือรับรู้ถึงแนวความคิด หรือ อุดมคติที่ได้หยิบนำมาใช้ ผู้ชมมีความรู้สึก เปิดใจ หรือวิว กับตัวมาสคอตมากยิ่งขึ้น ให้ความรู้สึกที่แปลกใหม่

ส่วนในรูปแบบของการประยุกต์นำเสนอ อันดับที่ 1 ที่ได้รับความสนใจคือ ผลงานตัดต่อ 3D Mascot มีค่าเฉลี่ย 4.58 เห็นด้วยเป็นอย่างมากยิ่ง อันดับต่อมาคือ รวมโมเดลมาสคอต มีค่าเฉลี่ยที่ 4.23 อันดับสุดท้ายคือ รวมภาพถ่ายที่ 4.00 โดยหลักๆ ผู้ชมให้ความสนใจกับการตัดต่อโมเดลใส่ในภาพจริง ให้ความรู้สึกแปลกใหม่ ผสมความ แฟนตาซีในด้านการนำเสนอ มีชั้นเชิงในการเสนอ รองลงมาคือ โมเดล 3D print ที่เป็น ของตกแต่ง เหมือนโมเดล Art toys หรือสามารถลดขนาด เปลี่ยนวัสดุเพื่อเป็นของฝากแทนได้ เช่นพวงกุญแจ เข็มกลัด เป็นต้น ส่วนอันดับสุดท้าย คือ รูปถ่ายจริงที่ได้รับอันดับสุดท้ายเพราะ หากเทียบกับ 2 อันดับก่อนหน้านี

## 2.อภิปรายผลการวิจัย

จากการสร้างสรรค์มาสคอตเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรปราการได้ศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ โดยแบ่งออกเป็น 3 เป็นต้นหลักของจังหวัด คือ 1 สถานที่ท่องเที่ยวของสมุทรปราการ 2 สินค้าและของขึ้นชื่อจังหวัด และ 3 ประเพณีวัฒนธรรม และอีก 1 ประเด็นที่ศึกษาคือ ลักษณะที่เหมาะสมของมาสคอต เก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่สำรวจ และ แบบสอบถาม แล้วทำการออกแบบและปรับปรุงรูปลักษณะตามคำแนะนำที่ได้รับมา เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของจังหวัด เพราะเป็นองค์ประกอบหลักของการวิจัยนี้ที่ต้องการเน้นย้ำถึงอัตลักษณ์เป็นหลัก โดยนำหลักการความสำเร็จของ “กาชาปองอับเฉา” “หิมพานต์มาร์ชเมลโล่” และ มาสคอตต่างๆของญี่ปุ่น ที่ประสบผลสำเร็จในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ทั้ง “คุมะมง” “ชินโจคุง” “ทสึคิฮะชิ วะตะรุ” โดยได้มาสู่ชุดมาสคอต 6 ตัวละคร โดยใช้เส้นโค้ง (Curve Line) ในการออกแบบเป็นหลัก และสัดส่วนแต่ละส่วนของตัวมาสคอตที่มีความสูง โค้งว่าที่ไม่เป็นมุมตรง เท่ากันไปทั้งหมด ในแนวความคิดการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน (Three Section)

โดยหากเปรียบเทียบกับกรออกแบบของ “กาชาปองอับเฉา” และ “หิมพานต์มาร์ชเมลโล่” ผลงานของ คมกฤษ เทพเทียน แล้วนั้นทางด้านการออกแบบรูปลักษณ์ ผลงานของผู้วิจัยจะมี

แนวทางที่คล้ายคลึงกับ “หิมพานมาร์ชเมโล่” ที่ได้หยิบนำวัดและสัตว์ต่างๆที่อยู่ในวัด มาตัดทอนลายละเอียด และทำให้น่ารักขึ้น โดยใช้เอกลักษณ์ที่โดดเด่น เฉกเช่นเดียวกับของผลงานผู้วิจัย ในส่วนของ “กาชาปองอับเฉา” จะมีมาศคอต “กลางน้ำ” ของผู้วิจัยที่มีความใกล้เคียงกับผลงานนี้ ที่ตัดแปลงจากสถานที่จริงให้เล็กลงมา ผสมกับ มี ความน่ารัก ของเค้าโครงเดิมอยู่ “น้องพูนสุข” ซึ่งนับว่าเป็นมาศคอตที่ประสบผลสำเร็จจากการสร้างสรรค์ของเซ็นทรัล นครปฐมทั้งในการโปรโมท การแสดงออกถึงสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยได้ยึดถือและนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่สื่อของงานวิจัยครั้งนี้ หากเปรียบเทียบ น้องพูนสุข กับมาศคอตของผู้วิจัย นับได้ว่าประสบผลสำเร็จ ถึง 70% ในมุมมองของผู้วิจัยทั้งเรื่องที่คนให้ความสนใจ การแทนเป็นไกด์ต่างๆ หากแต่ในส่วนที่เหลือ 30 % นั้นผู้วิจัยมองว่าตัวผู้วิจัยควรทำตลาดทาง Social Media ให้มากกว่านี้ทั้งทาง TikTok และ Facebook ที่ๆเป็นที่ๆคนไทยส่วนใหญ่ใช้เป็นสื่อกลางในการท่องอินเทอร์เน็ต ในส่วนของทางมาศคอตญี่ปุ่น “คุมะมง” ผู้วิจัยได้หยิบองค์ประกอบความสำเร็จของตัว คุมะมง มาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ มาศคอตซูโรงของตัวผู้วิจัยคือ “พีเซ่” ในการนำทัพโปรโมทจังหวัดสมุทรปราการ คุรูปลักษณะที่เสมือนคน ทำทางการช้อปปิ้ง และแววตา มาปรับใช้ “ชินใจคุง” เป็นมาศคอต นากทะเล ที่น่ารัก ใกล้เคียงกับ น้องบางปู ที่มีความน่ารักเหมือนกัน และเกี่ยวข้องกับน้ำทะเล แม่น้ำเหมือนกัน หากแต่ ชินใจคุงมาจาก นาก+ราเม็งบนหัว ในส่วนของผู้พัฒนาเป็นการนำสัตว์เล็กลอยหลายสายพันธุ์มาปรับปรุงรูปลักษณะเข้าด้วยกัน แต่มีความน่ารักเหมือนกัน ทั้ง 2 มาศคอต และท้ายสุด “ทสี่คิสะชิ วะตะรุ” มาศคอตของจังหวัดเกี่ยวโต ที่โปรโมทสะพานไม้เก่าแก่ โทะเก้ตสี่เคียว ที่มีความแปลกประหลาดในการนำเสนอ ทั้งหน้าขาวๆ แบนอะไรไม่รู้อยู่ข้างหลัง มีความใกล้เคียงกับ “เจ้าสลิด” “น้องจก” ที่เป็นอาหารจากจังหวัดสมุทรปราการทั้งคู่ ทั้งปลาสลิด และ ขนมจก ที่จะมีความรู้สึกแบบเดียวกันกับ ทสี่คิสะชิ วะตะรุ ในการนำเสนอด้วยรูปทรงที่แปลกๆ เป็นปลาอ้าปากไล่ทะเลกับ ก้อนๆขนมมีไม้เสียบ หากแต่เมื่อผู้ชม ได้ทราบถึงแหล่งที่มา กับแนวความคิดในการออกแบบนี้ กลับมีความสนใจว่าเดิมเพิ่มขึ้นหากเทียบกับตัวอื่นๆ

ท้ายที่สุดในการโปรโมทและต่อยอดของผลงานวิจัยครั้งนี้ได้ทดลองจัดแสดงผลงานในที่ต่างๆ และสอบถามถึงความคิดเห็น ผสมกับ ประชุมวิชาการ และการเข้าร่วมแสดงผลงานนิทรรศการในการเผยแพร่ผลงานชิ้นนี้ ในส่วนของการลงพื้นที่ชุมชน ตามจุดอัตลักษณ์หรือจุดสำคัญต่างๆ ได้รับผลตอบรับที่ดีจากผู้ที่ได้รับชม รวมไปถึงการจัดแสดงผลงานนิทรรศการทั้งผลงานโมเดลพิมพ์3D วีดีโอตัวโมเดล และ รวมภาพถ่าย ภาพตัดต่อมาศคอตเข้าไปโดยสามารถดึงดูดสนใจแก่ผู้รับชมได้ให้มีความสนใจในตัวผลงานการวิจัยของผู้วิจัยและ เข้าถึงและรับรู้ถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดสมุทรปราการ ทำให้ตัวจังหวัดเป็นที่รู้จักและเป็นตัวเลือกเพิ่มในการ

ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ทิศทางการพัฒนายังสามารถต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์หรือการนำเสนอในด้านอื่นๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3. ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุง พัฒนางานวิจัย และเป็นแนวทางในการดำเนินงานครั้งถัดไปดังนี้

3.1 การออกแบบเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการในบริบทของประเทศไทยนั้นสามารถนำแนวความคิดการออกแบบสมัยใหม่มาเข้าร่วมใช้ได้ หากแต่ยังคงต้องนำเสนอถึงความเป็นไทยดั้งเดิม และร่วมสมัยเข้าร่วมไปอยู่บ้าง หากการออกแบบประสบผลสำเร็จมีผู้คนสนใจแต่ไม่มีสิ่งที่ยังบอกถึงความ เป็นไทย และ จังหวัด อาจจะมีติดกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ตอนแรกก็เป็นได้

3.2 ในการดำเนินการวิจัยควรที่จะศึกษาถึงกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยต้องการให้เข้ากลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อที่จะได้เห็นถึงความต้องการหรือปัญหาในส่วนต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้วิจัยสามารถสร้างสรรค์ผลงานออกแบบได้ตรงจุด

3.3 หากผู้ออกแบบต้องการนำต่อยอดด้วยการผลิตโมเดลของจริง ควรคำนึงถึงการจัดวางและท่าทางการแสดงออกของตัวโมเดลคาแรคเตอร์ ซึ่งในส่วนนี้มีความสำคัญทั้งในด้านการออกแบบสู่สายตาผู้คน รวมไปถึงการใช้งานเครื่องพิมพ์โมเดล 3D printer ซึ่งหากจัดวางได้ไม่ดีอาจจะก่อให้เกิดปัญหาในส่วนการพิมพ์หรือไม่เป็นที่สนใจแก่ผู้ชมได้

3.4 อัปเดตและเช็คถึงเทรนด์ต่างๆ ในการออกแบบว่าตอนนี้ผู้คนกำลังให้ความสนใจกับเริ่มอะไร เพื่อเป็นจุดสำคัญในการมัดใจผู้คนให้ชื่นชอบกับผลงานออกแบบของเราได้

3.5 ควรอธิบายถึงแนวความคิดและเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของมาสคอตให้ดีและครอบคลุมเพื่อที่ทั้งตัวออกแบบและผู้รับสารจะสามารถเข้าใจสารให้ตรงกันตามที่ผู้ออกแบบได้วางแผนเอาไว้

3.6 การกำหนดค่าในการพิมพ์นั้นจะมีหลากหลายค่าตามแต่ที่ผู้แต่งจะปรับแต่งตามที่ต้องการได้ เช่นความหนาของชิ้นงาน ความแน่นของโครงสร้างภายในชิ้นงาน หรือแม้แต่ว่าความละเอียดในการพิมพ์ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดออกมาว่างานชิ้นนี้จะมี ความหยาบหรือละเอียดขนาดไหน หากตัวงานโมเดลออกแบบนั้นมีขนาดที่ใหญ่หรือรูปแบบลายละเอียดที่เยอะ การแยกชิ้นส่วนในการพิมพ์ก็มีความจำเป็นต่อตัวชิ้นงานโดยรวมเช่นเดียวกันเพื่อให้ตัวผู้ออกแบบสามารถดูแลจัดการได้ง่ายรวมไปถึงลดภาระการเสียหายจากการพิมพ์งานขนาดใหญ่ได้เช่นเดียวกัน



3.7 หากแต่หากผู้ออกแบบทำตัวแม่พิมพ์โมเดลที่ไม่ดี หรือไม่สามารถรองรับการพิมพ์ที่เหมาะสมได้นั้น ในขั้นตอนนี้ก็อาจจะทำให้เกิดผลเสียเกิดขึ้นทั้งตัวที่พิมพ์ออกมาหรือแม้แต่ตัวที่ต้นแบบเลยก็ได้ หากต้องการให้แม่พิมพ์มีความคงทน ควรผสมเส้นใยไฟเบอร์ หรือเรซิน หรือแม้แต่ ไซไมท์ หรืออะไรมาทำการตามตัวโครงแม่พิมพ์เพื่อเพิ่มความแข็งแรงแก่ตัวแม่พิมพ์ ทำให้สามารถใช้งานได้ดี มีประสิทธิภาพ และ มีความคงทนได้นาน

3.8 การผสมสารหล่อระหว่างการพิมพ์ ควรมีการคำนวณที่แม่นยำ ละจับไวตามแต่มวลสารที่ผู้ออกแบบได้ หากผสม เรซิน หรือ ปูนปาสเตอร์หล่อไม่ดีพอ อาจทำให้ตัวผลิตภัณฑ์สุดท้ายผลไม่เป็นตามที่ผู้ออกแบบต้องการได้ รวมไปถึงอาจจะมีบางส่วนไปทำลายบางจุดของตัวต้นแบบได้เช่นเดียวกัน ทำยที่สุดแล้ว การเลือกใช้วัสดุต่างๆ ทางตัวผู้ออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยในการทำงานด้วยเป็นสิ่งสำคัญเพราะวัสดุต่างๆหรือเครื่องมือนี้ มีทั้งความอันตรายจากการประมาท หรือ สารเคมีต่างๆ ที่ผสมอยู่ เช่น เรซิน หากผู้ออกแบบไม่มีความระวัง อาจก่อให้เกิดไฟไหม้ ระเบิด หรือ อันตรายต่างๆ แก่ตัวชิ้นงาน ผลิตภัณฑ์ หรือแม้แต่ตัวผู้ออกแบบเองได้เช่นเดียวกัน รวมไปถึงการป้องกัน ใส่หน้ากาก ผ้าเช็ดมือ ถุงมือเนื่องจากในขั้นตอนนี้สุดท้ายมีการใช้สารเคมีเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจส่งผลต่อสุขภาพระยะยาวได้เช่นเดียวกัน

3.9 การคุมปัจจัยต่างๆ ในการดำเนินงาน หรือ ระยะเวลาในขั้นตอนต่างๆ ควรกำหนดระยะเวลาให้ดีครบถ้วน ก่อนเริ่มดำเนินการ

3.10 การประสานงานแก่หน่วยงานหรือบุคคลากรที่เกี่ยวข้องอาจจะมีขั้นตอนหรือระยะเวลาที่กำหนด รวมไปถึงการปรับแก้ส่วนต่างๆ ระหว่างทาง ควรคำนึงถึงในส่วนนี้ด้วย

## บรรณานุกรม

144smshop. (2017). การเลือกซื้อ *Air brush* สำหรับมือใหม่.

<https://www.144smshop.com/article/3/การเลือกซื้อ-air-brush-สำหรับมือใหม่>

Academy, M. (2018). “เรซิน” งานหล่อใส-ใส ทำได้สารพัดของก๊ิบเก้.

[https://www.matichonacademy.com/content/lifestyle/article\\_15388](https://www.matichonacademy.com/content/lifestyle/article_15388)

Aditya Satyagraha, N. M. (2018). STUDY OF MASCOT DESIGN CHARACTER AS PART OF CITY BRANDING: MALANG CITY. *Study of Mascot Design Character as Part of City Branding: Malang City*, 6-18.

ArtRocket. (2020a). Designing characters with 7 basic shapes.

<https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

ArtRocket. (2020b). *Designing characters with 7 basic shapes*.

<https://www.clipstudio.net/how-to-draw/archives/160863>

aumimnarakkawtai. (2014). ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง.

<https://aumimnarakkawtai.wordpress.com/2014/09/26/วิถีชีวิตดั้งเดิม-ชาวบาง/>

BBboy. (2014). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ แอร์บรัช ตอนที่ 1.

<http://www.bbboyair.com/shop/bbboyair/default.aspx?page=articledetail&url=bbboyair&articleid=fkexijyefawo1p55b52012520102212&lang=TH>

bluechipthai. (2567). เห็นทอล์ค นครปฐม” เปิดตัว “น้องพูนสุข” มาสคอตสุดคิวต์ 1 ใน 10 ไฮไลต์.

<https://www.bluechipthai.com/information-%E2%80%9C%E0%B9%80%E0%B8%8B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%A5%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%90%E0%B8%A1%E2%80%9D%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8%B4%E0%B8%94-3130373830>

Boonpat. (2017). Integrated marketing communication for tourism promotion: A case study of Kanchanaburi province. 734-750.

Chamnian1, M. (2019). Community Identity Communication for Tourism Promotion. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 235-256.

- F.R.P.EXPERTISE Co., L. (2015). เรซิน คืออะไร. <http://frp-expertise.com/>เรซิน-resins-คืออะไร
- Fathoni, A. F. C. A. (2023). Design Thinking for Sustainable Mascot Character Design. *The 4th International Conference of Biospheric Harmony Advanced Research (ICOBAR 2022)*, 388.
- Kapook, T. (2018). เรื่องน่ารู้บ้างปู่ รับลมชมนกและป่าชายเลน ที่ยาวสบายใกล้กรุง. <https://travel.kapook.com/view191170.html>
- Nattawat. (2016). การเลือกสีที่จะใช้กับชิ้นงานที่พิมพ์จาก เครื่องพิมพ์ 3D Printer. <https://www.siamreprep.com/2016/04/how-to-paint-on-3d-model-from-3d-printer/>
- Nattawat. (2019). 8 โปรแกรมฟรี สำหรับออกแบบโมเดล 3 มิติ เพื่อใช้กับ 3D Printer. <https://www.siamreprep.com/2016/03/8-free-software-for-3d-printer/>
- Rattanaphinchai, R. (2018). Applying crisis management and communication strategies to promote tourism industry in Thailand. 111-128.
- Thailand, M. (2567). อุทยานการเรียนรู้และหอชมเมืองสมุทรปราการ. <https://www.museumthailand.com/th/4946/highlight-trip/%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B8%AD%E0%B8%8A%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3/>
- Tourkrub. (2556). คุณมะม่ง เป็นใคร ? มาจากไหน ? อยากรู้ ต้องอ่าน! <https://tourkrub.co/blog/kumamon-bear>
- yengo, b. (2014). ขนมพื้นบ้านในย่านจังหวัดสมุทรปราการ ขนมจาก. [https://thaidessert-review.blogspot.com/2014/08/blog-post\\_3.html](https://thaidessert-review.blogspot.com/2014/08/blog-post_3.html)
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์การท่องเที่ยว
- กาญจนพ่ายัพ, โ. (2561). การศึกษารูปทรงเพื่อสร้างงานประติมากรรม Art Toy. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต, 2443-2457.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2011). ฟาร์มจระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ.

<https://thai.tourismthailand.org/Attraction/>ฟาร์มจระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ

เกสรฯ, น. (2008). การเปลี่ยนแปลงของวัสดุ.

<https://sites.google.com/site/nannapat9937/home/khxmul-nakreiyn>

ขวัญเมือง, ป. (2011). ประเภทของนักท่องเที่ยว. <https://tourismatbuu.wordpress.com/>ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ประเภทของนักท่องเที่ยว/

เจ้าของร้าน. (2565). เจ้าเมือง SHINJOKUN มาสคอต คาแรกเตอร์ ผู้มีส่วนร่วมพัฒนาบ้านเมือง.

<https://www.mascoteersproject.com/article/27/%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87-shinjokun-%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%84%E0%B8%AD%E0%B8%95-%E0%B8%84%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C-%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%A%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87>

เตชะปรีชา, ภ. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภค.

[https://scholar.google.com/scholar?hl=th&as\\_sdt=0%2C5&q=พฤติกรรมผู้บริโภค+ภษณิศา+เตชะปรีชา&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=th&as_sdt=0%2C5&q=พฤติกรรมผู้บริโภค+ภษณิศา+เตชะปรีชา&btnG=)

ธนกฤต ยืนยงเดชา, ส. ช. (2563). กลยุทธ์การใช้ตัวการ์ตูนมาสคอตสำหรับงานโฆษณาในประเทศไทย. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า, 6, 58-77.

ธนสถิตย์, อ. (2560). ประเพณีรับบัวชุมชนบางพลี: การสืบทอดและการเปลี่ยนแปลง. 2, 129-144.

ธนาคารกรุงเทพ. (2020). รู้จักทฤษฎี 6W1H ตัวช่วยค้นหาลูกค้าของธุรกิจออนไลน์.

<https://www.bangkokbanksme.com/en/know-theory-6w1h-help-find-customers-online-businesses>

เปรมสารานุกรม, ป. (2018). ภาษาปองอัปฉา : ของเล่นที่ทำให้ประวัติศาสตร์ไม่ใช่เรื่องอัปฉาอีกต่อไป.

<https://adaymagazine.com/komkrit-tepthian-gachapon-upchao>

พงษ์นาค, อ. (2557). อัตลักษณ์ชุมชนเมืองโบราณอุทงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
จังหวัด

สุพรรณบุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการ  
จัดการทางวัฒนธรรม.

พรรณน พวงแพ, จ. ข. (2557). การพัฒนาผลิตภัณฑ์พลาสติกแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและยืดอายุการ  
เก็บรักษา. 2, 62-74.

พิทักษ์กาญจนกุล, ส. (2021). หิมพานต์มาร์ชเมลโล่ โมเดลแก๊งสัตว์เฝ้าโบสถ์วัดไทยที่อยากคืนกำไร  
ให้วัดและชุมชน. <https://adaymagazine.com/himmapan-marshmallow>

พี่กวาง. (2561). รวม 10 มาสคอตญี่ปุ่นสุดประหลาด เห็นแล้วต้องอุทาน #แบบนี้ก็มีด้วย!?

<https://www.dek-d.com/teentrends/48235/>

ฟาน, จ. เ., & วณิชพัฒนานุวัติ, ข. (2020). การออกแบบ Art Toy ที่ผสมผสานอารมณ์ความรู้สึกของ  
วัยเด็ก เข้ากับการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์ (มสป.), 2.

เมฆแก้ว, อ. (2555). วิธีการวิเคราะห์งานทัศนศิลป์.

<https://sites.google.com/site/dawglar1/hnwy-thi-3-thvsdi-kar-wicarn-silpa/3-2-withi-kar-wikheraah-ngan-thasn-silp?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

เรซินอาร์ท, ข. แ. (2013). เรซิน คือ อะไร และมีประโยชน์อย่างไร.

<https://www.supersiliconeandresinart.com/17064748/เรซิน-คือ-อะไร-และมีประโยชน์-อย่างไร>

วรรณะปกรณ์, ส., ปรีดาศักดิ์, ภ., สรียา, พ., ใจชอบสันเทียะ, ส., ทองคลองไทร, น., &  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. (2018). การออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นสู่การ  
พัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย จังหวัด  
นครราชสีมา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

วิกิพีเดีย. (2563). วัดพระสมุทระเจติย์.

<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%B8%E0%B8%>

[97%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B8%94%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B9%8C](https://www.samutprakan.go.th/ข้อมูลทั่วไปของจังหวัด/)

ศรีสุข, พ. (2561). มาสคอต: เครื่องมือสื่อสารการตลาดยุคใหม่. . วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์ , 12, 144-160.

ศรีสุวรรณ, ป. (2560). ทฤษฎีรูปทรงนิยมกับงานศิลปะร่วมสมัย. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 15, 1-10.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ป. ล., ศุภร เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : *Diamond in Business World*.

ศูนย์ดำรงธรรมจังหวัดสมุทรปราการ. (2021). ขนาดเขต ที่ตั้งและประวัติพอสังเขป.

<https://www2.samutprakan.go.th/ข้อมูลทั่วไปของจังหวัด/>

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2558). โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย. <https://tdri.or.th/2015/09/study-on-development-guidelines-for-thai-tourism>

สร้อยจุ, ส. (2014). การออกแบบและพัฒนาของเล่นเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปะ เรื่องเส้น สี รูปว่าง รูปทรง สำหรับเด็กออกทิสติก ช่วงอายุ 3-5 ปี.

สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ. (2015). ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสมุทรปราการ.

<http://www.samutprakan.doae.go.th/html/history.htm>

สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการ. (2562). แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี (พ.ศ.2561-2564 ) ทบทวน.

สุวิณะะสังข์, ว. (2008). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแอร์บริช.

<https://sites.google.com/site/miangbangkok/khwam-ru-beuxng-tn-keiyw-kab-xaer-brach>

เอี่ยมชื่น, พ. (2020). รู้จักน้อง! ใครเป็นใครใน #หิมพานต์มาร์ชเมลโล่.

<https://www.brandthink.me/content/himmapan-marshmallow>



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม

# แบบสอบถามจังหวัดสมุทรปราการ

\* ระบุว่าเป็นคำถามที่จำเป็น

## ข้อมูลทั่วไป

### 1 เพศ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ชาย
- หญิง
- ไม่ต้องการระบุ

### 2 อายุ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ต่ำกว่า 20 ปี
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51 ปีขึ้นไป

### 3 ระดับการศึกษา

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
- มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า
- อนุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี



## 4 อาชีพ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- 1.นักเรียน / นักศึกษา / นิสิต
- ธุรกิจส่วนตัว
- รับราชการ
- พนักงานบริษัท
- พ่อบ้าน / แม่บ้าน
- รับจ้างอิสระ
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

## 5 รายได้โดยเฉลี่ย

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ต่ำกว่า 18000 บาท
- 18001-30000
- 30001-50000
- 50001 ขึ้นไป

## แบบสอบถามจังหวัดสมุทรปราการ

## 6 ท่านเคยท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการหรือไม่

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

- เคย
- ไม่เคย

## 7 ท่านมีจุดประสงค์ใดในการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- พักผ่อน / ท่องเที่ยว
- เยี่ยมญาติ / คนรู้จัก
- ประชุม / ธุรกิจ / สัมมนา
- ทำงาน / ติดต่อธุระ
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

## 8 ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- เพื่อน
- คนรู้จัก
- กลุ่มทัวร์ท่องเที่ยว
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

## 9 บุคคลใดที่มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวของท่าน

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ตัวท่านเอง
- ครอบครัว
- แฟน
- เพื่อนร่วมงาน
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

10 ท่านเลือกที่จะเดินทางมาจังหวัดสมุทรปราการในช่วงไหน

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- วันจันทร์-วันศุกร์
- วันเสาร์-วันอาทิตย์
- วันหยุดราชการ
- เมื่อมีเหตุจำเป็นเท่านั้น

11 ท่านคิดว่าปัจจัยใดดึงดูดให้ท่านมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- โบราณสถาน
- ศิลปะ วัฒนธรรม
- ธรรมชาติ ความเป็นอยู่
- ประวัติศาสตร์
- อาหารท้องถิ่น
- สินค้าพื้นเมือง ของที่ระลึก
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

12 ท่านทราบดีถึงจังหวัดสมุทรปราการขนาดไหน

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13 สถานที่ท่องเที่ยวใดในจังหวัดสมุทรปราการที่ท่านมีความสนใจ \*

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)



สถานตากอากาศบางปู



พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ



เมืองโบราณ



พิพิธภัณฑ์ปลาสดไทย



ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง



วัดพระสมุทรเจดีย์



วัดอโศการาม



ฟาร์มจระเข้



พิพิธภัณฑ์เรือหลวงแม่กลอง



ตลาดโบราณบางพลี ตลาด 100 ปี



พิพิธภัณฑ์ ป้อมผีเสื้อสมุทร

อื่นๆ: \_\_\_\_\_



พิพิธภัณฑ์ทหารเรือ

14 ประเพณีและเทศกาลใดบ้างในจังหวัดสมุทรปราการที่ท่านมีความสนใจ\*

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)



งานนมัสการพระเจดีย์กลางน้ำ



ประเพณีรับบัว



สงกรานต์พระประแดง



งานประเพณีแห่ธงสังตะขบ



งานแห่เจ้าพ่อท้าวสาโร

อื่นๆ: \_\_\_\_\_

## 15 สินค้าของดีประจำจังหวัดสมุทรปราการที่ท่านมีความสนใจ \*

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งช่อง)

 1. กุ้งเหยียด 2 ปลาสดแห้งบางป่อ 3 ขนมจาก 5 น้ำพริกตาแดงปลาสด อื่นๆ: \_\_\_\_\_ ขนมเกสรดอกกล้วยก

ส่วนที่ไม่มีชื่อ

## 16 ข้อเสนอนะเพิ่มเติมที่มีผลต่อจังหวัด

## แบบสอบถามพฤติกรรมการความสนใจในมาสคอต

\* ระบุว่าเป็นค่าตามที่จำเป็น

1 1.เพศ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ชาย
- หญิง

2 2.อายุ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ต่ำกว่า 20 ปี
- 21-30 ปี
- 31-40 ปี
- 41 ปีขึ้นไป

3 3.สถานภาพ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- โสด
- สมรส
- หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / ม่าย



## 7 ท่านคิดว่ามาสคอตที่ท่านสนใจควรมีรูปแบบลักษณะเป็นในรูปแบบใด \*

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- มนุษย์
- สัตว์ต่างๆ
- สัตว์ป่าหิมพานต์
- ภูติ/เทวดา
- ดอกไม้
- สิ่งของเอกลักษณ์ต่างๆ
- อาหาร
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

## 8 ท่านคิดว่ามาสคอตควรมีเพศสภาพใด \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- ชาย
- หญิง
- ทั้งชายและหญิง
- ไม่ระบุเพศ
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

## 4 4.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- น้อยกว่า 15,000 บาท
- 15,001 - 30,000 บาท
- 30,001 - 40,000 บาท
- มากกว่า 40,000 บาท

## 5 5.ภูมิลำเนา \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- สมุทรปราการ
- กรุงเทพมหานคร
- อื่นๆ

ส่วนที่ไม่มีชื่อ

รูปที่ใช้ อ้างอิงจาก [gqthailand.com/16-arttoys-thailand-toy-expo-2020/](https://www.gqthailand.com/16-arttoys-thailand-toy-expo-2020/) / adaymagazine-พิมพ์ตามชเมลโล่ / adaymagazine-กาชาปองอันเจา / brandinsdie-manee-journey-scb-easy /

## 6 ท่านคิดว่า ปริมาณมาสคอต ใน1เซ็คตควรมีกี่ตัวถึงจะมีความน่าสนใจ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- 1
- 2 - 4
- 5 - 7
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

9 รูปแบบของตัวมาสคอตที่ท่านชื่นชอบ \*

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)



ตัวเลือก 1



ตัวเลือก 2



ตัวเลือก 3



ตัวเลือก 4



ตัวเลือก 5



ตัวเลือก 6



ตัวเลือก 7



ตัวเลือก 8



ตัวเลือก 9

อื่นๆ: \_\_\_\_\_



ตัวเลือก 10

### 3. ข้อเสนอแนะที่มีแบบสอบถามพฤติกรรมความสนใจความสนใจในมาสคอต

10 ท่านคิดว่ามาสคอตสามารถนำไปต่อยอดในทางไหนได้บ้าง

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- สินค้าของที่ระลึก
- ตัวโมเดลตั้งโชว์ / ART TOY
- หนังสือ ภาพประกอบ
- รูปปั้นตั้งวางขนาดใหญ่
- สกรีนบนเสื้อ / ปอดกหมอน / แก้วน้ำ
- อื่นๆ: \_\_\_\_\_

11 ข้อเสนอแนะต่างๆ

---

---

เนื้อหาที่มีได้ถูกสร้างขึ้นหรือรับรองโดย Google

Google ฟอรัม

# แบบสอบถามการจัดนิทรรศการ Mascot สมุทรปราการ

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของ งานวิจัย "การสร้างสรรค์มาสคอต เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรปราการ" ของนายธีรกานต์ มากสุข 63199130238

\* ระบุว่าเป็นคำถามที่จำเป็น

## 1 เพศ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ชาย
- หญิง
- ไม่ระบุ

## 2 อายุ \*

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ต่ำกว่า 20 ปี
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 50 ปีขึ้นไป

ชุดผลงาน



3 ความรู้สึกที่มีต่อภาพรวมผลงานโมเดล มาสคอต \*



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

น้อย      มากสุด

4 ข้อเสนอแนะ

---



Video Mascot (A)



<http://youtube.com/watch?v=kYSQYEWBsWk>

5 Mascot (A) {จระเข้+พรานจระเข้+ประเพณีรับบัว}



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

Video Mascot (B)



<http://youtube.com/watch?v=3dkLSrP1Gi0>

6 Mascot (B) {จระเข้+ตลาดน้ำ+พอส้า/แม่ค้า}



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Video Mascot (C)



<http://youtube.com/watch?v=SqTn53Ha8wg>

7 Mascot (C) (จระเข้+สถานตากอากาศบางปู)



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

Video Mascot (D)



[http://youtube.com/watch?v=9l1\\_SFRLVAg](http://youtube.com/watch?v=9l1_SFRLVAg)

8 Mascot (D) (พระเจ้า+พระเจดีย์กลางน้ำ)



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Video Mascot (E)



<http://youtube.com/watch?v=PRMUjvzwBNtg>

9 Mascot (E) {จระเข้+ขนมจาก}



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

1 2 3 4 5

Video Mascot (F)



<http://youtube.com/watch?v=8xyrYrutb0E>

10 Mascot (F) {จระเข้+ปลาสด}



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ความรู้สึกที่มีต่อภาพรวมผลงานภาพถ่าย









11 ความรู้สึกที่มีต่อภาพรวมผลงานภาพถ่าย \*



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

12 ข้อเสนอแนะ

---

ความรู้สึกที่มีต่อภาพรวมผลงานตัดต่อ3D Mascot







13 ความรู้สึกที่มีต่อภาพรวมผลงานตัดต่อ3D Mascot \*



ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

14 ข้อเสนอแนะ

---

ภาคผนวก ข  
รูปประกอบการทำмасคอต





ชิ้นงานมาสคอตในเครื่องพิมพ์



ชิ้นงานมาสคอตพิมพ์เสร็จสมบูรณ์



แม่พิมพ์ยางพารา 1 ด้าน



เทหล่อเรซินลงในแม่แบบมาสดกด



แกะแม่แบบ



ตัวพิมพ์แบบปูนปลาสเตอร์และเรซิน





เปรียบเทียบ 3 วัสดุ



ภาคผนวก ข  
รูปประกอบสอบปากเปล่า

ขอเชิญผู้สนใจเข้าร่วมฟังการสอบปากเปล่าปริญญาโท

เรื่อง การสร้างสรรค์มาสคอต เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยว  
ประจำจังหวัดสมุทรปราการ  
**The Creative Mascot For Promote  
Tourism Identity In Samprakran  
Province**

โดย นายธีรกานต์ มากสุข  
นิสิตหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ใน วันจันทร์ที่ 29 เมษายน 2567 เวลา 10-00 เป็นต้นไป  
สถานที่สอบ ห้อง101 ชั้น 1 อาคาร 6 วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์



College of Creative Industry  
SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY





ภาคผนวก ค

เข้าร่วมการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยครั้งที่ 16



# บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

มอบเกียรติบัตรนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

**นายธีรภานต์ มากสุข**

ได้นำเสนอผลงานวิจัยแบบโปสเตอร์

ในการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา (Symposium) ครั้งที่ ๑๖ ประจำปี ๒๕๖๗ ณ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ไว้ไว้ ณ วันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๗

(รองศาสตราจารย์ชาญชัย สุกใส)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ธรรมรักษ์ ๒๕๑๖๖๑)  
รักษาการแทน  
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี



ที่ ๒๗ ๐๒๒๖ ๑๗/๖๑๑๕๔

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี  
ถนนราชธานี อำเภอเมือง  
จังหวัดอุบลราชธานี ๓๕๑๐๐๐

๓๒ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง มอบการนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ ๑๖

เรียน นายธีรภานต์ มากสุข

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัย เรื่อง การสร้างสรรคโมเดลจากความรู้ภายใต้แนวความคิด  
ลักษณะชุมชนประจำจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการนำเสนอ  
ผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา (Symposium) ครั้งที่ ๑๖ ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๖ ในวันที่ ๓๐ มีนาคม  
๒๕๖๗ นั้น ผู้ทรงคุณวุฒิของการประชุมวิชาการฯ พิจารณาแล้ว เห็นควรมอบรับบทความวิจัยของท่านให้นำเสนอ  
ผลงานโดยโปสเตอร์ในวันที่ ๓๐ มีนาคม ๒๕๖๗ ณ อาคารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ชาญชัย สุกใส)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย





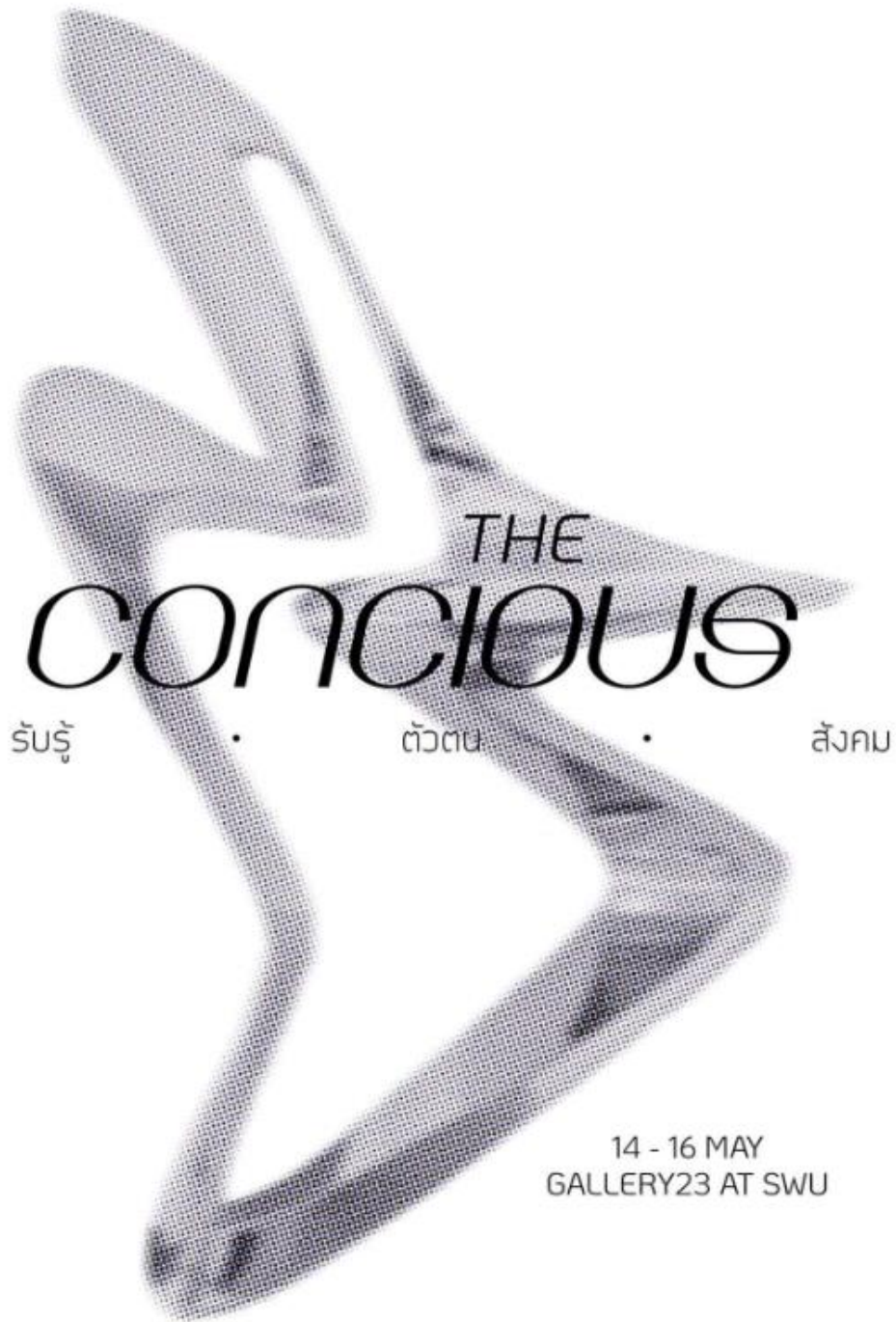


ภาคผนวก ง

นิทรรศการ The Conscioius : รับรู้ ตัวตน สังคม



MFA FASHION DESIGN INNOVATION THESIS EXHIBITION



THE  
*CONCIOUS*

รับรู้ • ตัดเย็บ • สักผม

14 - 16 MAY  
GALLERY23 AT SWU

COLLEGE OF CREATIVE INDUSTRY • SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY







**FASH**  
FASHION AT SWU HOUSE

# MASCOT SAMUTPRAKAN

THE CREATIVE MASCOT FOR PROMOTE TOURISM  
IDENTITY IN SAMUPRAKRAN PROVINCE

**Theerakran Marksuk**

การสร้างสรรคมาสคอตนี้ต้องเริ่มด้วยไอเดียการสร้างกับของที่มีอยู่ใน  
สมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบมาสคอตที่สื่อถึงภาพลักษณ์ของ  
สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าของขึ้นชื่อ และวิถีชีวิตประเพณี วิถีธรรมชาติที่สวยงาม  
วิเคราะห์แนวทางและออกแบบเพื่อแสดงถึงแนวความคิดที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของ  
สมุทรปราการ นำตัวมาสคอตไปใช้ในการตลาดและเผยแพร่ชื่อเสียงของสมุทรปราการ  
ให้สามารถสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ที่มีความสนใจในวิถีชีวิตสมุทรปราการ

**FASH**  
FASHION AT SWU HOUSE



ประวัติผู้เขียน

