

การออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์
ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย
จังหวัดนครราชสีมา

DESIGN OF LOCAL MASCOT TO PRODUCT DEVELOPMENT BASED
ON CREATIVE ECONOMY CONCEPT IN MEAUNWAI SUB-DISTRICT
NAKORN RATCHASIMA PROVINCE

สุธิดา วรธนะปรกรณ์

SUTHIDA WATTANAPAKON

ภักดี ปริธาคักดี

MR.PAKDEE PREEDASAK

พินาลิน สารียา

PENALIN SARIYA

สุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ

MR.SUTTICHAT JAICHOBSUNTIA

นุสรรา ทองคลองไทร

MRS.NUSARA THONGKLONGSAI

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

NAKHON RATCHASIMA RAJABHAT UNIVERSITY

นครราชสีมา

NAKHON RATCHASIMA

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสื่อสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างเอกลักษณ์ในการการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับพื้นที่ในเขตตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา แบบมีส่วนร่วม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการสุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่าง ใน 9 หมู่บ้าน ทำการวิเคราะห์สู่กระบวนการออกแบบบนฐานแนวคิดในการแปลงทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่สู่นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า สื่อสัญลักษณ์ที่เหมาะสมและเป็นภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่โดดเด่นและเป็นที่ยึดจำคือ ผลิตภัณฑ์ขนมจีนประโดก ในเขตพื้นที่หมู่ 1 ที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน ประกอบด้วย เส้นขนมจีน น้ำยาไก่ น้ำยาปลา น้ำยาปลากะทิ น้ำยาหวาน (น้ำพริก) และโบสถ์ 300 ปี เป็นสื่อสัญลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้การแฝงทัศนคติเชิงบวก ออกแบบตัวการ์ตูนเด็กและสัตว์เลี้ยง น่ารัก สีสันสดใส สะอาดตา มีความเป็นมิตร ตามแนวคิดการแปลงภาพ

สัญลักษณ์จากศิลปะและวัฒนธรรมวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ ได้ 4 รูปแบบ คือ น่องกะทิและลูกช้อน พื้แกงไก่และแม่กะต๋าก พื้แกงป่า และ เจ้าน้ำพริก โดยได้นำผลงานการออกแบบ มาต่อยอดสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก ได้ 5 ชนิด คือ ชุดหมอนอิง 5 แบบ ถุงผ้าแบบรูด 6 แบบ และแบบมีหูหิ้ว 6 แบบ เข็มกลัด 7 แบบ กระดิกน้ำ 5 แบบ และ สติกเกอร์ไลน์ที่ใช้ภาษาโคราชสื่อความหมาย 9 แบบ

คำสำคัญ : ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น, พัฒนาผลิตภัณฑ์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ตำบลหมื่นไวย

ABSTRACT

The purposes of this study were (1) to examine the mascot that was appropriate for the design of local mascot for the community products and (2) to develop the unique product model to promote tourism in the area of Meaunwai subdistrict, Nakhon Ratchasima province by using the participatory research and development process. Data was collected by using deep interview from randomization of samples from 9 villages. Data was analyzed to the design based on changing from the cultural capital context to creative economy concept and assessed the satisfaction of 50 customers. Results showed that the mascot that was appropriate and signified the outstanding and memorable local identity was Kanom Jeen Pradok at Moo 1 which was well known for a long time including rice vermicelli, chicken curry, spicy curry, fish and coconut milk curry, and sweet curry, and the 300-year Buddhist Sanctuary as the symbolic media to promote tourist places. To develop the product model by hiding positive attitudes to design the young comics and lovely, colorful, attractive, and friendly pets based on the concept of bringing the sign from arts, ways of life culture and environment that were related to the products, which were expanded to design five souvenirs such as five types of pillows, six types of spandex cloth bags and six types of handle bags, seven types of brooch, five types of flask, and nine types of Korat language.

Keywords : Local mascot, Product development, Creative economy, Meaunwai sub-district

บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กระบวนการที่เกิดจากการนำปัจจัยด้าน “ทุนทางปัญญา” หรือ “องค์ความรู้” ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์ ตลอดจนเกิดการต่อยอดสู่การสร้างคุณค่าอันนำไปสู่การสร้างมูลค่าและการสร้างคุณค่า สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-พ.ศ. 2559) ที่มีการกำหนดทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้อยู่บนพื้นฐานความรู้ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างสินค้าและบริการ รวมถึงพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ของท้องถิ่น โดยการต่อยอดสู่การยกระดับความภาคภูมิใจของอัตลักษณ์ชุมชน เชื่อมโยงการพัฒนาที่ต่อเนื่องไปสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2564) โดยใช้แนวคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยสำคัญในทำให้เกิดสำเร็จของนโยบาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นเป็นแนวคิดในการนำจินตนาการ หรือความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์มายกระดับสู่การสร้างสินค้าขึ้นเลิศ ซึ่งประเทศญี่ปุ่นนับเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนในส่วนของประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะเรื่องของการสร้างสินค้าลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ และกลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญอย่างหนึ่งของประเทศ ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์จากประเทศญี่ปุ่นที่คนไทยรู้จักเป็นอย่างดี อาทิ โดเรมอน ฮัลโหลคิตตี้ โคอาล่ามาร์ช ริลัคคุมะ ฯลฯ ในปัจจุบันหน้าที่ของตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ ในประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่ได้จำกัดอยู่แค่ตัวแทนในการนำเสนอสินค้าเพียงเท่านั้น แต่ยังมีส่วนสำคัญในการเป็นตัวแทนของท้องถิ่น ซึ่งตัวการ์ตูนเหล่านั้นจะถูก เรียกว่า yurukyara (ゆるキャラ) โดย yurukyara ที่เรียกได้ว่าประสบความสำเร็จและเป็นที่รู้จักของทั่วโลกมากที่สุด ณ ช่วงเวลานี้คงจะหนีไม่พ้น คุมะมง (< 三毛猫) ซึ่งเป็นตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ของการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของเมือง “คุมาโมโตะ” มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ด้วยภาพลักษณ์ที่ความโดดเด่น น่ารัก รวมทั้งมีการผสมผสานเรื่องราว ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ของพื้นที่ อันเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด จึงส่งผลให้ คุมะมงนั้นได้รับเลือกให้เป็นมาสคอตอันดับหนึ่งในการประกวดมาสคอต ประจำปี ใน พ.ศ. 2554 ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้ว จะเห็นว่าประเทศไทยเองก็มีความพยายามในการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ ในหลาย ๆ กิจกรรม เช่น ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์สำหรับงานกีฬาระดับชาติ หรือสำหรับองค์กร ในส่วนของจังหวัดนครราชสีมาเองก็มีการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักอยู่บ้าง โดยมากจะใช้เกี่ยวกับการแข่งขันกีฬา อาทิ งานนครราชสีมาเกมส์ ในปี พ.ศ. 2557 ที่ใช้ช้างสีกับโคโลเสาร์เป็นตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ การใช้แมวโคราชเป็นตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ประจำสโมสรฟุตบอลของจังหวัด เป็นต้น เพียงแต่ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ส่วนใหญ่ ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมทั้งยังไม่เกิดการต่อยอดสู่การพัฒนาเป็นสินค้าหรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถสร้างภาพจดจำให้กับท้องถิ่นได้เท่าที่ควร

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่มุ่งเน้นให้เห็นถึงผลในภาพรวมจากมุมมองของภาคส่วนสังคมหรือเมืองขนาดใหญ่ โดยในส่วนของประชาชนกลุ่มฐานรากนั้นยังคงประสบปัญหาในการขาดการสนับสนุนกลไกการขับเคลื่อนด้านการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่กลุ่มย่อยให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมจากปัญหาในช่วงต้นนี้จึงเป็นมูลเหตุในการจุดประกายความสนใจในการ วิจัยเรื่อง “ออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา” เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีกำลังในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในตลาดที่ค่อนข้างสูงด้วยผลพวงของความหลากหลายจากผลิตภัณฑ์ชุมชนที่น่าสนใจ อาทิ เครื่องปั้นดินเผา ด่านเกวียน ผ้าไหมเนื้อดี ผักหมี่และอาหารถิ่น ฯลฯ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดโดยในปัจจุบันนั้นมีหลายภาคส่วนเข้ามาให้ความสนใจผลักดัน และสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของพื้นที่ตำบลหมื่นไวย ภายใต้ความร่วมมือของประชาชนอย่างเข้มแข็ง แต่ปัญหาหลักของการประชาสัมพันธ์นั้นคือการขาดภาพจำในส่วนของเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชน ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นส่วนช่วยในการผลักดันเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นตำบลหมื่นไวยสู่การสนองนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เติบโตได้อีกช่องทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสื่อสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ ที่สร้างเอกลักษณ์ในการการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับพื้นที่ในเขตตำบลหมื่นไวย

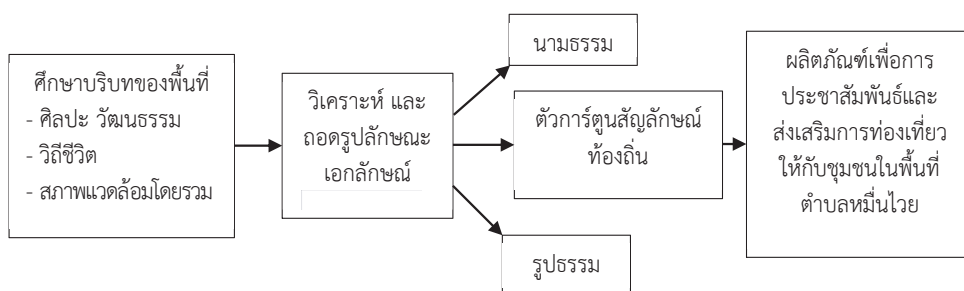
ประโยชน์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการสนับสนุนกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 ด้วยทุนทางวัฒนธรรม สู่การออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชน ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย เพื่อสร้างคุณค่าสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. ได้ต้นแบบแนวคิดในออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชน ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา
2. เป็นแนวทางในการสร้างเอกลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสนองนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้ยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0
3. ยกระดับความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชนในตำบลหมื่นไวย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเป็นต้นแบบแนวคิดให้กับพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย
4. ชิ้นงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากผลการวิจัยสามารถนำไปจดสิทธิบัตรได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา” ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา” เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นหลัก ร่วมกับวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งดำเนินการวิจัยร่วมกับกลุ่มคนในพื้นที่ ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ของตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 10,260 คน (กองกฎหมายและระเบียบท้องถิ่น กลุ่มงานกฎหมายและระเบียบท้องถิ่น 2, 2560) ทั้งประชากรภายในและภายนอก โดยวิธีการการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการเลือกแบบบังเอิญ (Haphazard or Accidental Sampling) ในการเลือกตัวอย่างโดยผู้วิจัยพยายามได้เก็บตัวอย่างตามที่ได้รับความร่วมมือ โดยกำหนดจำนวนรวม 50 คน จาก 9 หมู่

วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์และปฏิบัติกิจกรรมดังนี้

1. ผู้วิจัย เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึก สำหรับการวิจัยแบบมีส่วนร่วมนี้เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคล ดังนั้นการศึกษาและเรียนรู้ร่วมระหว่างผู้วิจัยกับกลุ่มเป้าหมายจะมีส่วนช่วยให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงมากยิ่งขึ้น

2. อุปกรณ์เก็บบันทึกข้อมูล ได้แก่ สมุดบันทึก กล้องถ่ายรูป เทปบันทึกเสียง

3. การสังเกตและการจดบันทึก ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสังเกตและจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของชุมชน เป็นการรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมชุมชนในวาระต่าง ๆ สังเกตและจดบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมในฐานะผู้สังเกตการณ์ โดยใช้มุมมองจากวงนอกเพื่อนำไปสู่การศึกษาและวิเคราะห์ต่อไป

4. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ 9 หมู่ ของตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 50 คน เพื่อศึกษาบริบทและเอกลักษณ์ของชุมชนในแต่ละหมู่เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลและสังเคราะห์สู่การออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น

5. รวบรวมข้อมูล จากเอกสารและแบบสัมภาษณ์ นำมาให้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสังเคราะห์แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากผลการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น

6. การประเมินความพึงพอใจจากเวทีการนำเสนอในต่อผู้นำชุมชนและตัวแทนประชากรในพื้นที่ 9 หมู่ ของตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นต่อผลงานออกแบบ และคัดเลือกรูปแบบผลงานสำหรับพัฒนาเป็นต้นแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่ ตำบลหมื่นไวย โดยหลังจากการได้รับผลการแสดงความคิดเห็นแล้ว จึงได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบสินค้าที่ระลึก

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

1. การศึกษาบริบทชุมชน โดยวิธีการศึกษาข้อมูลจากเอกสารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. สัมภาษณ์บุคคลผู้เกี่ยวข้องกับชุมชนในพื้นที่ 9 หมู่ ของตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

3. เดินสำรวจ สังเกต จัดบันทึกและบันทึกสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ศึกษา ข้อมูลด้านประวัติความเป็นมา สภาพทั่วไป เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ศึกษาเอกลักษณ์ของชุมชนใน ตำบลหมื่นไวย

ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อดึงข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อหาเอกลักษณ์และจุดเด่น ของพื้นที่ ตำบลหมื่นไวย โดยการร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนด รูปแบบใหม่สำหรับการออกแบบประเด็นคำถามที่ต้องการ ในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. ความเป็นมา เส้นทางทางท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ของอำเภอมื่นไวย
2. จุดเด่น รูปแบบ เอกลักษณ์ของอำเภอมื่นไวย
3. ความต้องการด้านการออกแบบสินค้าที่ระลึกของอำเภอมื่นไวย

ขั้นที่ 3 การออกแบบและพัฒนาต้นแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์

นำผลการศึกษาจากขั้นที่ 2 มาประมวลผลร่วมกับการศึกษาข้อมูลในขั้นที่ 1 เพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการออกแบบ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบจากการ จัดเวทีประชาคม

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาทั้งหมดโดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบ ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น
2. การร่างแบบ 2 มิติ เพื่อกำหนดแนวความคิดหลัก โดยใช้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสังเคราะห์ รูปแบบแนวความคิด จากการผสมผสานความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่กับจินตนาการและแรงบันดาลใจ ของผู้วิจัยเพื่อกำหนดภาพลักษณ์ในส่วนของการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น
3. นำตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้เป็นกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้เป็นสินค้าที่ระลึก

ขั้นที่ 4 การทดลองสร้างผลงานต้นแบบ

การทดลองขึ้นแบบจริงด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และตัดต่อกราฟิกลงบนภาพของต้นแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อทดสอบความพึงพอใจ

ขั้นที่ 5 การประเมินผล

การประเมินความพึงพอใจจากเวทีการนำเสนอต่อผู้นำชุมชนและตัวแทนประชากรในพื้นที่ 9 หมู่ ของตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นต่อผลงานออกแบบ และ คัดเลือกรูปแบบผลงานสำหรับพัฒนาเป็นต้นแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่ ตำบลหมื่นไวย โดยแบ่งเนื้อหาการประเมินความพึงพอใจด้วยการแสดงความคิดเห็นตามประเด็นต่อไปนี้

ด้านโครงสร้าง/รูปแบบความสมบูรณ์ของผลงาน

- ความเหมาะสมด้านความสมบูรณ์ของผลงาน
- ความเหมาะสมด้านการออกแบบกับต้นทุนและกระบวนการผลิต
- ความเหมาะสมด้านเนื้อหาที่น่าสนใจในผลงาน
- ความเหมาะสมของประโยชน์ด้านการใช้งาน

ด้านการออกแบบ/ความสวยงาม

- ความสวยงามเหมาะสมของรูปแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น
- รูปแบบของภาพกราฟิก สี และการจัดวางองค์ประกอบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่

- ความสวยงามสร้างสรรค์ของผลงาน
- ความสื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์โดยรวมของผลงานที่มีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ตำบล

หมื่นไวย

ขั้นที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลักในการวิเคราะห์ข้อมูลสู่การออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการวิเคราะห์ออกเป็น 2 รูปแบบตามกระบวนการ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยการพรรณนาวิเคราะห์ และผลจากการจัดเวทีวิเคราะห์แบบมีส่วนร่วม เพื่อการพัฒนาต้นแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น และต้นแบบผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัย

จากการดำเนินกิจกรรมงานวิจัยเรื่อง การออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา มีผลการวิจัยดังนี้

การศึกษาสื่อสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา

ในการศึกษารูปแบบของสื่อสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ให้กับพื้นที่ตำบลหมื่นไวย ได้ใช้กระบวนการการวิจัยแบบมีส่วนร่วมจากตัวแทนของชุมชนทั้ง 9 หมู่ในเขตพื้นที่ ในการตกผลึกประเด็นปัญหา เสนอแนวคิด และร่วมแสดงความคิดเห็นในการออกแบบผลงาน เพื่อเป็นแนวทาง ในการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกที่สร้างเอกลักษณ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์ ด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชนศูนย์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยได้ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบและสื่อสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา

ด้านการออกแบบสื่อสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ให้กับ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา ด้วยกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ในการศึกษา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้ท้องถิ่นได้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าและมีความรู้สึกร่วมในการออกแบบ ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาแนวคิดต้นแบบในการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ด้วยการเชื่อมโยงภาพกับความหมายซึ่งเป็นผลสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของพื้นที่ในเขตตำบลหมื่นไวย และพบว่า ภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่โดดเด่นและเป็นที่จดจำของกลุ่มประชากรที่ถูกสุ่มสอบถามคือ ภาพของผลิตภัณฑ์ ขนมหินประโดก ในเขตพื้นที่หมู่ 1 โดยมูลเหตุที่ทำให้ขนมหินประโดกเป็นที่จดจำของพื้นที่คือประวัติความเป็นมา ที่ยาวนาน ภาพจำที่แตกต่าง รวมทั้งคุณสมบัติพิเศษของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ ที่คนส่วนใหญ่สามารถระบุได้ว่า “ขนมหินประโดก” คือภาพจำของพื้นที่ ด้านการออกแบบผู้วิจัยได้ใช้การแบ่ง

ทัศนคติเชิงบวกให้กับตัวการ์ตูนที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์หลักของพื้นที่ ได้แก่ ขนมนจีนประโดก อันประกอบไปด้วยเส้นขนมนจีน น้ำยาไก่ น้ำยาปลา น้ำยาปลากะทิ น้ำยาหวาน (น้ำพริก) ไข่โบสท์ 300 ปี เป็นสื่อสัญลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว โดยออกแบบให้มีความน่ารักและเป็นมิตรอันเป็นบุคลิกของเจ้าบ้านที่ดีด้วยรูปลักษณะของตัวการ์ตูนที่มีความเป็นเด็ก และสัตว์เลี้ยง มีการใช้รูปแบบเชิงสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มาเป็นส่วนประกอบให้เกิดเป็นองค์ประกอบในภาพรวมของตัวละครทำให้เกิดอำนาจในการสื่อสารที่ชัดเจนโดยใช้แนวความคิดในการวิเคราะห์สัญลักษณ์ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. 2555) ในการใช้สัญลักษณ์จากศิลปะและวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสภาพแวดล้อม ที่มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์และสื่อสารความหมายโดยรวมของพื้นที่ กระตุ้นการจดจำด้วยการใช้โครงสร้างสี่เสาคงดุดตา โดยมีการจำแนกผลการออกแบบเป็นตัวการ์ตูน 4 รูปแบบ ดังนี้

ตัวการ์ตูนรูปแบบที่ 1 มีการออกแบบโดยใช้บุคลิกของเด็กผู้ชายใส่โจงกระเบนสีส้มที่มีความน่ารักสดใส การผสมภาพเอกลักษณ์ท้องถิ่น ได้แก่ การออกแบบเครื่องแต่งกายให้มีความเป็นพื้นถิ่นโบราณ แสดงถึงความเป็นต้นตำรับ เส้นขนมนจีนเป็นส่วนหนึ่งของทรงผม โจงกระเบนสีส้มและสัตว์เลี้ยงเป็นปลาช่อนในโถที่คล้ายหม้อของน้ำยา เพื่อสื่อถึงน้ำยาปลากะทิ



ภาพที่ 2 ตัวการ์ตูนน้องกะทิที่ได้แรงบันดาลใจจากขนมนจีนน้ำยาปลากะทิ

ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561

ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตัวการ์ตูนรูปแบบที่ 2 มีการออกแบบโดยใช้รูปลักษณะของเด็กผู้หญิง โดยดึงบุคลิกมาจากถ้วยรางวัลของชุมชน การผสมภาพเอกลักษณ์ท้องถิ่นได้แก่ ออกแบบเครื่องแต่งกายให้มีความเป็นพื้นถิ่นโบราณโดยใส่เสื้อคอกระเช้าสีเขียวและใส่โจงกระเบนสีแดงซึ่งเป็นสีเดียวกับถ้วยรางวัลต้นแบบ เพื่อให้เหมาะกับภาพของแม่ค้าขนมนจีนที่ต้องการความคล่องตัวในการหาบขนมนจีนขาย มีความน่ารักสดใสสื่อถึงมิตรไมตรี มีอุปกรณ์ในการขายขนมนจีน ได้แก่ กระจับ และหาบขนมนจีน มีเส้นผมสีส้มที่ตัดทอนมาจากจ๊อบของเส้นขนมนจีนและสีของน้ำยาไก่ ซึ่งขยายความหมายโดยใช้ไก่สีส้มมาประกอบเป็นสัตว์เลี้ยง



พี่แกงไก่ + แม่กะต๋าก



ภาพที่ 3 ตัวการ์ตูนน้องกะทิที่ได้แรงบันดาลใจจากขนมจีนน้ำยาไก่
ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561
ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตัวการ์ตูนรูปแบบที่ 3 มีการออกแบบโดยใช้รูปลักษณะของเด็กผู้ชาย โดยดึงบุคลิกมาจากการผสมภาพเอกลักษณ์ท้องถิ่น ออกแบบเครื่องแต่งกายโดยดึงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงอาชีพทำไร่ทำนาของพื้นที่ตำบลหมื่นไวย โดยถ้านึกถึงเครื่องแต่งกายที่สื่อถึงอาชีพเกี่ยวกับการเกษตร คนส่วนใหญ่จะนึกถึงชุดม่อฮ่อมสีน้ำเงิน ออกแบบโดยดึงบุคลิกให้มีความน่ารักสดใสสื่อถึงมิตรไมตรี มีเส้นผมสีแดงทรงเดทร็อคมัดด้วยก้านผักบุ้ง ที่ดูสะอาดตาพร้อมสมัย ตัดทอนมาจากลักษณะของเส้นขนมจีนที่ไม่เป็นระเบียบและสีของน้ำยาป่า

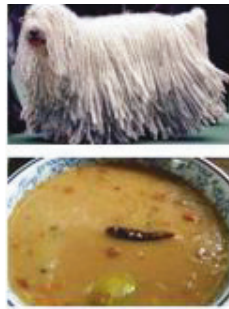


พี่แกงป่า



ภาพที่ 4 ตัวการ์ตูนน้องกะทิที่ได้แรงบันดาลใจจากขนมจีนน้ำยาป่า
ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561
ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตัวการ์ตูนรูปแบบที่ 4 มีการออกแบบโดยใช้รูปลักษณะของน้องหมา เนื่องจากน้ำยาหวานหรือน้ำยาน้ำพริกมักถูกวางจำหน่ายเป็นหม้อเล็ก ๆ ที่แยกออกจากหม้อน้ำยาหลัก อีกทั้งยังมีวัตถุดิบหลักเป็นถั่วซึ่งเป็นชนิดของวัตถุดิบที่แตกต่างจากน้ำยาประเภทอื่น ๆ ผู้วิจัยจึงออกแบบตัวละครให้มีความแตกต่างจากตัวละครอื่น ๆ โดยกำหนดบุคลิกของสัตว์เลี้ยงของครอบครัวที่เป็นผู้ช่วยเสริมสร้างสีสันให้กลุ่มตัวละคร โดยมีรูปลักษณะจากการผสมภาพเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ขนมจีนน้ำยาหวาน ซึ่งมีส่วนผสมของถั่วและพริกแห้ง ราคาลงบนเส้นขนมจีนยุง ๆ ซึ่งคล้ายขนของสุนัข มีความน่ารักสดใส เป็นมิตร ใช้โคร่งสีที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 5 ตัวการ์ตูนน้องกะทิที่ได้แรงบันดาลใจจากขนมจีนน้ำยาหวาน

ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561

ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตอนที่ 2 กระบวนการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการการประชาสัมพันธ์
ในด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนในเขตตำบลหมื่นไวย

การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการการประชาสัมพันธ์ในด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนในเขตตำบลหมื่นไวยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของพื้นที่ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาจากชนิดของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยม มีความสัมพันธ์ในส่วนของ การท่องเที่ยว และสามารถสร้างผลเป็นสินค้าที่ระลึกได้ง่าย จำนวน 5 รูปแบบด้วยกัน อันได้แก่ 1) ชุดหมอนอิง จำนวน 5 แบบ โดยสาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เพราะเป็นของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวมักติดใจและ มีประโยชน์ในการเดินทาง มีพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ ที่เห็นภาพได้ชัดเจน มีเทคโนโลยีที่สามารถสนับสนุน การผลิตได้ 2) ชุดถุงผ้าแบบรูดจำนวน 6 แบบ และชุดถุงผ้าแบบมีหูจำนวน 6 แบบ โดยสาเหตุที่เลือก ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เพราะกระเป๋าหรือถุงผ้าสวย ๆ นั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นในการท่องเที่ยว โดยเป็นสินค้า ที่มีคุณสมบัติในการประชาสัมพันธ์ได้ในขณะใช้งาน 3) เข็มกลัดจำนวน 7 แบบ โดยสาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ ประเภทนี้ เพราะเป็นของที่ระลึกที่มีราคาถูก ซื้อได้ง่าย พกพาสะดวก และสามารถติดกระเป๋าแล้วกลายเป็น สื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบหนึ่ง 4) กระติกน้ำจำนวน 5 แบบ โดยสาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เพราะ เหมาะสำหรับกระแสรักสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ทั้งยังมีความสอดคล้องกับสถานที่ท่องเที่ยว บริเวณพื้นที่สวนสุขภาพหมื่นไวย 5) สติกเกอร์ไลน์ที่ใช้ภาษาโคราชในการสื่อความหมาย จำนวน 9 แบบ



ภาพที่ 6 ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นบนผลิตภัณฑ์หมอน 5 แบบ

ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561

ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



ภาพที่ 7 ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นบนผลิตภัณฑ์ชุดถุงผ้าแบบรูดจำนวน 6 แบบ, ชุดถุงผ้าแบบมีหูหิ้วจำนวน 6 แบบ

ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561

ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



ภาพที่ 8 ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นบนผลิตภัณฑ์เข็มกลัดจำนวน 7 แบบ

ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561

ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



ภาพที่ 9 ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นบนกระติกน้ำจำนวน 5 แบบ
ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561
ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



ภาพที่ 10 ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นในรูปแบบของสติ๊กเกอร์ไลน์จำนวน 9 แบบ
ที่มา : ภาพวาดด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2561
ณ ห้อง 36.04.51 สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อภิปรายผล

ในส่วนของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกที่จะศึกษาสื่อสัญลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตตำบลหมื่นไฉ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เพื่อนำมาวิเคราะห์หาเอกลักษณ์ของพื้นที่สู่การการออกแบบตัวการ์ตูน โดยได้เลือกใช้รูปสัญลักษณ์ที่เป็นตัวการ์ตูนที่มีสัดส่วน 1:2 (ส่วนหัวให้มีขนาดช่วงลำตัว) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ทำให้ตัวการ์ตูนมีความน่ารัก และเพื่อขยายให้เห็นถึงโครงสร้างใบหน้าที่แสดงถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนเงินประดอก ซึ่งเป็นจุดเด่นของพื้นที่ รวมทั้งเพิ่มความชัดเจนในการสื่ออารมณ์ที่แสดงถึงมิตรไมตรี อันเป็นภาพลักษณ์ที่ดีในการส่งเสริม

การท่องเที่ยว ใช้โครงสร้างร้อนสดใสนี้เนื่องจากเป็นโหนดที่กระตุ้นความอยากอาหารได้ดี และเหมาะสมกับชุดตัวการ์ตูนที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นกลุ่มอาหาร ทั้งนี้ได้มีการเพิ่มสีชาลงในชุดโครงสร้างเพื่อให้เกิดภาพรวมที่มีความสดใสนุ่มนวล สบายตา เพื่อให้ภาพรวมของตัวการ์ตูนที่ออกแบบใหม่นี้มีคุณสมบัติที่เป็นไปตามแนวคิด 3 ข้อในการที่มาสคอตจะกลายเป็น yurukyara ของ Miura Jun ซึ่งได้แก่ 1) การสื่อสารที่สื่อถึงภาพลักษณ์และเอกลักษณ์เชิงบวกของพื้นที่ 2) ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นมีลักษณะเด่นเฉพาะตัวที่สร้างการจดจำ 3) ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นที่ออกแบบนั้นมีความเป็นมิตรและเข้าถึงง่าย ที่สอดคล้องกับประเด็นในการศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของ yurukyara ของ มจธรี ธรรมทรงชนะ (2557)

ในส่วนของการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์ในด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนในเขตตำบลหมื่นไวยนั้น ผู้วิจัยได้มีการพิจารณาแนวคิดในการเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายโดยเป็นการประยุกต์ใช้วิธีการในการประเมินความพึงพอใจแบบมีส่วนร่วม ที่สอดคล้องกับงานวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ของ รจนา จันทราสา (2555) ที่กล่าวถึง วิธีการในการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างของตัวแทนผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ โดยเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด รวมทั้งการลงพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งงานวิจัยชุดนี้สามารถวิเคราะห์แนวทางในการเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของสินค้าที่ระลึกออกมาเป็นเกณฑ์ 3 ประการ ได้แก่ 1) ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยม และเป็นที่ต้องการในตลาด 2) มีความสัมพันธ์ในส่วนของการท่องเที่ยวและเหมาะสมกับการวางภาพกราฟิกที่ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของพื้นที่ตำบลหมื่นไวย 3) สามารถส่งผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกได้ง่าย โดยได้วิเคราะห์และพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ได้ 5 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่ 1) ชุดหมอนอิง ซึ่งอาจจะจำหน่ายในส่วนของการปลูกอย่างเดี่ยวหรือรวมตัวหมอนด้วยก็ได้ โดยเป็นของที่ใช้ประโยชน์ได้จริง มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเดินทาง มีพื้นที่ในการวางองค์ประกอบในการประชาสัมพันธ์ ที่เห็นภาพได้ชัดเจน มีเทคโนโลยีที่สามารถสนับสนุนการผลิตได้ง่าย 2) ชุดถุงผ้าทั้งแบบรูดและแบบมีหูหิ้วจำนวน เนื่องจากมีประโยชน์ใช้สอย ที่สัมพันธ์กับการเดินทางทั้งทางไกลและใกล้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติในการประชาสัมพันธ์ได้ดี ในขณะที่ใช้งาน 3) เข็มกลัด เนื่องจากเป็นของที่ระลึกที่มีราคาถูกทำให้เป็นของที่ระลึกที่ง่ายแก่การซื้อฝากพบปะและใช้งาน สามารถส่งผลิตได้ง่าย 4) กระติกน้ำสำหรับพกพาเวลาเดินทาง โดยสาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ เพราะเป็นสินค้าที่ในกระแสรักสุขภาพ ที่กำลังเป็นที่นิยมและสอดคล้องกับการใช้ในปัจจุบันที่คนนิยมพกพาเครื่องดื่มสำหรับเดินทาง ทำงาน หรือออกกำลังกายซึ่งมีความเหมาะสมกับการใช้งานกับบริเวณพื้นที่สวนสุขภาพหมื่นไวย 5) สติกเกอร์ไลน์ที่ใช้ภาษาโคราชในการสื่อความหมาย เป็นสินค้าที่อยู่ในกระแสของสังคม ใช้ต้นทุนในการผลิตและจำหน่ายที่ถือว่าน้อยมาก แต่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่สูงและตรงประเด็น

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยเน้นศึกษาในประเด็นของการออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นให้กับพื้นที่ตำบลหมื่นไวย โดยมีวัตถุประสงค์ปลายทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเพื่อส่งเสริมศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์และการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย โดยผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการคิดจากการต่อยอดและถอดรูปทูลทางสังคม และศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น ที่มีในพื้นที่ มาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมอันนำไปสู่ผลการจดจำและระลึกถึง เพื่อพัฒนากลไกการสร้างการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของพื้นที่ผ่านตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น โดยใช้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเป็นช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความสำเร็จของผลการดำเนินการในส่วนของการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการสร้างตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่นจะพบว่าภาพลักษณ์ในบทบาทของการเป็นผู้มีชื่อเสียงของตัวการ์ตูนเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ซึ่งนอกจากการประชาสัมพันธ์ถึงตัวตนแล้ว การสร้างการตระหนักถึงหรือ

การสร้างกระแสข่าวแปลก ๆ ที่ทำให้คนได้เห็นภาพและเรื่องราวของตัวการ์ตูนที่ถูกสร้างขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจและกระตุ้นการจดจำได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น ของประเทศไทย ที่ถึงแม้ว่าจะมีการพัฒนารูปแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น หรือออกแบบได้น่ารักเพียงใด ก็ยังไม่ถือว่าเกิดกระแสการตอบรับที่ดี

จากการสรุปผลการดำเนินการในการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เกิดเป็นผลงานสร้างสรรค์ในส่วนของ การออกแบบ ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ท้องถิ่น และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ให้ผลในเชิงบูรณาการส่งเสริม ความน่าสนใจ กับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย ภายใต้แนวคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านแนวคิด ในการวิเคราะห์ที่ความทุนและบริบทของพื้นที่สู่การออกแบบภาพสินค้าที่ระลึก ซึ่งถือเป็นการนำเสนอแนวทางใหม่ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจภายในพื้นที่ตำบลหมื่นไวยอีกช่องทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ในการทำวิจัยครั้งนี้สามารถสร้างให้เกิดแนวทางโดยหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถ นำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาและประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ ส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ของพื้นที่ ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวและเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนได้ ในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการผลักดัน และส่งต่อกลไกการใช้งานผลงานวิจัยในส่วนนี้เพื่อสื่อสาร สร้างการรับรู้แก่จังหวัดและสังคมภายนอกอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรศึกษาการนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปผลิต และทดลองตลาดจริง รวมทั้งประเมินผลความพึงพอใจต่อผลงาน เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และต่อยอดผลงานวิจัยสู่การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลหมื่นไวยในรูปแบบที่หลากหลาย มากขึ้น อันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนให้ยั่งยืนในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการตระหนักถึงคุณค่าของการบูรณาการงานด้านการออกแบบสร้างสรรค์ สู่ผลิตภัณฑ์เพื่อให้ท้องถิ่นได้ใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง โดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นแกนขับเคลื่อนกิจกรรม การสร้างสรรค์ผลงานจนสำเร็จลุล่วง โดยได้รับความช่วยเหลืออย่างยิ่ง ทั้งด้านวิชาการ ด้านดำเนินงานวิจัย และงบประมาณสนับสนุนการวิจัย จากสถาบันวิจัยและพัฒนา ร่วมกับคณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ที่ได้มอบทุนสนับสนุนการวิจัย รวมทั้งได้จัดกระบวนการเพื่อ ส่งเสริมให้ทีมผู้วิจัยได้เกิดประสบการณ์ในการพัฒนาผลงานวิจัย

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร หงส์พันธุ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ คณะผู้บริหาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ช่วยผลักดันตลอดจนให้การสนับสนุน ทำให้ การวิจัยนี้ประสบผลสำเร็จได้ด้วยดี ขอขอบคุณผู้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในเขตพื้นที่ตำบลหมื่นไวยทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือต่อการวิจัยอย่างยิ่ง ขอขอบคุณคณาจารย์ และนักศึกษาในสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ และที่ให้คำปรึกษาด้านวิชาการ และให้กำลังใจมาโดยตลอด สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากงานวิจัยนี้ ขอมอบให้กับบิดา มารดา ตลอดจนครูอาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ ที่ดีให้แก่คณะผู้วิจัย

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. 2555. *สื่อเก่า-สื่อใหม่ : สัญญา อัตลักษณ์ อุดมการณ์*. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์

มธุริน ธรรมทรงชนะ. (2557). *การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการสร้าง yurukyara กรณีศึกษา ‘คุมะมง’ และ ‘ฟุโนชิ’*. ปริญญานิพนธ์ของกระบวนวิชา 018499 (Seminar in Japanese Language and Literature) สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

รจนา จันทราสา. (2554). *การมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชนในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์กล้วยทอดกรอบบ้านสารภี จังหวัดสมุทรสงครามเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 62-72.*

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2561, จาก http://www.nesdb.go.th/download/article/article_20160323112431.pdf

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2561, จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422

ผู้เขียนบทความ

นางสาว สุธิดา วรรณะปรกรณ์	อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต E-mail: suthida_pla01@hotmail.com
นาย ภัคดี ปรีดาศักดิ์	อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต E-mail: predasak@gmail.com
รองศาสตราจารย์ พิณลีน สาริยา	รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต E-mail: penalinsariya@gmail.com
นาย สุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ	อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต E-mail: Suttichat@nrru.ac.th
นาง นุสรา ทองคลองไทร	อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต E-mail: e-jing_engy@hotmail.com สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เลขที่ 340 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000