

**ศึกษาและออกแบบการตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชน
แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม***
**Study and Mascot Design for a Private University
in Nakhon Pathom Province**

จิรติกร จันทพลาบูรณ์**
ทรงวุฒิ ศรีรัตนมงคล**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม และเพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบการตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม โดยการประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิก และผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนนำไปสอบถามความพึงพอใจกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษามหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน และบุคลากรในมหาวิทยาลัยจำนวน 30 คน โดยคำนวณจากเกณฑ์ (krejcie และ Morgan บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : นิรัช สุดสังข์ , 2548: 48-49) โดยใช้แบบวัดความพึงพอใจที่มีต่อการตูนสัญลักษณ์ มหาวิทยาลัย นำมาหาค่าโดยกำหนดคะแนนของคำตอบแบบประเมินค่าดังนี้

5 หมายถึงมากที่สุด 4 หมายถึงมาก 3 หมายถึงปานกลาง 2 หมายถึงน้อย 1 หมายถึงน้อยที่สุด ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเป็น 2 ข้อ ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1.การออกแบบการตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ทางด้านการออกแบบกราฟิก มีดังนี้ ผลการออกแบบการตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม โดยรวมพบว่ามีเหมาะสมที่อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่ามีค่าเฉลี่ย เรียงลำดับดังนี้คือ การตูนมีลักษณะเป็นสากล รองลงมาคือตัวการ์ตูนมีรูปแบบที่สามารถจดจำในวัยรุ่นและระลึกถึงได้เป็นอย่างดี และการตูนมีรายละเอียดไม่มากและมีลักษณะโดดเด่น ตัวการ์ตูนมีการใช้สีที่เหมาะสมและไม่มากเกินไป ตัวการ์ตูนมีบุคลิกลักษณะแสดงถึง

* ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยคริสเตียน

** อาจารย์ประจำคณะบัญชี ธุรกิจ และมลติมีเดีย มหาวิทยาลัยคริสเตียน

มหาวิทยาลัย และมีความแรงดึงดูดความสนใจของผู้ชม ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รูปการ์ตูนเหมาะสมกับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะว่าการตูนสัญลักษณ์ มหาวิทยาลัย ที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบนั้น มีลักษณะ เป็นกลาง ทางด้านรูปร่างหน้าตาส่วนสูง และเครื่องแต่งกาย เหมาะสมเป็นต้นแบบนำไปต่อยอด ใช้กับการตูนสัญลักษณ์ ประจำคณะและสาขาวิชาต่างๆ ในมหาวิทยาลัยได้ในอนาคต

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม พบว่าความพึงพอใจของบุคลากร และนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีต่อการตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33, \sigma = 0.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านตัวการ์ตูนมีการใช้สีที่เหมาะสม และไม่มากเกินไป ($\mu = 4.56, \sigma = 0.65$) และด้านตัวการ์ตูนมีรูปแบบที่สามารถจดจำได้ไว และระลึกถึงได้เป็นอย่างดี ($\mu = 4.53, \sigma = 0.68$) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับตามคะแนนเฉลี่ยคือด้านตัวการ์ตูนเหมาะกับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ($\mu = 4.48, \sigma = 0.73$) ด้านตัวการ์ตูนมีรายละเอียดไม่มาก และมีลักษณะโดดเด่น ($\mu = 4.32, \sigma = 0.71$) ด้านตัวการ์ตูนมีบุคลิกลักษณะ แสดงถึง มหาวิทยาลัย และมีความดึงดูดความสนใจของผู้ชม ($\mu = 4.30, \sigma = 0.39$) และด้านตัวการ์ตูนมีลักษณะเป็นสากล ($\mu = 4.10, \sigma = 0.75$)

Abstract

The current research aimed to study and design mascot for a private university nakhon pathom province. Moreover, it investigated the satisfaction of the target group to the university's mascot. The research steps were, first, the researchers design the university mascot then it was evaluated by the graphic experts and the university senior personnel. The mascot then was shown to the target groups. The target groups were 60 University students and 30 University personnels. The number of sample came from krejcjc and morgon (Bunchom Sisaaad, 1992; Nirat Sudsang, 2005: 48-49). The satisfaction data ranges from 5-1. 5 means very satisfy, 4 means satisfy, 3 means so-so, 2 means not really satisfy, 1 means not satisfy at all.

The findings demonstrated the following results.

1. The mascot design of University according to the senior personnel's opinions, the sample very satisfy with the graphic design. Each area, the results showed the strengths of the mascot has international aspect, the mascot is easy to remember for young adults, the uniqueness of the mascot with little details, the colors are appropriate and were not too colorful, the mascot represented the University characters and caught people attention respectively. The lowest mean showed that the mascot is suitable for bachelor degree students. The experts commented that the designed mascot was neutral in terms of shape, height, and costume. It is

วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน

ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มีนาคม) ๒๕๕๘

appropriate for further development for faculty and schools in the future.

2. The study of satisfaction showed that 2.1 the overall of satisfaction of the university personnels and students for mascot are high ($\mu = 4.33$, $\sigma = 0.36$). When it is investigated in each aspect, The satisfaction is very high are mascot use suitable and balance color ($\mu = 4.56$, $\sigma = 0.65$) and mascot has

remembered format and good recollection. The satisfaction is high order form average are suitable mascot for student in bachelor degree ($\mu = 4.48$, $\sigma = 0.73$), suitable detail and characterized mascot ($\mu = 4.32$, $\sigma = 0.71$), individuality mascot showed University characteristic and has attracted to spectator ($\mu = 4.30$, $\sigma = 0.39$), and mascot is and Internation manner ($\mu = 4.10$, $\sigma = 0.75$).

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตผู้สำเร็จมีคุณภาพ มีคุณธรรม มีระเบียบวินัย และมีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน บนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา มุ่งเน้นการเป็นมหาวิทยาลัยสร้างเสริมสุขภาพ การบริการที่เป็นเลิศ ความเป็นนานาชาติ การมีส่วนร่วมในการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงบรรษัทภิบาล และประชาธิปไตย เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศในประชาคมโลก

จากการสัมภาษณ์บุคลากร และผู้บริหาร ในมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐมพบว่า คณะวิชา และส่วนงานต่างๆ มีการนำรูปแกะ เข้ามาใช้แทนสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น การทำป้ายประชาสัมพันธ์ การจัดสวน สกรีนเสื้อ เป็นต้น แต่ทั้งนี้รูปแกะที่ถูกนำมาใช้ในแต่ละครั้งนั้นไม่เหมือนกัน เพราะยังไม่มีรูปร่างที่ชัดเจนแน่นอน จึงขาดเอกลักษณ์ ในการจดจำ ไม่สามารถนำออกไปใช้แทนรูปสัญลักษณ์ประจำมหาวิทยาลัยได้

นายธนสรรค์ พัทธวิญญูพงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท บางกอก อีเว้นท์ แอนด์ เอ็กซิซิชั่น จำกัด กล่าวว่า “อุตสาหกรรมธุรกิจการตูนคาแรกเตอร์

ในประเทศไทยนั้นได้พัฒนามากกว่า 10 ปีแล้ว แต่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนัก ทั้งที่เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเชื่อมโยงกับธุรกิจต่างๆ หลายธุรกิจดังจะเห็นจากหน่วยธุรกิจสำคัญๆ บริษัท และผลิตภัณฑ์ต่างๆ เริ่มนำเอาตัวการ์ตูนคาแรกเตอร์มาใช้ในการทำการตลาด และการสร้างแบรนด์กันมากขึ้น หลากหลายองค์กรเริ่มออกแบบและมองหาตัวการ์ตูนเพื่อใช้สำหรับการตลาด และการสร้างแบรนด์”

กลุ่มธุรกิจด้านสื่อบันเทิงเช่น เพลง โทรทัศน์ เกมส์ เป็นต้น ได้ใช้ตัวการ์ตูนเข้ามาเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น การสร้างตัวการ์ตูนของกลุ่มผู้ประกาศหญิงรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่ภายหลังนำมาสร้างเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน นอกจากนั้นธุรกิจด้านการสื่อสารก็เล็งเห็นถึงการสื่อสารองค์กรด้วยตัวการ์ตูนด้วยเช่นกัน อย่าง DTAC และ AIS แต่ที่พบเห็นบ่อยมากขึ้นในช่วง 2-3 ปี คือ วงการกีฬา ที่หยิบเอาสัตว์หรือสิ่งที่มีคุณค่าประจำท้องถิ่น มาสร้างเป็นตัวการ์ตูนประจำทีมฟุตบอล (เชียร์ทศ ประพตติชอบ 2557) ส่วนใหญ่พบว่าการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เข้ามามีอิทธิพล กำหนดความอยู่รอด ความนิยมของตัวการ์ตูน ยิ่งโฆษณาประชาสัมพันธ์มาก มีการต่อยอดให้กับลูกค้ามาก โอกาสที่ตัวการ์ตูนจะเป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับของลูกค้าย่อมมีมากขึ้นขึ้นอยู่กับความถี่และการโฆษณาต่อยอด เมื่อเห็นบ่อยๆ เห็นซ้ำๆ ก็จะมี ความชอบใน

ตัวการทุน หรืออาศัยการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ตัวการทุนด้วยวิธีการที่เรียกว่า สร้างแบรนด์ (Branding) ทั้งก่อนที่สินค้าหรือบริการประจำตัวการทุนจะเปิดตัว และเป็นที่รู้จักใคร่ของลูกค้านอกจากนั้น การผลิตของที่ระลึก หรือการที่ตัวการทุนไปปรากฏร่วมกับกิจกรรมการส่งเสริมการขายของสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกันก็ล้วนมีผลให้ตัวการทุนเป็นที่รู้จักได้อย่างแพร่หลายในเวลาอันรวดเร็ว จะทำให้การทำตลาดง่ายขึ้นด้วย (เกียรติ ประพฤตชอบ 2557)

กล่าวโดยสรุป การศึกษาและออกแบบการทุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม จึงเป็นการสร้างการจดจำโดยการวางแผนทางด้านภาพลักษณ์ และเป็นส่วนประกอบอย่างหนึ่งของการสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าของงานเป็นอย่างดี นักออกแบบสามารถพัฒนาการแสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตัวละครให้โดดเด่นได้ โดยการใช้องค์ประกอบทางการออกแบบต่างๆ อาทิ เอกลักษณ์ บุคลิก การเคลื่อนไหว สัญลักษณ์ รูปร่าง สี สัน หรือการสื่อสารเนื้อหาเฉพาะ ผ่านการใช้ตัวละครของงานประชาสัมพันธ์นั้น หรือสร้างการจดจำโดยการนำเอาเนื้อหานั้นเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันมนุษย์ตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและออกแบบการทุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อทุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาวิจัยมุ่งการศึกษาและออกแบบการทุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามของการวิจัย มีดังนี้

1. ตัวแปรต้น คือตัวการทุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัย
2. ตัวแปรตาม คือ ผลความพึงพอใจที่มีต่อตัวการทุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและการออกแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องเกี่ยวกับออกแบบการทุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐมเพื่อให้สามารถนำไปใช้ในงานสื่อ และงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย และประเมินความพึงพอใจในการใช้ตัวการทุนสัญลักษณ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ บุคลากรและนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัย
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรจำนวน 30 คน และนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัย จำนวน 30 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดลักษณะเครื่องมือ

1.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามความพึงพอใจ และแบบประเมินรูปแบบของงานออกแบบตัวการทุนสัญลักษณ์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

1.2 แบบสอบถามความพึงพอใจ และแบบประเมินรูปแบบของงานออกแบบตัวการทุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ที่แบ่งระดับคำตอบเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแบ่งเป็น

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน

ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มีนาคม) ๒๕๕๘

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจในงานออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ เอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งระดับความพึงพอใจ

ออกเป็น 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert Scale นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญไปใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมายโดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนของแบบประเมิน

ระดับเกณฑ์การให้คะแนน		ความหมาย
เชิงคุณภาพ	เชิงปริมาณ	
มากที่สุด	5	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
มาก	4	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ปานกลาง	3	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
น้อย	2	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
น้อยที่สุด	1	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร วารสาร หนังสือ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนรู้
3. สร้างแบบสอบถามตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้และนำไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากร จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง
6. นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการหาค่าความเชื่อมั่นแบบแอลฟาของครอนบาค (ลวน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2524:171)
7. แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

8. นำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินจากบุคลากรและนักศึกษามาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และได้รับผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของบุคลากรและนักศึกษา โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

2. วิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจบุคลากรและของนักศึกษาในการการศึกษาและออกแบบการ์ตูนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม โดยหาค่าสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการแปลความหมายของพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการเรียนรู้และทัศนคติของบุคลากรและนักศึกษาที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ

การสื่อสารในการเรียนรู้ จะใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนนเป็นตัวชี้วัดตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตามแนวคิดของเบสท์ (Best W. John.)

4.50–5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

3.50–4.49 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

2.50–3.49 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

1.50–2.49 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

1.00–1.49 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. การศึกษาและออกแบบการตัดสินใจลักษณะมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐมโดยมีกระบวนการออกแบบ 7 ขั้นตอน (นวน้อย บุญวงษ์, 2539) ไว้ดังนี้

1.1 เตรียมรับสภาพ (Accept Situation) นักออกแบบต้องทำความเข้าใจเนื้อหาและธรรมชาติของงานออกแบบนั้นๆ อย่างถ่องแท้ พร้อมกับสำรวจความพร้อมของตนเอง

1.2 วิเคราะห์ (Analyse) การค้นหาว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อค้นหาความจริงตลอดจนความคิดเห็นจากผู้รู้ต่างๆ เกี่ยวกับปัญหา โดยการนำปัญหามาแยกส่วนและความสัมพันธ์

1.3 กำหนดขอบเขต (Define) นักออกแบบจำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายหลักของการทำงาน วางขอบเขตและจุดมุ่งหมายที่ต้องการให้บรรลุอย่างเหมาะสม

1.4 คิดค้นออกแบบ (Ideate) การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างทางเลือกหรือวิธีการแก้ปัญหาจำนวนมาก

1.5 คัดเลือก (Select) การพิจารณาวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ นำมาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกวิธีการที่ดีที่สุด

1.6 พัฒนาแบบ (Implement) การนำเอาแบบที่เลือกแล้วที่มีความเหมาะสมมากที่สุด มาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

1.7 ประเมินผล (Evaluate) การนำผลงานออกแบบที่ผ่านการพัฒนาแล้วมาทบทวนผลที่เกิดขึ้น วิเคราะห์อย่างตรงไปตรงมาและมีหลักการ

2. ความพึงพอใจในตัวการตัดสินใจลักษณะมหาวิทยาลัย

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของบุคลากร และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
● ชาย	29	48.3
● หญิง	31	51.7
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 48.30 ร้อยละมาเป็นเพศหญิง จำนวน 31 คน คิดเป็นส่วนมากเป็นเพศชาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70

2.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
• ต่ำกว่า 20 ปี	20	33.3
• อายุ 20 - 29 ปี	16	26.7
• อายุ 30 - 39 ปี	16	26.7
• อายุ 40 ปี ขึ้นไป	8	13.3
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 20 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ส่วนใหญ่อายุ 20 - 39 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็น ร้อยละ 53.40 รองลงมาอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30

2.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามอาชีพ (ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
• นักศึกษา	30	50.00
• บุคลากร	30	50.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นนักศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นบุคลากร จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

2.4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามระยะเวลาที่รู้จักกับมหาวิทยาลัย (ดังตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่รู้จักกับมหาวิทยาลัย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รู้จักกับมหาวิทยาลัย		
• ต่ำกว่า 1 ปี	13	21.7
• ตั้งแต่ 1 - 4 ปี	30	50.0
• ตั้งแต่ 5 - 10 ปี	13	21.7
• มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	4	6.70
รวม	60	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 5 - 10 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 ส่วนใหญ่รู้จักมหาวิทยาลัยมาเป็นเวลา ตั้งแต่ 1 - 4 เช่นเดียวกัน ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา รู้จักมหาวิทยาลัย ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 และรู้จักกับมหาวิทยาลัย ตั้งแต่ 2.5 ความพึงพอใจในงานออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม (ดังตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับพึงพอใจในงานออกแบบตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

รายการ	μ	σ	ความหมาย
1. ตัวการตุนมีบุคลิกลักษณะ แสดงถึง มหาวิทยาลัย และมีความดึงดูด ความสนใจของผู้ชม	4.30	0.39	มาก
1.1 ตัวการตุนแสดงออกถึงความรัก และความสามัคคี	4.20	0.78	มาก
1.2 ตัวการตุนแสดงออกถึงจิตอาสา และการช่วยเหลือ	4.07	0.78	มาก
1.3 ตัวการตุนมีความกล้าหาญและเสียสละ	4.00	0.66	มาก
1.4 ตัวการตุนมีความอดทน และอดกลั้น	4.67	0.57	มากที่สุด
1.5 ตัวการตุนมีความซื่อสัตย์และสุจริต	4.37	0.66	มาก
1.6 ตัวการตุนรู้จักการให้อภัยและใจสุภาพ	4.38	0.61	มาก
1.7 ตัวการตุนร่วมสร้างสันติ และการปรองดอง	4.20	0.71	มาก
1.8 ตัวการตุนมีการใส่ใจ และใฝ่รู้	4.20	0.66	มาก
1.9 ตัวการตุนรู้จักไตร่ตรอง และรู้จักคิด	4.40	0.67	มาก
1.10 ตัวการตุนมีเป้าหมาย และมุ่งสู่ความสำเร็จ	4.47	0.60	มาก
2. ตัวการตุนมีลักษณะเป็นสากล	4.10	0.75	มาก
3. ตัวการตุนมีรูปแบบที่สามารถจดจำได้ไว และระลึกถึงได้เป็นอย่างดี	4.53	0.68	มากที่สุด
4. ตัวการตุนเหมาะสมกับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี	4.48	0.73	มาก
5. ตัวการตุนมีรายละเอียดไม่มาก และมีลักษณะโดดเด่น	4.32	0.71	มาก
6. ตัวการตุนมีการใช้สีที่เหมาะสม และไม่มากจนเกินไป	4.56	0.65	มากที่สุด
ความพึงพอใจในภาพรวม	4.33	0.36	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ความพึงพอใจในงานออกแบบตัวการตุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ตัวการตุนมีการใช้สีที่เหมาะสม และไม่มากจนเกินไป จัดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.56, \sigma = 0.65$) ด้านตัวการตุนมีรูปแบบที่สามารถจดจำได้ไว และระลึกถึงได้เป็นอย่างดี จัดอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ($\mu = 4.53, \sigma = 0.68$) ด้านตัวการตุนมีความเหมาะสมกับนักศึกษาในระดับปริญญาตรี จัดอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.48, \sigma = 0.73$) ด้านตัวการตุนมีรายละเอียดไม่มากและมีลักษณะโดดเด่น จัดอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.32, \sigma = 0.71$) ด้านบุคลิกลักษณะแสดงถึงมหาวิทยาลัย และมีความ

ดึงดูดความสนใจของผู้ชมในภาพรวม จัดอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30, \sigma = 0.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ตัวการตุนมีลักษณะของความอดทน และอดกลั้น จัดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.67, \sigma = 0.57$) นอกนั้นจัดอยู่ในระดับมากทุกข้อ ด้านตัวการตุนมีลักษณะเป็นสากล จัดอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.10, \sigma = 0.75$)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ด้านดังนี้

1. ผลการออกแบบการตุนสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม พบว่า

ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นโดยภาพรวมทางด้านการออกแบบกราฟิก ของตัวการ์ตูนมีลักษณะเป็นสากลมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของตัวการ์ตูนมีลักษณะที่เรียบง่าย และสามารถเข้าใจถึงรูปร่างของตัวการ์ตูนได้ทุกชาติ ทุกภาษา ผู้ทรงคุณวุฒิยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวการ์ตูน มีความเหมาะสมกับนักศึกษาปริญญาตรีในระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย อาจเป็นเพราะว่าสัดส่วนของตัวการ์ตูน และความเรียบง่ายของตัวการ์ตูนทำให้ขาดรายละเอียดไป

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการตัดสินใจลักษณะมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัย ที่มีต่อการตัดสินใจลักษณะมหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มาก พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ ตัวการ์ตูนมีลักษณะเป็นสากล ผู้วิจัยยังพบว่า บุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด คือ ด้านตัวการ์ตูนมีการใช้สีที่เหมาะสมและไม่มากเกินไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสีที่ใช้ ยังไม่สามารถสื่อถึงมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้
 - 1.1 ในการออกแบบการตัดสินใจลักษณะมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ควรพิจารณาถึง การเพิ่มรายละเอียดของตัวการ์ตูนให้มีความเหมาะสมกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สีที่ใช้ อาจนำสีประจำมหาวิทยาลัยมาปรับใช้ได้
 - 1.2 สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการสร้างการตัดสินใจลักษณะ ประจำคณะและสาขาวิชาต่างๆ ในมหาวิทยาลัย
 - 1.3 สามารถนำไปสร้างเป็นต้นแบบของตัวการ์ตูนลักษณะ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 การพัฒนาตัวการ์ตูนลักษณะให้เป็นลักษณะของงานแอนิเมชัน
 - 2.2 ศึกษารูปแบบของการนำตัวการ์ตูนลักษณะเพื่อนำไปใช้ ให้มีการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร

บรรณานุกรม

- ชลุด นุ่มเสมอ. (2544). องค์ประกอบของศิลปะ. กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ณัฐวิภา เมณฑกา. (2550). ศึกษาแนวทางของการออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการปรับภาพลักษณ์องค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐพงษ์ หอบแย้ม. (2546). การใช้ภาพเชิงสัญลักษณ์สำหรับโฆษณาสถาบันทางสื่อวิทยุสื่อสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญา ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิสถาปัตย์ ภาควิชาภูมิสถาปัตย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทองเจือ เขียดทอง. (2542). การออกแบบสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ลิปประภา.
- ธนสรณ์ พัทธกิจโยงพงศ์. (2552). บางกอก อีเว้นท์ฯ ผุดงานแฟร์ซื้อขายคาแรกเตอร์. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2557, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/business/.html>.

- เจียรทศ ประพตติชอบ. (2557). การ์ตูนใครว่าเป็นแค่การ์ตูน. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2557, จาก http://www.tpa.or.th/tpanews/upload/mag_content/79/ContentFile1574.pdf.
- นวนลน้อย บุญวงศ์. (2539). หลักการออกแบบ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิรัช สุดสังข์. (2548). การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปาฟจน์ หนูนกั๊กดี. (2555). *Graphic design principles 2nd edition*. นนทบุรี : โอดีซี.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2542). การวาดด้านจิตพิสัย. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วิจิตร อวระกุล. (2534). เทคนิคการการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินต์ติ้งเฮาส์.
- วิรัช ลภิตนกุล. (2524). การประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาสนา จันทรสว่าง และคนอื่นๆ. (2541). ภาพลักษณ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สามเจริญพาณิชย์.
- วีระชาติ นามศรี. (2549). โครงการพิเศษการออกแบบตัวการ์ตูนเพื่อประชาสัมพันธ์ งานประเพณีผีตาโขน จังหวัดเลย. ปรินญาตรัศศิลป์ศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรม (ออกแบบประยุกต์ศิลป์) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- วิศิษฐ์ แซ่เตีย. (2545). การออกแบบเลขคณิตสิ่งแวดล้อมสำหรับอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริพงศ์ พยอมแย้ม. (2537). เทคนิคงานกราฟิก. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์.
- สืบศิริ แซ่ลี. (2546). การออกแบบสัญลักษณ์ตัวแทนประจำจังหวัดภาคอีสาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2531). สัญลักษณ์หมายถึง. กรุงเทพมหานคร : โอ. เอส. พรินต์ติ้ง เฮาส์.
- อริวัฒน์ จุลมัจฉา. (2550). การออกแบบสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอม อัจฉิตโรไพศาล. (2552). การพัฒนาระบบการออกแบบลักษณะตัวการ์ตูนไทยสำหรับสื่อแอนิเมชัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ. บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Best John, W. (1970). *Research in Education*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall Inc.

