

การออกแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต

MASCOT AND PUBLIC RELATIONS DESIGN FOR SONGKRAN FESTIVAL



รวีวรรณ จันทร์สุวรรณ  
RAWEEWUN CHANSUWAN

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต  
MASCOT AND PUBLIC RELATIONS DESIGN FOR SONGKRAN  
FESTIVAL

นักศึกษา รวีวรรณ จันทร์สุวรรณ  
รหัสประจำตัว 63020273  
ปริญญา ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชา นิเทศศิลป์  
พ.ศ. 2566  
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์วรพล ยวงเงิน



(วรพล ยวงเงิน)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ 13 เดือน มิ.ย. พ.ศ. 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต
นักศึกษา	รวิวรรณ จันทรสุวรรณ
รหัสประจำตัว	63020273
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
พ.ศ.	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วรพล ยวงเงิน

### บทคัดย่อ

สงกรานต์ หรือประเพณีขึ้นปีใหม่ไทย เป็นหนึ่งในประเพณีอันดีงามที่มีมาตั้งแต่โบราณ เปี่ยมด้วยความสนุกสนานรื่นเริง โดยมีน้ำเป็นสื่อกลางเชื่อมความสัมพันธ์ สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชนชาวไทย และความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทย ในปัจจุบัน สงกรานต์กลายเป็นเทศกาลที่ดึงดูดชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างดี แต่กระนั้น ชาวต่างชาติส่วนใหญ่มักจดจำว่าประเพณีสงกรานต์คือเทศกาลสาดน้ำ ซึ่งนับว่าน้ำเสียดายเป็นอย่างยิ่ง

การวิจัยนี้จึงมีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาการออกแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต และเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติได้รู้จักเทศกาลสงกรานต์ ทั้งในรูปแบบแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย เกิดความเข้าใจในที่มา ความสำคัญของประเพณีดังกล่าวต่อชาวไทย ภายใต้แนวคิด "สงกรานต์ของไทย มีอะไรมากกว่าแค่การสาดน้ำ" โดยมีผลงานทั้งหมดประกอบด้วย ตัวละครทั้งหมด 4 ตัว คือ มิสกานต์ โปโป้ เจดีย์ นกยูง, โมชันกราฟิกประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ จำนวน 1 คลิป, โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์แคมเปญ 3 ชิ้น, สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 1 ชิ้น, สื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ 1 ชิ้น และของที่ระลึก 3 ประเภท ประเภทละ 3 ลาย คือ ชันน้ำ ปืนฉีดน้ำ ของใส่โทรศัพท์กันน้ำ

## กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีหากขาดผู้คนมากมายที่คอยช่วยเหลืออยู่เบื้องหลัง ทั้งในด้านการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วง และในด้านการเสริมสร้างพลังใจอันแข็งแกร่งให้แก่ข้าพเจ้า ซึ่งผู้คนเหล่านี้มีทั้งผู้เป็นกำลังใจในการสนับสนุน ผู้คอยช่วยเหลือชี้แนะแนวทาง ผู้เดินทางร่วมทุกข์สุขกันในการศึกษาอันยาวนานนี้ ซึ่งไม่ว่าจะมากหรือน้อย เล็กหรือใหญ่ ข้าพเจ้าก็มีความซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอใช้พื้นที่นี้ ในการกล่าวขอบคุณผู้มีส่วนร่วมทุกท่านเอา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ อาจารย์วรพล ยวงเงิน ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่รับข้าพเจ้าเข้ามาอยู่ภายใต้การดูแล โดยตลอดมา ได้ช่วยแนะนำ สั่งสอน และชี้แนะแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินโครงการ ตลอดจนได้ร่วมโครงการที่เสร็จสมบูรณ์ในปัจจุบัน

ขอขอบคุณ คุณภววรรณ ธนาเลิศสมบูรณ์ ผู้มีบทบาทเบื้องหลังศิลปนิพนธ์นี้ยิ่งใหญ่หลวง ผู้เป็นทั้งผู้คอยช่วยเหลือผลักดัน สนับสนุน เป็นผู้ช่วยด้านภาษา งานแปล การเรียบเรียง ทั้งยังเป็นเพื่อนสนิทที่เสริมสร้างกำลังใจสำคัญ ตั้งแต่เริ่มโครงการจวบจนโครงการแล้วเสร็จดี

ขอขอบคุณ คุณวรัมพร เล้าประกิจเจริญพร เจ้าของเสียงพากย์น่ารัก ๆ ของตัวละครทุกตัว ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอันจะขาดไปไม่ได้สำหรับศิลปนิพนธ์นี้ และคุณชัชฉมมล เหลืองสุรงค์ ผู้แปลและตรวจสอบความถูกต้องของภาษาอังกฤษภายในระยะเวลาอันเร่งรัด

ขอขอบคุณเพื่อนคนสำคัญที่คอยเป็นกำลังใจ ทั้งเพื่อนจากทางไกล อ้าย โช โบ ฟา แจน ที่แม้ตัวจะไกลแต่ใจเราใกล้กันเสมอ และเพื่อนใกล้ซิด มีมี เพลง พลอย มิจิ ยาหิ เหล่าเด็กหอที่ประคับประคองจิตใจกันเสมอมา รวมถึงเพื่อน ๆ นิเทศศิลป์รุ่น 38 ทุกคน และที่ขาดไปไม่ได้คือ ชลิดา สิริวัฒน์ชัย ผู้เป็นทั้งพี่และเพื่อนคนสำคัญ ที่คอยร่วมทุกข์ร่วมสุข ชวนกันไปกินข้าวทุกวัน ทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งในผู้ที่ช่วยเติมเต็มศิลปนิพนธ์นี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ มารดา คุณภรภัสสรณ์ จันทรสุวรรณิ ที่คอยถามไถ่ เป็นห่วงเป็นใย เรื่องสุขภาพ ทั้งยังเป็นกำลังสำคัญในการสนับสนุนต้นทุนที่ทำให้ทำศิลปนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

รวีวรรณ จันทรสุวรรณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญรูปภาพ.....	V
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	1
1.3 ขอบเขตของงาน.....	1
1.4 ข้อยกเว้น.....	2
1.5 ขั้นตอนของการดำเนินงาน.....	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	3
2.1 ประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย.....	3
2.2 ตำนานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย.....	3
2.3 ความหมายของตำนานสงกรานต์และวิถีปฏิบัติในประเพณีสงกรานต์ของไทย.....	4
2.4 ประเพณีสงกรานต์แบบร่วมสมัย.....	5
บทที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับการออกแบบ.....	6
3.1 หลักการออกแบบมาสคอต.....	6
บทที่ 4 วิธีการดำเนินงาน.....	8
4.1 กลุ่มเป้าหมาย.....	8
4.2 วิธีการเก็บข้อมูล.....	8
4.3 ขอบเขตของเนื้อหา.....	8
4.4 ขอบเขตของชิ้นงาน.....	9
4.5 แนวทางการออกแบบ.....	9
บทที่ 5 การดำเนินการออกแบบ.....	12
5.1 การพัฒนาโลโก้.....	12
5.2 การออกแบบตัวละคร.....	13
1. มิสกานต์.....	13
2. โปโป้.....	15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
3. เจดีย์ .....	16
4. นกยูง.....	17
5.3 การออกแบบฉาก .....	18
5.4 การออกแบบภาพประกอบ .....	18
บทที่ 6 ผลงานสำเร็จ.....	20
6.1 ภาพชินในโมชันกราฟิก .....	20
6.2 สื่อประชาสัมพันธ์.....	21
6.3 ของที่ระลึก.....	25
บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ .....	30
7.1 บทสรุป .....	30
7.2 ปัญหาและข้อจำกัด.....	31
7.3 ข้อเสนอแนะ .....	31
บรรณานุกรม.....	32
ประวัติผู้เขียน.....	33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 4.1 แนวทางที่ 1: มาสคอตคู่รักเที่ยวสงกรานต์.....	9
รูปที่ 4.2 แนวทางที่ 2: มาสคอตกลุ่มเพื่อน 4 ภาคเที่ยวสงกรานต์ .....	10
รูปที่ 4.3 แนวทางที่ 3: มาสคอตนางสงกรานต์ และภูตน้อย.....	11
รูปที่ 5.1 แบบร่างโลโก้.....	12
รูปที่ 5.2 แบบพัฒนาโลโก้ .....	13
รูปที่ 5.3 โลโก้สำเร็จ .....	13
รูปที่ 5.4 ภาพร่างตัวละครมิสกานต์.....	14
รูปที่ 5.5 ภาพสำเร็จตัวละครมิสกานต์.....	14
รูปที่ 5.6 ภาพร่างตัวละครโป๊โป๊ .....	15
รูปที่ 5.7 ภาพสำเร็จตัวละครโป๊โป๊ .....	15
รูปที่ 5.8 ภาพร่างตัวละครเจดีย์ .....	16
รูปที่ 5.9 ภาพสำเร็จตัวละครเจดีย์ .....	16
รูปที่ 5.9 ภาพร่างตัวละครนกยูง.....	17
รูปที่ 5.10 ภาพสำเร็จตัวละครนกยูง .....	17
รูปที่ 5.11 ภาพสำเร็จของฉากต่าง ๆ .....	18
รูปที่ 5.12 แบบร่างภาพประกอบ.....	19
รูปที่ 5.13 ภาพสำเร็จภาพประกอบ .....	19
รูปที่ 6.1 ภาพคัทซีน .....	20
รูปที่ 6.2 โปสเตอร์ Splashy Songkran ภาพที่ 1.....	21
รูปที่ 6.3 โปสเตอร์ Splashy Songkran ภาพที่ 2.....	22
รูปที่ 6.4 โปสเตอร์ Splashy Songkran ภาพที่ 3.....	23
รูปที่ 6.5 ภาพสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกแนะนำกิจกรรม.....	24
รูปที่ 6.6 ภาพสื่อประชาสัมพันธ์ Facebook แนะนำสถานที่เที่ยวสงกรานต์.....	25
รูปที่ 6.7 ภาพบนปิ่นฉีดน้ำ แบบที่ 1 .....	26
รูปที่ 6.8 ภาพบนปิ่นฉีดน้ำ แบบที่ 2.....	26
รูปที่ 6.9 ภาพบนปิ่นฉีดน้ำ แบบที่ 3.....	26
รูปที่ 6.10 ภาพบนชั้นน้ำ แบบที่ 1.....	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 6.11 ภาพบนชั้นน้ำ แบบที่ 2.....	27
รูปที่ 6.12 ภาพบนชั้นน้ำ แบบที่ 3.....	27
รูปที่ 6.13 ภาพบนชองก้นน้ำ แบบที่ 1 .....	28
รูปที่ 6.14 ภาพบนชองก้นน้ำ แบบที่ 2 .....	28
รูปที่ 6.15 ภาพบนชองก้นน้ำ แบบที่ 3 .....	29
รูปที่ 6.16 ภาพบนสายคล้องคอ แบบที่ 1 .....	29
รูปที่ 6.17 ภาพบนสายคล้องคอ แบบที่ 2.....	29
รูปที่ 6.18 ภาพบนสายคล้องคอ แบบที่ 3.....	29



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สงกรานต์ หรือประเพณีขึ้นปีใหม่ไทย เป็นหนึ่งในประเพณีอันดีงามที่มีมาตั้งแต่โบราณ เปี่ยมด้วยความสนุกสนานรื่นเริง โดยมีน้ำเป็นสื่อกลางเชื่อมความสัมพันธ์ สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชนชาวไทยและวัฒนธรรมของประเทศไทย ในปัจจุบัน สงกรานต์กลายเป็นเทศกาลที่ดึงดูดชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างดี แต่กระนั้น ชาวต่างชาติส่วนใหญ่มักจดจำว่าประเพณีสงกรานต์คือเทศกาลสาดน้ำ ซึ่งนับว่าน่าเสียดายเป็นอย่างยิ่ง

การวิจัยนี้จึงมีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาออกแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต และเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติได้รู้จักเทศกาลสงกรานต์ ทั้งในรูปแบบแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย เกิดความเข้าใจในที่มา ความสำคัญของประเพณีดังกล่าวต่อชาวไทย ภายใต้แนวคิด “สงกรานต์ของไทย มีอะไรมากกว่าแค่การสาดน้ำ”

### 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักเทศกาลสงกรานต์ ทั้งในรูปแบบแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย
2. เพื่อศึกษาการออกแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต

### 1.3 ขอบเขตของงาน

1. ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นชาวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยว เป็นคนรุ่นใหม่อายุประมาณ 18 ถึง 35 ปี มีรายได้ประมาณ 30,000 บาทขึ้นไป สนใจการท่องเที่ยวประเทศไทย มีความทันสมัย ตามกระแส สนใจ Pop Culture

2. ขอบเขตของเนื้อหา ต้องการศึกษาประวัติความเป็นมา กิจกรรมสำคัญ วัฒนธรรมไทยที่สอดแทรกในเทศกาลสงกรานต์ ทั้งในรูปแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย และนำข้อมูลมาเรียบเรียง ตลอดจนนำเสนอใหม่ในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย น่าสนใจ ด้วยรูปแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต

3. ขอบเขตของชิ้นงาน แคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต

1. โมชั่นกราฟิกประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ ระยะเวลา 4 นาที จำนวน 1 คลิป
2. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์แคมเปญ 3 แผ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 1 ชิ้น
4. สื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ 1 ชิ้น
5. ของที่ระลึก 3 ประเภท ประเภทละ 3 ลาย คือ ชันน้ำ ปืนฉีดน้ำ ซองใส่โทรศัพท์กันน้ำ

#### 1.4 ข้อจำกัด

สื่อที่จะต้องเป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างประเทศ

#### 1.5 ขั้นตอนของการดำเนินงาน

1. กำหนดวัตถุประสงค์
2. รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ
3. วิเคราะห์และสรุปข้อมูล
4. เรียบเรียงเนื้อหา
5. กำหนดแนวทางการออกแบบ
6. ดำเนินงานการออกแบบ
7. สรุปผลการดำเนินงาน

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ ได้รู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมไทยในเทศกาลสงกรานต์ ทั้งในรูปแบบแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย
2. สามารถออกแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอตที่ใช้ได้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย

ประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทยเป็นพิธีกรรมที่นำมาจากประเทศอินเดีย โดยได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาพราหมณ์ฮินดู แล้วนำมาผสมผสานกับพิธีกรรมทางพุทธศาสนา พบหลักฐานว่ามีประเพณีสงกรานต์มาตั้งแต่ก่อนแผ่นดินพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศในสมัยอยุธยา ซึ่งเป็นพิธีหลวงมีเฉพาะในราชสำนักเท่านั้น ต่อมามีการแพร่กระจายลงสู่ชาวบ้านในช่วงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ต่อมาในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระราชนิพนธ์หนังสือพระราชพิธีสิบสองเดือน เพื่อให้เป็นที่เข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องพระราชพิธีทั้งหมดประจำพระนคร ที่ถือปฏิบัติสืบทอดกันมาในสิบสองเดือน และเพื่อเป็นประโยชน์แก่สมาชิก ซึ่งเป็นที่สังเกตได้ว่าประเพณีสงกรานต์ของไทยนั้น เป็นประเพณีที่ประดิษฐ์ขึ้นโดยชนชั้นนำที่พยายามจะค้นหารากเหง้าของตนเอง เพื่อควบคุมสังคมไทยในขณะนั้น ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสวัฒนธรรมตะวันตกที่เริ่มหลั่งไหลเข้ามาในช่วงต้นรัตนโกสินทร์ และเพื่อเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับสถาบันพระมหากษัตริย์ จึงเป็นสาเหตุให้ชนชั้นนำเขียนประเพณีของตนเองขึ้นมาอย่างเป็นระบบ ประเพณีสงกรานต์ในหนังสือพระราชนิพนธ์ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวนั้น เป็นประเพณีการสงฆ์น้ำศักดิ์สิทธิ์ที่ปฏิบัติเฉพาะในราชสำนักเท่านั้น และถือว่าเป็นประเพณีที่ศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อทางศาสนา รวมทั้งเป็นการส่งเสริมสถาบันกษัตริย์ ไม่ใช่การละเล่นสาดน้ำเหมือนกับชาวบ้านทั่วไปอย่างที่เห็นในปัจจุบัน (เบญจภักค์ เจริญมหาวิทยาลัย, 2019)

#### 2.2 ตำนานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย

ตำนานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย ตำนานนี้ถูกจารึกไว้บนแผ่นศิลาที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามชื่อ “เรื่องมหาสงกรานต์” โดย กล่าวถึงเศรษฐีคนหนึ่งไว้บุตรสี่สกุล จึงทำพิธีบวงสรวงต่อพระอาทิตย์และพระจันทร์เพื่ออธิษฐานขอบุตร พระอินทร์จึงบัญชาให้เทพบุตรองค์หนึ่งชื่อ “ธรรมบาล” ลงมาเกิดในครรภ์ของภรรยาเศรษฐี เมื่อครบกำหนดภรรยาเศรษฐีก็คลอดบุตรเป็นชาย และเศรษฐีจึงตั้งชื่อว่าธรรมบาลกุมาร และได้สร้างปราสาทสูง 7 ชั้นให้กุมารอยู่อาศัย โดยปราสาทอยู่ใต้ต้นไทรริมฝั่งแม่น้ำที่มียักษ์ทำรังอยู่ข้างบน ทำให้ธรรมบาลสามารถรู้ภาษาคน ธรรมบาลกุมารเป็นเด็กที่มีปัญญาเฉียบแหลม รอบรู้ ด้วยวัยเพียง 7 ขวบก็เรียนจบไตรเพทได้เป็นอาจารย์บอกมงคลการต่าง ๆ แก่มนุษย์ทั้งปวงในชมพูทวีป ต่อมาทำวกบิลพรหม ซึ่งเป็นพรหมองค์หนึ่ง ต้องการลองภูมิปัญญาของธรรมบาล จึงลงมาทดสอบภูมิปัญญาและถามปัญหา 3 ข้อ หากธรรมบาลกุมารตอบไม่ได้ก็จะตัดศีรษะธรรมบาลกุมาร แต่ถ้าตอบได้จะยอมให้ธรรมบาลกุมารตัดศีรษะตน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เวลาผ่านไป 6 วัน ธรรมบาลกุมารก็ ยังแก้ปัญหาไม่ได้จึงจำใจหลบหนีออกจากปราสาทเข้าไปในป่า และไปนอนใต้ต้นตาลที่มีนกอินทรี สองตัวผัวเมียทำรังอยู่บนต้นตาล ด้วยเหตุที่ธรรมบาลกุมารรู้ภาษานก จึงได้ยินนกอินทรีสองผัว เมียคุยกันว่า พรุ่งนี้จะไปหาอาหารที่ไหน ฝ่ายนกอินทรีผู้เป็นผัวตอบว่าพรุ่งนี้จะได้กินมนุษย์เป็นอาหารหากธรรมบาลกุมารแก้ปัญหาไม่ได้ ฝ่ายนางนกอินทรีถามผัวว่า รู้ปัญหานั้นหรือไม่ นกอินทรีผู้เป็นผัวบอกว่ารู้แล้ว และเล่ารายละเอียดให้นกอินทรีผู้เป็นเมียฟังทั้งหมด ธรรมบาลกุมาร เมื่อได้ยินนกอินทรีสองผัวเมียคุยกันจึงดีใจเป็นอย่างยิ่ง รุ่งขึ้นของวันที่ 7 ธรรมบาลกุมารก็สามารถตอบคำถามได้ถูกทุกข้อ คำถามที่ท้าวกบิลพรหมถามมีดังนี้ คือ ข้อ 1 ตอนเช้าราศีของมนุษย์อยู่แห่งใด คำตอบคือ อยู่ที่หน้า มนุษย์จึงต้องล้างหน้าทุก ๆ เช้า ข้อ 2 ตอนเที่ยงราศีของมนุษย์อยู่แห่งใด คำตอบคืออยู่ที่อก มนุษย์จึงต้องเอาเครื่องหอมประพรมที่อก และข้อ 3 ตอนค่ำราศีของมนุษย์อยู่ แห่งใด คำตอบคืออยู่ที่เท้า มนุษย์จึงต้องล้างเท้าก่อนเข้านอน เมื่อท้าวกบิลพรหมได้คำตอบและรู้ว่าตนเองแพ้นั้นในครั้งนี้ ท้าวกบิลพรหมจึงต้องตัดศีรษะของตนเอง แต่ก่อนตัดศีรษะตนเอง ได้ เรียกธิดาทั้ง 7 ให้มาพร้อมกันแล้วบอกว่า ศีรษะของตนที่ตัดออกเพื่อบูชาธรรมบาลกุมารนั้น ถ้าทิ้งไว้บนแผ่นดินจะเกิดไฟไหม้ทั่วโลกธาตุ ถ้าทิ้งไปบนอากาศฝนก็จะแล้ง และถ้าทิ้งลงมหาสมุทรน้ำก็จะแห้ง จึงได้สั่งให้ธิดาทั้ง 7 เอาพานมารองรับศีรษะของตนไว้ แล้วสั่งให้นำไปประดิษฐานไว้ในถ้ำคันทีชูลี เขาไกรลาส แล้วบูชาด้วยเครื่องทิพย์เครื่องหอมต่าง ๆ ครั้นครบ 365 วันในวันสงกรานต์ ก็ให้ธิดาทั้งเจ็ดทรงพาหะต่าง ๆ ผลิตเวรกันมาเชิญพระเศียรท้าวกบิลพรหมแห่รอบเขาพระเมรุราช แล้วค่อยกลับไปยังเทวโลก ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาในการ เรียกชื่อธิดาทั้งเจ็ดของท้าวกบิลพรหมว่านางสงกรานต์ โดยในแต่ละปี จะทำหน้าที่ผลิตเปลี่ยนกัน ตามวันเวลาที่ตรงกับวันสงกรานต์ (เบญจภักค์ เจริญมหาวิทยาลัย, 2019)

### 2.3 ความหมายของตำนานสงกรานต์และวิถีปฏิบัติในประเพณีสงกรานต์ของไทย

ตำนานเป็นเรื่องเล่าที่อธิบายที่มาของพิธีกรรม โดยสร้างสัญลักษณ์บางอย่างขึ้นมาเพื่อบอกเล่าถึงความศักดิ์สิทธิ์และความเชื่อ เป็นการใช้ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษในการสร้างกรอบวิถีปฏิบัติให้สมาชิกภายในสังคมมีแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องและคงความมีศีลธรรมไว้ สัญลักษณ์ในประเพณีสงกรานต์มีความหมายดังนี้

- ศีรษะของท้าวกบิลพรหม เป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์ ความร้อน ความแห้งแล้ง
- น้ำ เป็นสัญลักษณ์ของการมีชีวิตใหม่ ความอุดมสมบูรณ์ ความสดชื่น ความเย็น การเริ่มต้นชีวิตใหม่ เพื่อต้อนรับศักราชวันขึ้นปีใหม่
- นางสงกรานต์ เป็นสัญลักษณ์ของการคุ้มครองโลกให้เกิดความสงบสุข ความร่มเย็น ความอุดมสมบูรณ์

สำหรับสงกรานต์ในประเทศไทยจะเริ่มตั้งแต่วันที่ 13-15 เมษายน โดยถือเอาวันที่ 13 เมษายนเป็นวันมหาสงกรานต์ วันที่ 14 เป็นวันครอบครัวซึ่งเป็นวันที่ญาติพี่น้องได้มาพบปะ พูดคุยสังสรรค์ เชื่อมความสัมพันธ์ในครอบครัวให้รักใคร่ปรองดองกัน และวันที่ 15 เมษายนเป็นวันเถลิงศกหรือวันขึ้นศักราชใหม่ ส่วนวิถีแนวทางปฏิบัติในประเพณีสงกรานต์ของไทยนั้น จะมีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสรงน้ำพระพุทธรูป การทำบุญ ตักบาตร การรดน้ำชำระกระดูกของบรรพบุรุษ รวมไปถึงการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไป เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้ว นอกจากนั้นยังมีการรดน้ำผู้สูงอายุเพื่อแสดงถึงความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณ การเล่นสาดน้ำ และการเล่น รื่นริงสนุกสนานต่าง ๆ เพื่อต้อนรับศักราชใหม่ที่กำลังจะมาถึง (เบญจภักดิ์ เจริญมหาวิทยาลัย, 2019)

## 2.4 ประเพณีสงกรานต์แบบร่วมสมัย

เมื่อก้าวถึงเทศกาลสงกรานต์ ภาพลักษณ์ของเทศกาลสงกรานต์ที่ปรากฏในภูมิภาคหรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ของประเทศส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอในมิติของศิลปะ วัฒนธรรม และศาสนาเข้าไปเกี่ยวข้องจนดูราวกับว่างานประเพณีหรือเทศกาลเหล่านั้นมีรูปแบบของการสืบทอด และความเก่าแก่ต่อเนื่องมาเป็นเวลายาวนาน อีกทั้งยังมีการรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวภายใต้กระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวัฒนธรรม “ดั้งเดิม” ของพื้นที่นั้น ๆ ราวกับว่าประเพณีดังกล่าวไม่มีการเปลี่ยนแปลง

แต่ในทางกลับกัน จากการศึกษาพบว่าประเพณีและกิจกรรมที่ปรากฏนั้นมีการเปลี่ยนแปลงและแตกต่างไปจากเดิม ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้น เกิดขึ้นจากการนำรูปแบบของกิจกรรมสมัยใหม่เข้าไปสวมทับเท่านั้น ประเพณีที่มีกลิ่นอายของความเก่าแก่ดั้งเดิมจำนวนหนึ่งก็มีการเปลี่ยนแปลงและประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ด้วยเช่นกัน เพื่อตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมนั้น ๆ

“เทศกาลสาดน้ำ” หรือที่ชาวต่างชาติรู้จักในนาม “Water Festival” เป็นการทำให้เทศกาลสงกรานต์เป็นเทศกาลสาดน้ำโดยลดทอนความยุ่งยากของพิธีกรรมลงทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงกิจกรรมได้ง่ายโดยไม่จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับความหมายที่อยู่เบื้องหลังการสาดน้ำดังกล่าว นัยยะของการสาดน้ำจึงเหลือเพียงแต่ความสนุกสนานรื่นริงเท่านั้น ซึ่งก็เพียงพอแล้วสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามา “เล่นน้ำ” ในช่วงเทศกาลสงกรานต์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่สี่ลมซึ่งมีนักท่องเที่ยวจากหลายเชื้อชาติ นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจเข้ามาเล่นน้ำโดยส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ที่จัดขึ้นตั้งแต่เวลา 12.00-22.00 น. มากกว่าการเข้าร่วมในกิจกรรมภาคเช้าซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยเขตพื้นที่และเกี่ยวเนื่องกับประเพณี (บุรินทร์ นาคสิงห์ และอังกร หงส์ศุภานุเคราะห์, 2018)

## บทที่ 3

# ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

### 3.1 หลักการออกแบบมาสคอต

การออกแบบสร้างสรรค์มาสคอตในปัจจุบันมีอัตราการเติบโตที่สูง มีมาสคอตใหม่ ๆ เกิดขึ้นทุกวัน การไม่มีข้อจำกัดในการออกแบบทำให้มาสคอตได้รับความนิยมอย่างสูง นักออกแบบสร้างสรรค์มาสคอตที่มีความเป็นเอกลักษณ์ (uniqueness) และแตกต่างโดยอาศัยหลักการออกแบบเบื้องต้น ดังนี้ (Mascot Design, 2019)

1. การวางแนวทางการออกแบบ (design orientation) นักออกแบบจะได้รับแจ้งจากการลูกค้าถึงความต้องการในเบื้องต้น จากนั้นก็ต้องหาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของลูกค้า เพื่อค้นหากำหนดคำสำคัญและธีม ในการออกแบบเพื่อให้ได้รูปแบบเฉพาะตัวมีความเป็นเอกลักษณ์

2. การเลือกต้นแบบ (prototype selection) นักออกแบบมีความจำเป็นในการออกแบบให้ตรงกับโจทย์ที่ลูกค้ากำหนดต้นแบบในการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็น สัตว์ ต้นไม้ หรือรูปร่างรูปทรงต่าง ๆ จะต้องปรับให้อยู่ในสัดส่วนรูปร่างรูปทรงของมนุษย์ สัตว์ และต้นไม้ ชนิดต่างๆพบบ่อย เพราะเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป จดจำง่าย มีอยู่หลายลักษณะในรูปร่างรูปทรงของมนุษย์ เติมหน้าตาเพื่อสร้างการแสดงออกทางสีหน้า ส่วนสัตว์ประเภทที่ไม่มีตัวตนจริง นักออกแบบจำเป็นต้องสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ โดยใช้พื้นฐานของรูปร่างรูปทรงมนุษย์ แล้วแต่งเติมรายละเอียดเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ บางกรณีอาจจะไม่ได้มีแค่ตัวเดียว อาจจะมีเพื่อนหรือตัวละครรองมาเสริมเพื่อให้เกิดเรื่องราว มีความเป็นมิตรทำให้ง่ายต่อการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์

3. รูปแบบ (style design) เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบมาสคอต เช่นเดียวกับการออกแบบสร้างสรรค์ตัวละคร เป็นความประทับใจแรกที่จะเกิดขึ้น สิ่งสำคัญในส่วนนี้ ได้แก่ หน้าตา ท่าทาง การแสดงออก เครื่องแต่งกาย การเคลื่อนไหว รายละเอียด และคูสีที่ใช้

4. การประยุกต์ใช้ในสินค้าและผลิตภัณฑ์ (peripheral product design) เป้าประสงค์หลักเพื่อเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจและช่วยให้มาสคอตหรือตัวละครนั้นได้มีชีวิตอยู่และใช้งานได้อย่างยาวนาน ทั้งหมด ต้องมีการวางแผนอย่างยืดหยุ่นและเป็นขั้นเป็นตอน ชนิดของสินค้า และผลิตภัณฑ์ก็จำเป็นต้องเลือกอย่างถูกต้องเหมาะสม โดยการเลือกสินค้าที่เป็นที่นิยมของตลาด มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี มีเสน่ห์ดึงดูด นักออกแบบเองต้องคำนึงถึงโอกาสและศักยภาพของตัวสินค้า เพื่อที่จะใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์องค์กรไปยังผู้บริโภค ให้เกิดประสบการณ์ร่วมต่อไป

มาสคอต หนึ่งในรูปแบบของการออกแบบสร้างสรรค์ตัวละคร มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่ชัดเจน เป็นสิ่งพิเศษที่องค์กรต่าง ๆ เลือกใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลและ เรื่องราว ที่เป็นประโยชน์ไปสู่กลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภค มาสคอตเป็นหนึ่งในงานออกแบบสร้างสรรค์ที่ทรงพลัง ผ่านกระบวนการคิดด้วย ปัจจัยต่าง ๆ ตามโจทย์ที่ได้รับกลับกรองออกมาเป็นรูปลักษณ์ที่มีความหมาย มีความน่าสนใจ สวยงาม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นที่จดจำ ตามบริบทที่กำหนดไว้ แล้วพัฒนาเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบที่มีประโยชน์ใช้สอย ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค จนทำให้มาสกอตนั้นมี ชีวิตและดำรงอยู่ได้ต่อไปในสังคม ใช้งานได้ อย่างยาวนาน สู่การเป็น ซอฟต์แวร์ และเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่องค์กรนั้นในที่สุด แต่การจะเป็นที่จดจำ ได้นั้น ปัจจัยสำคัญที่สุดก็คือรูปร่าง รูปทรงและรายละเอียด จากนั้นจึงตามมาด้วยบุคลิกลักษณะ และการปฏิสัมพันธ์กับผู้คน รูปร่างรูปทรงที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ย่อมสร้างภาพจำให้กับมาสกอตมากกว่า รายละเอียดภายในตัวมาสกอต รายละเอียดที่มากเกินไปอาจทำให้ไม่เป็นที่จดจำหรือจดจำยาก ผู้สร้างสรรค์จำเป็นต้องคำนึงถึงความโดดเด่นของรูปร่างรูปทรงของมาสกอตเป็นอันดับแรก (ธีรวัฒน์ พจนวิบูลศิริ, 2023)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### วิธีการดำเนินงาน

แนวทางการดำเนินงานของแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอตนี้ เริ่มจากการกำหนดหัวข้อที่สนใจ จากนั้นทำการค้นคว้า หาข้อมูล และรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ ไปจนถึงวารสารที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของเทศกาลสงกรานต์ เอกลักษณ์ จุดเด่นของสงกรานต์แบบดั้งเดิมและร่วมสมัย เรียบเรียงเนื้อหาที่น่าสนใจต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ชาวต่างชาติ จากนั้นจึงกำหนดแนวทางการออกแบบเป็น 3 แนวทาง แล้วจึงดำเนินการออกแบบ ก่อนสรุปผลการดำเนินงานในท้ายที่สุด

#### 4.1 กลุ่มเป้าหมาย

ต้องการสื่อสารแคมเปญนี้ให้กับชาวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยว ที่เป็นคนรุ่นใหม่อายุประมาณ 18 ถึง 35 ปี มีรายได้ประมาณ 30,000 บาทขึ้นไป สนใจการท่องเที่ยวประเทศไทย มีความทันสมัย เปิดใจต่อคอนเทนต์ที่หลากหลาย สนใจ Pop Culture มีความชื่นชอบในตัวละครที่แสดงถึงความเป็นไทย ที่ยังคงความร่วมสมัยเอาไว้ด้วย

#### 4.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำแคมเปญ ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย ตำนานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย ความหมายของตำนานสงกรานต์และวิถีปฏิบัติในประเพณีสงกรานต์ของไทย และประเพณีสงกรานต์แบบร่วมสมัย นำมาจากการศึกษาจากเว็บไซต์ งานวิจัย วารสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง โครงการวิจัยที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

#### 4.3 ขอบเขตของเนื้อหา

ในสื่อที่จัดทำ จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา กิจกรรมสำคัญ วัฒนธรรมของเทศกาลสงกรานต์ โดยมุ่งเน้นไปที่ความแตกต่างระหว่างสงกรานต์ในรูปแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย โดยนำข้อมูลที่ค้นคว้าได้มาเรียบเรียง สรุปใจความ ตลอดจนนำเสนอใหม่ในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย น่าสนใจ ด้วยรูปแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์ด้วยมาสคอต ที่มีโมชันกราฟิกเป็นสื่อเล่าเรื่องหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4 ขอบเขตของชิ้นงาน

1. โมชั่นกราฟิกประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ ระยะเวลา 4 นาที จำนวน 1 คลิป
2. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์แคมเปญ 3 แผ่น
3. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 1 ชิ้น
4. สื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ 1 ชิ้น
5. ของที่ระลึก 3 ประเภท ประเภทละ 3 ลาย คือ ชันน้ำ ปืนฉีดน้ำ ซองใส่โทรศัพท์กันน้ำ

#### 4.5 แนวทางการออกแบบ

1. แนวทางที่ 1: มาสคอตคู่รักเที่ยวสงกรานต์

มาสคอตรูปแบบคู่รักที่พร้อมมาตะลุยน้ำในวันสงกรานต์ โดยเป็นคู่รักที่มีนิสัยต่างกัน เพื่อเพิ่มความสุขสนุกสนานในการเล่าเรื่องราว เช่น ตัวละครชาย มีความจริงจัง สุภาพ หัวโบราณ ชอบความเป็นพิธีรีตอง เพื่อใช้เล่าเรื่องความเป็นสงกรานต์แบบดั้งเดิมของไทย ในขณะที่ตัวละครหญิง จะมีความสดใส เป็นวัยรุ่น สมัยนิยม ชอบอะไรก็หือหาว เพื่อเติมเต็มในส่วนการเล่าเรื่องสงกรานต์แบบร่วมสมัย

สารที่ต้องการจะสื่อในแนวทางนี้ คือการออกแบบมาสคอตคู่รักที่มีนิสัยต่างกัน ซึ่งจะสอดคล้องกับจุดเด่นของสงกรานต์แบบดั้งเดิม และร่วมสมัย ที่ต้องการจะนำเสนอให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักไปพร้อม ๆ กัน โดยยังคงมีความเฟรนด์ลี่ ตามลักษณะของตัวละครที่เป็นคู่รักวัยรุ่นที่ทำให้ผู้รับสารสามารถลิเกได้ง่าย



Keyword : คู่รัก / วัยรุ่น / สดใส / ฤดูร้อน

รูปที่ 4.1 แนวทางที่ 1: มาสคอตคู่รักเที่ยวสงกรานต์

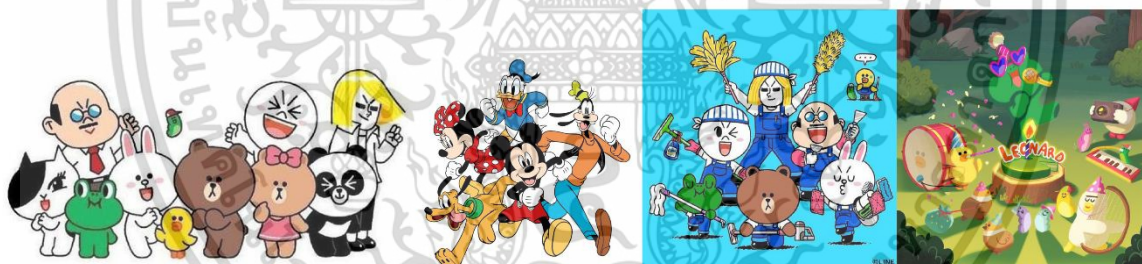
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. แนวทางที่ 2: มาสคอตกลุ่มเพื่อน 4 ภาคเที่ยวสงกรานต์

มาสคอตที่เป็นตัวแทนจาก 4 ภาคของประเทศไทย ที่จะพาผู้รับสารให้รู้จักสงกรานต์ของแต่ละภาค ซึ่งตัวละครทั้ง 4 จะเป็นกลุ่มเพื่อนที่มีนิสัยหลากหลายคนละทิศคนละทาง ทำให้เกิดสีสันความน่าสนใจในการนำเสนอเรื่องราวของภาคนั้น ๆ

สารที่ต้องการจะสื่อในแนวทางนี้ คือ การใช้มาสคอตแทนตัวผู้คนที่ทั้ง 4 ภาค โดยใช้เอกลักษณ์ของการฉลองเทศกาลสงกรานต์ในแต่ละภาค มาเป็นแกนการคิดนิสัยของตัวละครทั้ง 4 เช่น

1. ภาคเหนือ: ใจเย็น สงบ ไม่ชอบการทะเลาะ นำมาจากความเชื่อ ‘วันเนา’ หรือ วันดา ของชาวล้านนาที่ห้ามผู้คนที่ทะเลาะเบาะแว้งกันในวันสงกรานต์
2. ภาคใต้: จริงจัง พูดคำไหนคำนั้น มีระเบียบ นำมาจากความเชื่อ ‘วันว่าง’ ที่ทำให้ก่อนถึงวันทุกคนจะต้องรีบทำงานและจัดเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการฉลอง แสดงถึงความขะมัด
3. ภาคอีสาน: ร่าเริงมาก ชอบสังสรรค์ นำมาจากความเชื่อของภาคอีสานที่จะฉลองสงกรานต์นานกว่าภาคอื่น ๆ เนื่องจากเป็นเทศกาลของการพบปะครอบครัว
4. ภาคกลาง: วัยรุ่นสมัยใหม่ ชอบเที่ยว นำมาจากภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวสงกรานต์ในเมืองหลวงที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยความครื้นเครงทันสมัย



Keyword : 11ถึงเพื่อน / ร่าเริง / สุกสนาน / วุ่นวาย

รูปที่ 4.2 แนวทางที่ 2: มาสคอตกลุ่มเพื่อน 4 ภาคเที่ยวสงกรานต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. แนวทางที่ 3: มาสคอตนางสงกรานต์ และภูตน้อย

มาสคอตที่มีแรงบันดาลใจมาจากตำนานนางสงกรานต์ ซึ่งจะนำมาสร้างเรื่องราวขึ้นใหม่ให้มีความสดใส สนุกสนานยิ่งขึ้น โดยเรื่องราวคือ นางสงกรานต์ต้องการจะมาฉลองเทศกาลร่วมกับผู้คน จึงได้แปลงกายลงมาพร้อมกับปริوارภูตน้ำ และภูตทราย

สารที่ต้องการจะสื่อในแนวทางนี้ คือ การเล่าเรื่องโดยนำตำนานดั้งเดิมในความเชื่อไทยขึ้นมาสร้างภาพจำใหม่ ที่มีความน่าสนใจ เฟรนด์ลี เข้าถึงง่าย และยังทำให้ผู้คนสามารถเห็นภาพตัวละครเหล่านี้เป็นตัวแทนของกิจกรรมต่าง ๆ ในวันสงกรานต์ได้อยู่ ดังนี้

1. นางสงกรานต์: ตัวแทนของวันสงกรานต์
2. ภูตน้ำ: ตัวแทนการเล่นน้ำ
3. ภูตทราย: ตัวแทนการกิจกรรมทำบุญ
4. นกยูง: สัตว์ประจำตัวของนางสงกรานต์



Keyword : ผู้หญิง, วิญญาณ, ตก, ภูตน้อย

รูปที่ 4.3 แนวทางที่ 3: มาสคอตนางสงกรานต์ และภูตน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### การดำเนินการออกแบบ

จากแนวทางการออกแบบทั้งหมดที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ได้เลือกแนวทางที่ 3: มาสคอตนางสงกรานต์ และภูตน้อย มาเป็นแนวทางที่ใช้จริง เนื่องจากแนวทางที่ 3 มีความน่าสนใจ มีลูกเล่นที่สามารถนำมาต่อยอดได้อย่างหลากหลาย เช่น ตัวละครหลักที่เป็นนางสงกรานต์ มีพื้นเพมาจากตำนานเดิมของไทย ที่ได้เพิ่มความน่าสนใจให้กับตัวละครตัวนี้ อีกทั้งยังโดดเด่นเมื่อยืนคู่กับตัวละครรองที่มีลักษณะเป็นภูตตัวเล็กหน้าตาน่ารัก

#### 5.1 การพัฒนาโลโก้

ในการออกแบบโมชันกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ ได้กำหนดชื่อแคมเปญว่า Splashy Songkran และออกแบบภาพร่างดังนี้

	1	2
1	<b>Splashy Songkran</b>	<b>SPLASHY SONGKRAN</b>
2	<b>SPLASHY SONGKRAN</b>	<b>splashy songkran</b>
3	<b>SPLASHY SONGKRAN</b>	<b>SPLASHY SONGKRAN</b>
4	<b>SPLASHY Songkran</b>	<b>SPLASHY SONGKRAN</b>

รูปที่ 5.1 แบบร่างโลโก้

สรุปการเลือกแบบ ข้าพเจ้าเลือกแบบในแถวที่ 1 คอลัมน์ที่ 2 มาพัฒนาต่อ เนื่องจากมีลักษณะของความสนุกสนาน อ่านง่ายชัดเจน ยังคงความร่าเริง เฟรนด์ลี่ เข้าถึงง่ายกับกลุ่มผู้ชมที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ และสอดคล้องกับมู้ดโทนของเรื่องราว และได้พัฒนาแบบร่างดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.2 แบบพัฒนาโลโก

สรุปการเลือกแบบ เลือกแบบที่ 3 ที่มีความลงตัวที่สุดไปใช้จริง



รูปที่ 5.3 โลโกสำเร็จ

## 5.2 การออกแบบตัวละคร

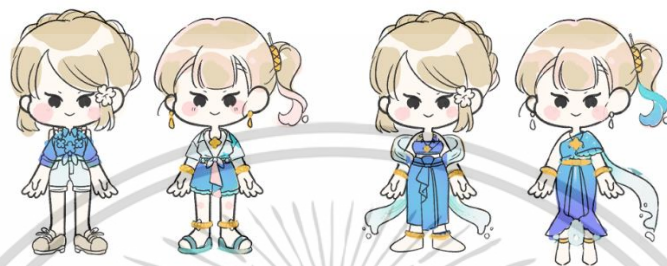
มาศคอตที่ปรากฏในแคมเปญประชาสัมพันธ์ Splashy Songkran ประกอบด้วย มิสกานต์ โปโป้ เจตีย์ นกยูง โดยมีมิสกานต์เป็นตัวละครหลักที่จะพาผู้ชมไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ส่วนโปโป้ และเจตีย์ เป็นตัวละครรองที่คอยนำเสนอเรื่องราวกิจกรรมในหมวดหมู่ของตน ส่วนนกยูงเป็นตัวละครเสริมที่คอยติดตามทุกคนไปในทุก ๆ ที่

### 1. มิสกานต์

มาศคอตหลักของแคมเปญประชาสัมพันธ์ Splashy Songkran ใช้ชื่อ มิสกานต์ สื่อถึงแรงบันดาลใจว่าเธอเป็นตัวแทนของนางสงกรานต์ โดยออกแบบให้เป็นเด็กผู้หญิงที่สวมใส่สไบสีฟ้า ท่อนล่างสวมผ้าถุงสั้น และรองเท้าผ้าใบที่ทำให้เธอเคลื่อนที่ได้อย่างกระฉับกระเฉง บนหัวประดับดอกผักตบไทย ที่เป็นเอกลักษณ์ของนางสงกรานต์ประจำปี พ.ศ. 2567

มิสกานต์เป็นเด็กผู้หญิงที่ดูมีความสดใสร่าเริง ตลกในบางครั้ง อารมณ์ดี และฟังพาได้ เธอรับหน้าที่เป็นตัวละครดำเนินเรื่องที่จะคอยตัดสใจและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีเหล่าภูตคอยติดตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.4 ภาพร่างตัวละครมิสกานต์



รูปที่ 5.5 ภาพสำเร็จตัวละครมิสกานต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. โปโป้

ภูตติดตามของมิสกานต์ ใช้ชื่อ โปโป้ เป็นชื่อเล่นที่ดูเฟรนด์ลี จดจำและออกเสียงได้ง่ายในภาษาอังกฤษ โดยย่อมาจากชื่อจริงว่าอาโป ที่แปลว่าน้ำ โปโป้เป็นภูตน้ำที่ใสซื่อ ภูมิความเป็นเด็ก เขามักคาดหวังว่าทุกคนที่มาเล่นสงกรานต์จะสนุกกับกิจกรรมเล่นสาดน้ำ ทำให้เขามีท่าทีกระตือรือร้นอยู่เสมอ



รูปที่ 5.6 ภาพร่างตัวละครโปโป้

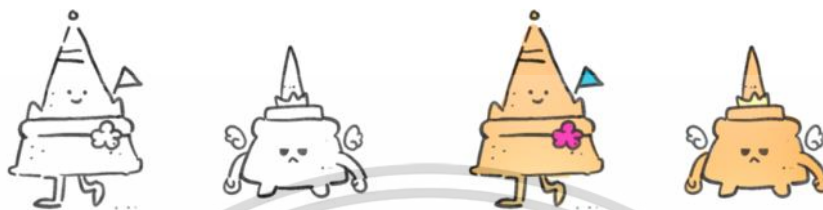


รูปที่ 5.7 ภาพสำเร็จตัวละครโปโป้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. เจตีย์

ภูตติดตามของมิสกานต์ ใช้ชื่อ เจตีย์ หรือสามารถออกเสียงได้ว่า JD ในภาษาอังกฤษ มีความหมายสื่อถึงเจตีย์ทราวย สัญลักษณ์สำคัญในวันสงกรานต์ เจตีย์เป็นภูตทราวยที่มีนิสัยใจเย็น เอื่อยเฉื่อย ตรงกันข้ามกับโปโป้ที่มักจะกระตือรือร้นอยู่เสมอ



รูปที่ 5.8 ภาพร่างตัวละครเจตีย์



รูปที่ 5.9 ภาพสำเร็จตัวละครเจตีย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. นกยูง

นกยูงเป็นสัตว์พาหนะของมโหธรเทวี หรือนางสงกรานต์ประจำปี พ.ศ. 2567 ซึ่งนับว่าเป็นหนึ่งในภูตติดตามของมิสกานต์ โดยจะมีจุดแตกต่างกับตัวละครตัวอื่น ๆ คือ นกยูงจะไม่มีบทพูดคุย นอกจากเป็นตัวละครที่จะคอยติดตามทั้งสามไปในทุก ๆ ที่เท่านั้น



รูปที่ 5.9 ภาพร่างตัวละครนกยูง

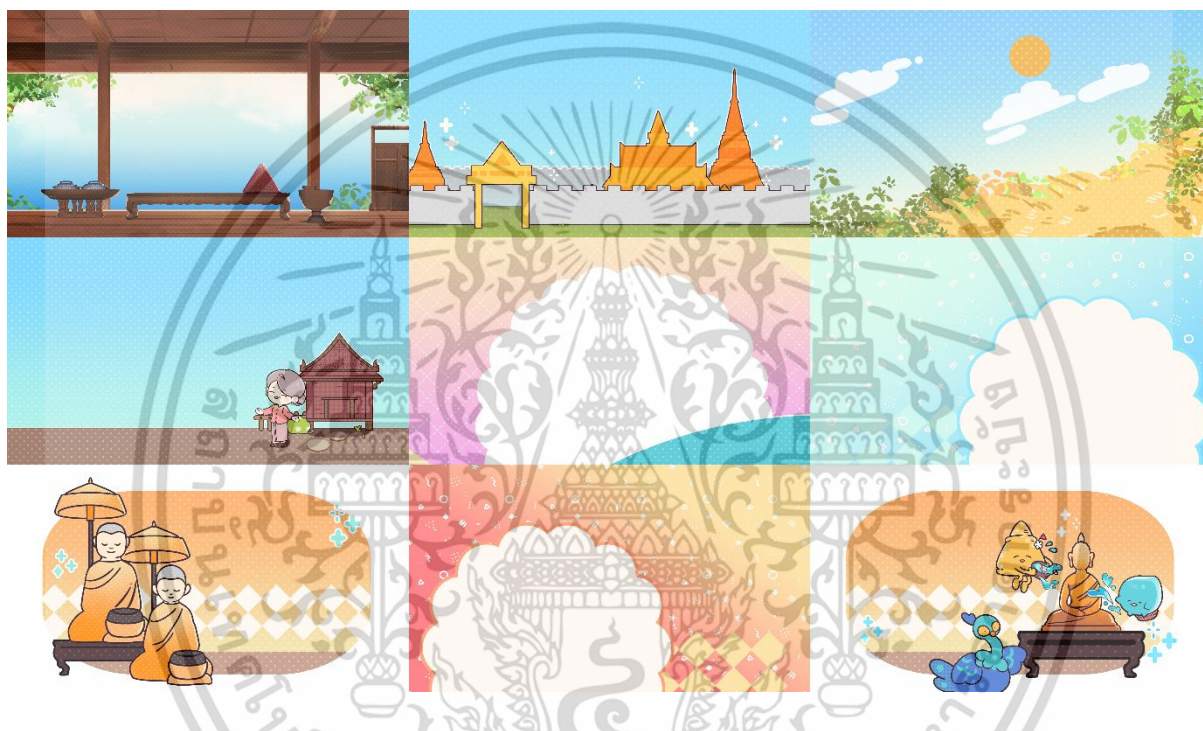


รูปที่ 5.10 ภาพสำเร็จตัวละครนกยูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 การออกแบบฉาก

โมชันกราฟิกประกอบแคมเปญประชาสัมพันธ์ Splashy Songkran จะมุ่งเน้นการนำเสนอเรื่องราวเป็นลำดับ ตามกิจกรรมที่ตัวละครจะนำเสนอ ซึ่งประกอบด้วย ฉากแนะนำเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในบ้านทรงไทย ฉากการเดินทางที่เกิดขึ้นบนรถสามล้อที่แล่นไปบนถนน นอกเหนือจากนี้ เป็นเพียงฉากที่ตัวละครพาไปทำกิจกรรม ซึ่งเน้นไปที่ภาพประกอบที่แสดงว่าตัวละครกำลังทำอะไรอยู่ โดยจะใช้ฉากหลังจะเป็นภาพกราฟิกที่มีความเรียบง่าย สีสันสดใส คลุมโทนไปกับโทนโดยรวมของงานทั้งหมด



รูปที่ 5.11 ภาพสำเร็จของฉากต่าง ๆ

### 5.4 การออกแบบภาพประกอบ

ภาพประกอบแคมเปญประชาสัมพันธ์ Splashy Songkran ประกอบด้วย รถสามล้อ เสาชิงช้า ดอกไม้ ธูปเทียน ร่ม ชันน้ำ ปืนฉีดน้ำ ซึ่งเป็นหมวดหมู่ของกิจกรรมเล่นน้ำ กิจกรรมทางศาสนา กิจกรรมเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ โดยจะใช้สำหรับประกอบในสื่อต่าง ๆ แคมเปญ เช่น โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์, โมชันกราฟิก, ของที่ระลึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 5.12 แบบร่างภาพประกอบ



รูปที่ 5.13 ภาพสำเร็จภาพประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### ผลงานสำเร็จ

#### 6.1 ภาพชินในโมชันกราฟิก

ภาพของชินทั้งหมดที่ปรากฏในโมชันกราฟิกของแคมเปญประชาสัมพันธ์ Splashy Songkran



รูปที่ 6.1 ภาพคัทชิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.2 สื่อประชาสัมพันธ์

### 1. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

ภาพโปสเตอร์ที่ใช้ในการโปรโมทแคมเปญประชาสัมพันธ์ Splashy Songkran



รูปที่ 6.2 โปสเตอร์ Splashy Songkran ภาพที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 6.3 โปสเตอร์ Splashy Songkran ภาพที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 6.4 โปสเตอร์ Splashy Songkran ภาพที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

อินโฟกราฟิกแนะนำกิจกรรมต่าง ๆ ในวันสงกรานต์แบบดั้งเดิมของไทย



รูปที่ 6.5 ภาพสื่อประชาสัมพันธ์อินโฟกราฟิกแนะนำกิจกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

สื่อประชาสัมพันธ์โพสต์ Facebook แนะนำสถานที่เที่ยวสงกรานต์



รูปที่ 6.6 ภาพสื่อประชาสัมพันธ์ Facebook แนะนำสถานที่เที่ยวสงกรานต์

### 6.3 ของที่ระลึก

#### 1. ปืนฉีดน้ำ

ภาพที่ใช้เป็นลวดลายบนของที่ระลึกปืนฉีดน้ำ ทั้ง 3 แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 6.7 ภาพบนป็นฉีdnน้ำ แบบที่ 1



รูปที่ 6.8 ภาพบนป็นฉีdnน้ำ แบบที่ 2

รูปที่ 6.9 ภาพบนป็นฉีdnน้ำ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ชั้นน้ำ

ภาพที่ใช้เป็นลวดลายบนของทีระลิกชั้นน้ำ ทั้ง 3 แบบ



รูปที่ 6.10 ภาพบนชั้นน้ำ แบบที่ 1



รูปที่ 6.11 ภาพบนชั้นน้ำ แบบที่ 2



รูปที่ 6.12 ภาพบนชั้นน้ำ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. ซองใส่โทรศัพท์กันน้ำ

ภาพที่ใช้เป็นลวดลายบนซองใส่โทรศัพท์กันน้ำ และสายคล้องคอ ทั้ง 3 แบบ



รูปที่ 6.13 ภาพบนซองกันน้ำ แบบที่ 1



รูปที่ 6.14 ภาพบนซองกันน้ำ แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 6.15 ภาพบนซองกันน้ำ แบบที่ 3



รูปที่ 6.16 ภาพบนสายคล้องคอ แบบที่ 1



รูปที่ 6.17 ภาพบนสายคล้องคอ แบบที่ 2



รูปที่ 6.18 ภาพบนสายคล้องคอ แบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

# บทสรุปและข้อเสนอแนะ

### 7.1 บทสรุป

Splashy Songkran คือ แคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต ซึ่งประกอบด้วย ตัวละครทั้งหมด 4 ตัว คือ มิสกานต์ โปโป้ เจตีย์ นกยูง ที่จะพาผู้ชมไปรู้จักกับกิจกรรมต่าง ๆ ในวันสงกรานต์ ทั้งแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย โดยมีเอกลักษณ์เป็นความน่ารัก เข้าถึงง่าย เป็นมิตร ทั้งยังเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมไทย โดยผู้วิจัยได้ออกแบบแคมเปญให้ตรงต่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือ

7.1.1 เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักเทศกาลสงกรานต์ ทั้งในรูปแบบแบบดั้งเดิม และร่วมสมัย

ได้ออกแบบแคมเปญที่บอกเล่าเรื่องราวโดยมีโมชันกราฟิกเป็นสื่อหลัก โดยในโมชันดังกล่าวจะบอกเล่าเรื่องกิจกรรมในเทศกาลสงกรานต์แบบดั้งเดิม คือ กิจกรรมเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ และกิจกรรมทางพุทธศาสนา เช่น การทำบุญตักบาตร การสรงน้ำพระ และเล่าเรื่องกิจกรรมการเล่นน้ำสงกรานต์ในปัจจุบัน

7.1.2 เพื่อศึกษาการออกแบบแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ด้วยมาสคอต

จากการอ่านวรรณกรรม งานวิจัย และวารสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง พบว่าการออกแบบมาสคอตเพื่อใช้ในแคมเปญประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์ จำเป็นต้องคำนึงถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้

1. การวางแนวทางการออกแบบ (design orientation) เบื้องต้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของสิ่งที่ต้องการนำเสนอ ซึ่งในกรณีของงานวิจัยนี้คือต้องการสร้างมาสคอตที่ใช้ในการโปรโมทแคมเปญประชาสัมพันธ์

2. การเลือกต้นแบบ (prototype selection) ให้ตรงกับโจทย์ที่ต้องการนำเสนอ จึงได้เลือกให้ตัวละครหลักอยู่ในรูปร่างมนุษย์(มิสกานต์) เพื่อให้สามารถเดิน พูดคุย ทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเป็นสะดวก และมีตัวละครรองเป็นรูปทรงสิ่งของ รวมถึงสัตว์ (โปโป้, เจตีย์, นกยูง) ซึ่งเป็นรูปลักษณ์ที่ดูโดดเด่น เมื่ออยู่รวมกันจะแสดงถึงความเป็นสงกรานต์ได้เป็นอย่างดี

3. รูปแบบ (style design) เพื่อสร้างจุดเด่นและความน่าประทับใจให้ตัวละคร จึงออกแบบให้ตัวละครดูมีความทันสมัยด้วยลายเส้นการ์ตูนตัดทอน แต่ยังคงใส่เสื้อผ้าที่แสดงออกถึงความเป็นไทย และใช้คู่สีฟ้า น้ำเงิน เหลือง เพื่อสื่อถึงน้ำและทราย

โดยมีผลงานทั้งหมด, ประชาสัมพันธ์เทศกาลสงกรานต์จำนวน 1 คลิป, โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์แคมเปญ 3 ชิ้น, สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 1 ชิ้น, สื่อประชาสัมพันธ์ออฟไลน์ 1 ชิ้น และของที่ระลึก 3 ประเภท ประเภทละ 3 ลาย คือ ชันน้ำ ปืนฉีดน้ำ ของใส่โทรศัพท์กันน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7.2 ปัญหาและข้อจำกัด

7.2.1. การสกรีนชิ้นงานบางส่วน ตั้งใจสกรีนด้วยสติกเกอร์แบบเป็นเนื้อเดียวกับวัตถุ แต่เนื่องจากปัญหาด้านการวัสดุจากร้านผลิตทำให้ต้องเปลี่ยนเป็นสติกเกอร์โฮโลแกรมแทน

7.2.2. ระยะเวลาไม่เพียงพอกับการทำงาน จึงทำให้ต้องตัดสื่อบางส่วนออกไป เช่น การ์ตูนตอนสั้น

## 7.3 ข้อเสนอแนะ

7.3.1. งานชิ้นนี้ออกแบบมาโดยมีสื่อหลักเป็นโมชันกราฟิก เพื่อความเหมาะสมกับระยะเวลาการทำงานจึงทำให้มีเพียง 4 นาที หรือ 1 ตอนเท่านั้น หากทำงานชิ้นต่อไปที่มีระยะเวลามากขึ้น อาจเพิ่มจำนวนตอนเพื่อเล่าเรื่องต่าง ๆ ให้มีรายละเอียดและเรื่องราวมากยิ่งขึ้นได้

7.3.2. งานชิ้นนี้ออกแบบมาโดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติ ทำให้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทั้งหมด และเลือกเนื้อหาเป็นเนื้อหาที่ไม่ลงรายละเอียดจนเกินไป แต่หากต้องการให้มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนไทยด้วย สามารถเปลี่ยนมาใช้ภาษาไทย และเลือกนำเสนอเนื้อหาเชิงลึกเป็นสิ่งที่คนไทยโดยเฉพาะจะเข้าใจได้

## บรรณานุกรม

- ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ. "การสร้างสรรค์มาสคอตจากบริบททางวัฒนธรรมสู่การเพิ่มมูลค่า". วารสารวิชาการ DEC JOURNAL คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2566): 144-145.
- ปรีรินทร์ นาคสิงห์ และอังกูร หงส์คณานุเคราะห์. "การทำให้สงกรานต์กรุงเทพฯ เป็นสินค้าวัฒนธรรม ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว". วารสารมานุษยวิทยา ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2561): 183-184.
- เบญจภักดิ์ เจริญมหาวิทยาลัย. "ประเพณีสงกรานต์: มรดกร่วมทางวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำโขง". วารสารบริหารธุรกิจ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคาแหง ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2562): 24-27.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	รวีวรรณ จันทร์สุวรรณ
วันเดือนปีเกิด	15 กรกฎาคม 2544
ที่อยู่	36/42 หมู่บ้านเดอะแกรนด์เฮอริเทจ ซอยจันทร์คามพิทักษ์ ตำบลสนามจันทร์ อำเภอเมือง นครปฐม 73000
การติดต่อ	อีเมล: raweewunchansuwan@gmail.com
ประวัติการศึกษา	2567 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2563 สาขิตมหาวิทยาลัยศิลปากร 2556 สาขิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ศูนย์วิจัยและ พัฒนาการศึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้