



บทความวิจัย (Research Article)

การออกแบบมาสคอตสามมิติจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3D Mascot Design from Sacred Guardian Figures of Thai Temples for Cultural Tourism Promotion

ณิชนันท์ เสริมศรี / Nichanant Sermsri

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

*Corresponding author e-mail: nichanant.se@ssru.ac.th

ฟาริดา วิรุณหพล / Farida Virunhaphol

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: farida.vi@ssru.ac.th

Received: Jan 26, 2026 Revised: March 10, 2026 Accepted: April 21, 2026 Published: April 30, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและออกแบบมาสคอตสามมิติจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นการสร้างสรรค์ตัวละคร สื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมและดึงดูดนักท่องเที่ยว การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมไทยและนักออกแบบตัวละคร รวมทั้งการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างแบบสอบถาม และการประเมินต้นแบบมาสคอต ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบมาสคอตที่ประสบความสำเร็จต้องประกอบด้วย 1) การรักษาอัตลักษณ์และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยที่ชัดเจน 2) การปรับรูปแบบให้เข้ากับยุคสมัยและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย 3) การสร้างความน่ารักและเป็นมิตรโดยไม่ทำลายความศักดิ์สิทธิ์ และ 4) การมีเรื่องราวและบุคลิกที่โดดเด่น ต้นแบบมาสคอตที่พัฒนาขึ้นจากโปรแกรม Blender ได้รับการตอบรับเชิงบวก โดยร้อยละ 87.5 เห็นว่าสามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมได้ดี และร้อยละ 92.3 มีความสนใจในการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้อง เห็นได้ว่ามาสคอตสามารถเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความเชื่อทางพุทธศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาในรูปแบบสามมิติช่วยเพิ่มศักยภาพการนำไปประยุกต์ใช้ในสื่อดิจิทัลหลากหลายรูปแบบ ขยายการเข้าถึงกลุ่มเยาวชนและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยผ่านสื่อร่วมสมัย การวิจัยนี้จึงมีส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมรดกทางวัฒนธรรมไทยและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: สิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทย, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, การสื่อสารวัฒนธรรม, มาสคอตสามมิติ



Abstract

This research aims to study and design three-dimensional mascots inspired by sacred guardian figures found in Thai temples, with the goal of promoting cultural tourism. The focus is on creating characters that can effectively communicate cultural values and attract tourists. A mixed-methods approach was employed. The qualitative research included document review and semi-structured interviews with Thai art and culture experts and character designers. The quantitative research comprised surveys of tourists and the general public. The sample consisted of 400 tourists in Bangkok and the surrounding provinces. Research instruments included semi-structured interview guides, questionnaires, and evaluations of mascot prototypes.

The findings revealed four key elements for successful mascot design: (1) preserving a clear Thai cultural identity and symbolism, (2) adapting the visual style to contemporary tastes acceptable to the target audience, (3) achieving an appealing and friendly appearance without diminishing sacred significance, and (4) establishing a distinctive narration and personality.

The developed mascot prototypes from the Blender Program received positive responses: 87.5% of participants felt the mascots effectively communicated cultural values, and 92.3% expressed interest in purchasing related merchandise. The mascots also proved effective as a medium for conveying knowledge about Thai history and Buddhist beliefs.

Three-dimensional development further enhanced applicability across various digital media platforms, expanding reach among youth and international tourists seeking to learn about Thai culture through contemporary channels.

This research, therefore, significantly contributes to adding value to Thailand's cultural heritage and supporting sustainable tourism.

Keywords: Thai temple guardian figures, cultural tourism, cultural communication, three-dimensional mascot

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและเติบโตอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวัดและศาสนสถาน ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์สำคัญของอัตลักษณ์ไทยและเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ในยุคดิจิทัลที่มีการแข่งขันทางการท่องเที่ยวสูง การนำเสนอวัฒนธรรมและมรดกทางศิลปะในรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

สิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทย อาทิ ยักษ์วัดพระแก้ว สิงห์หิมพานต์ นาค ช้างเอราวัณและหงส์ เป็นศิลปกรรมที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านรูปแบบ สี สัน และความหมายเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อ ปรัชญา และคุณค่าทางวัฒนธรรมไทยมาช้านาน แต่ในปัจจุบัน การนำเสนอสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้ยังคงอยู่ในรูปแบบดั้งเดิมที่อาจไม่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่หรือสร้างการมีส่วนร่วมในเชิงอารมณ์ได้อย่างเต็มที่ การพัฒนามาสคอตสามมิติจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านี้จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถสร้าง



สะพานเชื่อมระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมกับการสื่อสารสมัยใหม่เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (นุชนา รติณสูงค์ชัย, 2554; ศลิษา อีรานนท์ และประกาศิต โสภณจรัสกุล, 2559)

มาสคอต (Mascot) เป็นตัวแทนหรือสัญลักษณ์ที่มีบุคลิกภาพและลักษณะเฉพาะที่ออกแบบมาเพื่อสร้างความประทับใจและการจดจำ โดยมักใช้ในการส่งเสริมการตลาด การสร้างแบรนด์ หรือการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย (ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ, 2566) ตัวอย่างมาสคอตที่ประสบความสำเร็จในระดับสากล เช่น Kumamon จากญี่ปุ่นที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับจังหวัดคุมาโมโตะหรือ LINE FRIENDS ที่กลายเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมป๊อป แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของมาสคอตในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม สำหรับประเทศไทยนั้น แม้จะมีความพยายามในการสร้างมาสคอตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ แต่ยังขาดการพัฒนาที่เชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้งและมีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่น

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาและพัฒนาแนวทางการออกแบบมาสคอตสามมิติที่มีพื้นฐานมาจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิกษ์วัดไทย โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมกับการสร้างความทันสมัยและน่าสนใจ ผลการวิจัยคาดว่าจะนำไปสู่การพัฒนามาสคอตที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและออกแบบมาสคอตสามมิติจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิกษ์วัดไทย
2. เพื่อสร้างสรรค์ตัวละครที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นสื่อถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและดึงดูดนักท่องเที่ยว
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบมาสคอตสามมิติจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิกษ์วัดไทยที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของต้นแบบมาสคอตที่พัฒนาขึ้นในการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมและความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

สัญลักษณ์ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่สื่อสาร หากแต่เป็นกุญแจที่ไขไปสู่ความหมายซึ่งซ่อนอยู่เบื้องหลังสิ่งที่มองเห็น โดยมนุษย์รู้จักแปลงความคิดและความเชื่อให้กลายเป็นรูปร่างที่จับต้องได้มาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ สัญลักษณ์ในทางพระพุทธศาสนาจะมีมิติที่ลึกกว่าสัญลักษณ์ทั่วไปเนื่องจากแต่ละรูปแบบล้วนบรรจุหลักธรรมและแนวทางปฏิบัติไว้อย่างแยบยล สัตว์มงคลที่แกะสลักและวาดเขียนอยู่ตามวัดทั่วประเทศจึงไม่ใช่เพียงลวดลายประดับเพื่อความสวยงามเท่านั้น แต่ยังเป็นบันทึกทางวัฒนธรรมที่รอการตีความ ซึ่งหากนำมรดกเหล่านี้มาถอดรหัสและหลอมรวมเข้ากับแนวคิดร่วมสมัยจะเกิดเป็นองค์ความรู้ชุดใหม่ที่ช่วยให้ชุมชนและวัดสามารถต่อยอดได้อย่างเป็นรูปธรรมทั้งในแง่การท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน โดยสัตว์มงคลที่พบเห็นได้ตามวัดไทยส่วนใหญ่ ได้แก่

นาค ความเชื่อเกี่ยวกับนาคไม่ใช่เพียงสัตว์ในตำนานเท่านั้น แต่นาคคือจิตวิญญาณของน้ำที่มนุษย์เคารพและเกรงกลัวมาช้านาน ที่ใดที่มีนาคสถิตที่นั่นฝนจะตกต้องตามฤดูกาล ดินจะอุดมสมบูรณ์ และน้ำจะไม่แห้งขอด ความเชื่อนี้ฝังรากลึกจนแปรรูปออกมาเป็นสัญลักษณ์ในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นลวดลาย



ยันต์นาคราช การทำนายดวงชะตา หรือพิธีบายศรีที่ยังคงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน รูปลักษณ์ของนาคจึงไม่เคยหยุดนิ่งแต่ยังคงไหลเวียนอยู่ในวัฒนธรรมไทยเหมือนสายน้ำที่ไม่มีวันหมด

สิงห์ แม้สิงห์จะไม่ใช่สัตว์ที่มีถิ่นกำเนิดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แต่ภาพลักษณ์ของสิงห์กลับยังปรากฏลึกลงในวัฒนธรรมท้องถิ่นไทยอย่างแน่นหนา สิงห์ถูกนำมาใช้เป็นตัวแทนของอำนาจและความกล้าหาญ สะท้อนให้เห็นว่ามนุษย์มักหยิบยืมสัญลักษณ์จากสิ่งที่ไม่คุ้นเคยมาถ่ายทอดคุณค่าที่ตนเองให้ความสำคัญ โดยสัตว์หิมพานต์ประเภทอื่นที่มีการนำมาประดับในวัด ได้แก่ ช้างและนก (ชัยภัทร ปทุมทาและคณะ, 2564)

ยักษ์ ในวัฒนธรรมไทยทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู โดยเชื่อว่ามีอิทธิฤทธิ์ปกป้องพระศาสนาและขับไล่ภูตผีปีศาจ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากพุทธประวัติและวรรณคดีรามเกียรติ์ จึงสามารถพบเห็นยักษ์เฝ้าอยู่ตามประตูวัดหลายแห่ง เช่น วัดเชตุพลวิมลคลาราม ส่วนหงส์ มีอยู่ในจินตนาการของมนุษย์ในฐานะสัตว์แห่งความสง่างามและความสูงส่ง ภาพลักษณ์ของหงส์ที่โฉบเฉี่ยวสง่างามหล่อหลอมให้เกิดแรงบันดาลใจในงานสร้างสรรค์ข้ามวัฒนธรรม ตั้งแต่บัลเลต์คลาสสิกอย่าง Swan Lake ไปจนถึงวรรณกรรมและศิลปกรรมในแถบเอเชีย โดยเฉพาะจีนและญี่ปุ่นที่ยกให้หงส์เป็นสัญลักษณ์แห่งความบริสุทธิ์และความประณีต ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หงส์ได้หยั่งรากในคติความเชื่อทางพราหมณ์และพุทธศาสนาจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางศิลปกรรมที่ยังคงมีชีวิตอยู่ในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของหลายประเทศ เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม ไทยและลาว หงส์ปรากฏตัวอยู่ในวรรณกรรมไทยอย่างกว้างขวาง ทั้งในบทกวี นิทานพื้นบ้าน และงานจิตรกรรมประเพณี ภาพของหงส์ที่ร้ายรำในท่วงที่อันอ่อนช้อยได้กลายเป็นต้นแบบของความงามในเชิงช่างไทย สะท้อนให้เห็นชัดเจนจากเพลงพื้นเมืองอย่างเพลงนางหงส์และเพลงบรรเลงในสมัยอยุธยา นอกจากนี้ หงส์ยังซึมลึกเข้าไปในชีวิตประจำวันผ่านสำนวนไทย เช่น "หงส์กับกา" หรือ "กาในฝูงหงส์" ซึ่งคนไทยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างทางคุณค่าและฐานะมาอย่างยาวนาน (กัญญารัตน์ เวชศาสตร์, 2536)

ช้าง ความเชื่อเกี่ยวกับช้างไม่ได้เป็นเพียงสัตว์คู่บ้านคู่เมืองของไทยเท่านั้น หากแต่ยังเป็นความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่มีความลุ่มลึกและหลากหลาย ในบางวัฒนธรรมช้างคือตัวแทนของพลัง ความอุดมสมบูรณ์และปัญญา ในคติทางพุทธศาสนาช้างมีความผูกพันอยู่กับแนวคิดเรื่องความบริบูรณ์อย่างแยกไม่ออก ตำแหน่งที่ช้างประดับอยู่ตามโครงสร้างทางศาสนาไม่ใช่เรื่องบังเอิญ หากแต่มีความเชื่อว่าผู้ที่ผ่านเข้ามาในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์นั้นจะได้รับพรแห่งความสมบูรณ์พูนสุขจากช้างที่สถิตอยู่ ณ ที่นั้น (เชาว์ เกรจิตร, 2556)

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยมุ่งเน้นไปที่สิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทย 5 ประเภทหลัก ได้แก่ ยักษ์ สิงห์หิมพานต์ นาค ช้าง เอราวัณ และหงส์ ซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่พบได้ทั่วไปในวัดสำคัญของไทยและมีความโดดเด่นทางสายตา รวมถึงการศึกษาหลักการออกแบบตัวละครสามมิติ การสร้างบุคลิกภาพ และการประยุกต์ใช้ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยบูรณาการระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ (รัตนะ บัวสนธ์, 2559) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและลึกซึ้งในการพัฒนามาสคอตสามมิติจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทย การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้



1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศิลปกรรมไทย สิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัด ความเชื่อทางศาสนาและวัฒนธรรม หลักการออกแบบตัวละคร การออกแบบมาสคอต และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยศึกษาจากตำรา หนังสือ บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ และแหล่งข้อมูลออนไลน์ที่น่าเชื่อถือ รวมถึงการศึกษากรณีศึกษา (Case Studies) ของมาสคอตที่ประสบความสำเร็จทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น Kumamon, Funassyi LINE FRIENDS และมาสคอตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบที่ทำให้มาสคอตเหล่านั้นประสบความสำเร็จ

2. การสำรวจและบันทึกข้อมูลภาคสนาม

ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจและบันทึกข้อมูลสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 10 วัด โดยใช้วิธีการถ่ายภาพและการจดบันทึกรายละเอียดของสิ่งศักดิ์สิทธิ์แต่ละประเภท รวมถึงการค้นคว้าผ่านสื่อสารสนเทศเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความเชื่อ และความสำคัญของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ แต่ละประเภท ข้อมูลที่ได้ถูกจัดหมวดหมู่ตามประเภทของสิ่งศักดิ์สิทธิ์และวิเคราะห์ลักษณะเด่นที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นมาสคอต

3. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมไทย จำนวน 5 ท่าน เพื่อทำความเข้าใจความหมายเชิงสัญลักษณ์และความสำคัญของสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัด 2) นักออกแบบตัวละครและมาสคอต จำนวน 5 ท่าน เพื่อศึกษาหลักการและเทคนิคการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ และ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 5 ท่าน เพื่อทำความเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การสัมภาษณ์ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และบันทึกด้วยเครื่องบันทึกเสียงพร้อมการจดบันทึก ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสกัดองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบมาสคอต

4. การออกแบบและพัฒนาต้นแบบมาสคอต

ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1-3 ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบมาสคอตสามมิติโดยใช้หลักการออกแบบตัวละครผสมผสานกับอัตลักษณ์ของสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทย กระบวนการออกแบบประกอบด้วย 1) การสเก็ตช์แนวคิด 2) การพัฒนารูปแบบ 3) การกำหนดสีและรายละเอียด และ 4) การสร้างแบบจำลองสามมิติโดยใช้โปรแกรม Blender ในการสร้างโมเดล 3D (นิภัทร์ ปัญวานันท์, 2562) ผู้วิจัยพัฒนาต้นแบบมาสคอตจำนวน 5 ตัว แทนสิ่งศักดิ์สิทธิ์แต่ละประเภท และแต่ละตัวมีการกำหนดบุคลิกภาพ เรื่องราว และจุดเด่นที่แตกต่างกัน

5. การประเมินและทดสอบต้นแบบ

ผู้วิจัยดำเนินการประเมินต้นแบบมาสคอตด้วยวิธีการผสมผสาน ประกอบด้วย 1) การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ท่าน ใช้แบบประเมินที่ประกอบด้วยเกณฑ์ด้านความสวยงาม ความเหมาะสมทางวัฒนธรรม ความน่าสนใจ และศักยภาพในการใช้งาน และ 2) การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม ความน่าสนใจ ความน่ารัก และความต้องการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้อง การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ณ บริเวณวัดต่าง ๆ ในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้เป็น 4 ส่วนหลัก ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะและความหมายของสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทย

จากการศึกษาเอกสารและการสำรวจภาคสนาม พบว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทยมี 5 ประเภทหลักที่โดดเด่นและนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่

ยักษ์ เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีลักษณะสูงใหญ่ มีความน่าเกรงขามและมีบทบาทในการปกป้องคุ้มครองวัดและศาสนสถาน นอกจากนั้น ยักษ์มีหลายประเภท เช่น ยักษ์สีเขียว ยักษ์สีขาว ยักษ์สีดำ และยักษ์สีแดง โดยยักษ์แต่ละสีจะมีความหมายและบุคลิกที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปยักษ์จะมีรูปร่างกำยำ กล้ามเนื้อนูน ตาโปน มีเขี้ยวคม ถืออาวุธและแต่งกายด้วยเครื่องประดับที่หุรหุรา

สิงห์หิมพานต์ เป็นสัตว์ในวรรณคดีไทยที่มาจากป่าหิมพานต์ มีลักษณะคล้ายสิงโต แต่มีขนาดใหญ่และมีรูปร่างที่ประณีตสวยงาม มักมีขนฟูและตกแต่งด้วยลวดลายไทย สิงห์หิมพานต์สื่อถึงความกล้าหาญ พลัง และความเป็นมงคล ตำแหน่งที่ตั้งของสิงห์มักวางไว้หน้าบันไดหรือทางเข้าวัดเพื่อปกป้องและต้อนรับผู้มาเยือน

หงส์ เป็นสัตว์หิมพานต์ที่มีรูปร่างคล้ายนกใหญ่ มีความสง่างามและศักดิ์สิทธิ์ มักปรากฏในลวดลายประดับอาคารหรือเป็นรูปปั้นประดับยอดและมุมต่างๆ ของวัด หงส์สื่อถึงความบริสุทธิ์ ความสูงส่ง และความ เป็นสิริมงคล มีลักษณะปากโค้งงอ มีขนที่งดงามและมีท่วงท่าที่สง่างาม

นาค เป็นสัตว์ในตำนานที่มีรูปร่างคล้ายงูใหญ่หรือพญานาคเจ็ดเศียร มักปรากฏที่ราวบันไดหรือประดับอาคาร นาคมีความหมายเกี่ยวกับน้ำ ความอุดมสมบูรณ์ และการปกป้องพระพุทธศาสนา ลักษณะของนาคจะมีเกล็ดที่สวยงาม บริเวณหัวมีหงอนและมีท่วงท่าสง่างาม

ช้างเอราวัณ เป็นช้างสามเศียรที่มีความศักดิ์สิทธิ์สูงสุดในความเชื่อพุทธศาสนาและฮินดู เป็นพาหนะของพระอินทร์ มีลักษณะเป็นช้างสีขาวที่มีสามหัว แต่ละหัวมีวงยาวและงาม ตกแต่งด้วยเครื่องประดับอันประณีต ช้างเอราวัณสื่อถึงพลังอำนาจ ความยิ่งใหญ่ และความเป็นสิริมงคล ในบางวัฒนธรรมช้างคือตัวแทนของพลัง ความอุดมสมบูรณ์และปัญญา

2. องค์ประกอบของการออกแบบมาสคอตที่ประสบความสำเร็จ

จากการวิเคราะห์กรณีศึกษาและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามาสคอตที่ประสบความสำเร็จมีองค์ประกอบสำคัญ 8 ประการ ดังแสดงในตารางที่ 1



ตารางที่ 1 องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบมาสคอตที่ประสบความสำเร็จ

องค์ประกอบ	คำอธิบาย	ตัวอย่างจากกรณีศึกษา
อัตลักษณ์ที่ชัดเจน	มาสคอตต้องมีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นและจดจำง่าย สะท้อนถึงที่มาหรือวัฒนธรรมอย่างชัดเจน	Kumamon ที่มีสีดำและแก้มแดงที่เป็นเอกลักษณ์ สะท้อนถึงจังหวัดคุมาโมโตะ
ความเรียบง่าย	รูปแบบที่ไม่ซับซ้อนเกินไป ง่ายต่อการจำและผลิตซ้ำในรูปแบบต่างๆ	LINE Friends ที่มีรูปแบบเรียบง่ายแต่น่ารักและโดดเด่น
บุคลิกภาพ	มีลักษณะนิสัยและเรื่องราวที่ชัดเจน ทำให้ผู้คนรู้สึกเชื่อมโยงทางอารมณ์	Funassyi มีบุคลิกสนุกสนาน กระตือรือร้น เข้ากับทุกคน
ความน่ารัก	การออกแบบให้มีความน่ารักตามหลักการออกแบบที่เป็นมิตร	ตัวละคร Pokemon ที่มีความน่ารักและเป็นที่รักทั่วโลก
ความยืดหยุ่น	สามารถนำไปใช้ในบริบทและสื่อที่หลากหลาย ตั้งแต่สินค้า สื่อออนไลน์ ไปจนถึงกิจกรรม	Mickey Mouse ที่ปรากฏในทุกรูปแบบสื่อและสินค้า
ความเกี่ยวข้อง	มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายและสามารถสะท้อนคุณค่าที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญ	มาสคอตท้องถิ่นที่สะท้อนวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของพื้นที่
เรื่องราว	มี backstory ที่น่าสนใจและสามารถพัฒนาต่อเนื่องเป็นซีรีส์หรือเนื้อหาต่างๆ	ตัวละครในจักรวาล Marvel ที่มีเรื่องราวยาวนาน
ความเหมาะสม	เหมาะสมกับบริบททางวัฒนธรรมและ ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งหรือไม่เหมาะสม	มาสคอตท้องถิ่นที่ออกแบบให้เหมาะสมกับความเชื่อและวัฒนธรรมท้องถิ่น

หมายเหตุ. โดย ฟาริดา วิรุฬผล, 2568.

3. แนวทางการออกแบบมาสคอตจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์วัดไทย

จากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยได้พัฒนาแนวทางการออกแบบมาสคอตประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและทำความเข้าใจต้นแบบ – ศึกษารายละเอียดของสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์แต่ละประเภท ทั้งในด้านรูปแบบ สัตว์ สีสัน ลวดลายประดับ และความหมายเชิงสัญลักษณ์ โดยคำนึงถึงความเคารพและความศักดิ์สิทธิ์ของต้นแบบ

ขั้นตอนที่ 2 การสกัดอัตลักษณ์หลัก - คัดเลือกลักษณะเด่นที่สำคัญที่สุดของสิ่งศักดิ์สิทธิ์แต่ละประเภทมาเป็นอัตลักษณ์ของมาสคอต เช่น รูปทรงของหัว การโพสท่าทาง ลวดลายประจำตัว หรือสีสันทึ่โดดเด่น โดยคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ไทยอย่างชัดเจน

ขั้นตอนที่ 3 การปรับแต่งให้ทันสมัยและเป็นมิตร - ปรับรูปแบบให้มีความน่ารักและเข้าถึงง่ายขึ้น โดยการใช้สัดส่วนแบบ SD (ศีรษะใหญ่ตัวเล็ก) ทำให้ใบหน้ามีความอ่อนโยนขึ้น ปรับท่าทางให้เป็นมิตรมากขึ้น



และลดรายละเอียดที่ซับซ้อนเกินไป ทั้งนี้ต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดการปรับแต่งทำลายความศักดิ์สิทธิ์หรือความหมายดั้งเดิม

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างบุคลิกภาพและเรื่องราว - กำหนดนิสัย ความชอบ ความสามารถพิเศษ และเรื่องราวของมาสคอตแต่ละตัว โดยอ้างอิงจากความหมายและบทบาทของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต้นแบบ เช่น ยักษ์ อาจมีบุคลิกเป็นผู้พิทักษ์ที่แข็งแกร่งแต่ใจดี สิ่งหิมพานต์มีความกล้าหาญและหน้าที่ต้อนรับผู้มาเยือน หงส์มีความสง่างามและบริสุทธิ์ ช้างเอราวัณมีความยิ่งใหญ่และเป็นสิริมงคล และนาคเป็นผู้ปกป้องพระพุทธศาสนา

ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาโมเดลสามมิติและการทดสอบ - ออกแบบและพัฒนาโมเดลสามมิติโดยใช้โปรแกรมออกแบบเพื่อให้เห็นมาสคอตในมิติต่างๆ และทดสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้งานจริง เช่น การปรับท่าทางและการนำไปใช้ในสื่อดิจิทัล

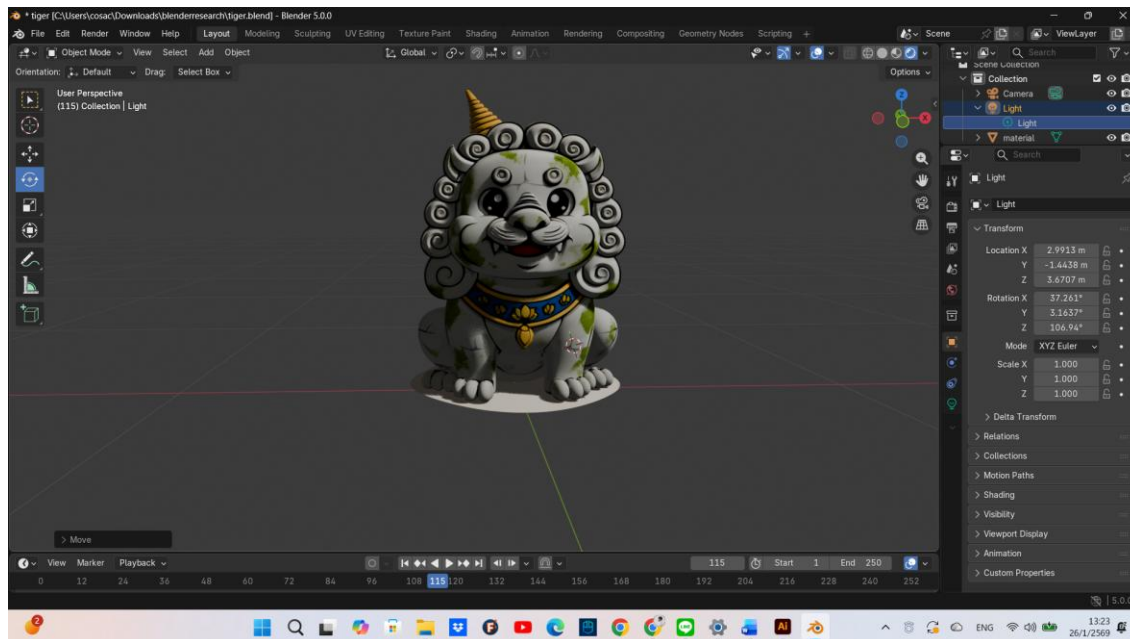
ผู้วิจัยได้พัฒนาต้นแบบมาสคอตทั้งหมด 5 ตัว โดยแต่ละตัวแทนสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิทักษ์แต่ละประเภท มีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รายละเอียดการพัฒนาด้านแบบมาสคอต

ชื่อมาสคอต	ต้นแบบ	บุคลิกภาพ	จุดเด่นในการออกแบบ
ท้าวทศ	ยักษ์เขียว วัดพระแก้ว	แข็งแกร่ง กล้าหาญ เป็นผู้พิทักษ์ ที่น่าเชื่อถือ แต่มีจิตใจอ่อนโยน	สีเขียวมรกต หน้าตาน่ารัก ดูแข็งแรงแต่ไม่น่ากลัว ถือกระบอง ได้รับแรงบันดาลใจจากทศกัณฐ์
สิงห์น้อยสยาม	สิงห์หิมพานต์ วัดอรุณ	มีเสน่ห์ เป็นมิตร ชอบต้อนรับผู้คน กล้าหาญและรักดี	สีเทาซึ่งได้แรงบันดาลใจจากสิงห์รูปปั้น มีรอยยิ้มที่อบอุ่น แต่ยังคงไว้ให้มีเขียวเพื่อความน่าเกรงขาม
หงส์น้อย หิมพานต์	หงส์ศักดิ์สิทธิ์ ระดับวัด	สง่างาม บริสุทธิ์ ให้ความรู้สึกสงบและ เป็นสิริมงคล มีความสูงส่ง	ขนสีขาว มีลายประดับทอง หางแผ่ออก สองด้าน
ช้างน้อย เทวฤทธิ์	ช้างเอราวัณ สามเศียร	ยิ่งใหญ่ อ่อนโยน ฉลาด เป็นสิริมงคล มีเมตตาธรรม	สีเทาอมเขียว มีสามหัว ตากลมโต งามมีลักษณะ ไม่แหลมคมทำให้ไม่ดูน่ากลัว
นาคหารชา	พญานาค	ฉลาด ลึกกลับ แต่อ่อนโยน เป็นผู้ปกป้องและให้โชคลาภ	เกล็ดสีขาว ออกแบบให้น่ารัก ท่าทางสง่างาม ลวดลายที่ตัดทอน มีสองแบบคือแบบมีปีกและ ไม่มีปีก แบบมีปีกนั้นได้แรงบันดาลใจจากนาค วัดร่องขุนซึ่งมีปีก และ ออกแบบนาคทั่วไป โดยใช้สีเขียวและไม่มีปีก

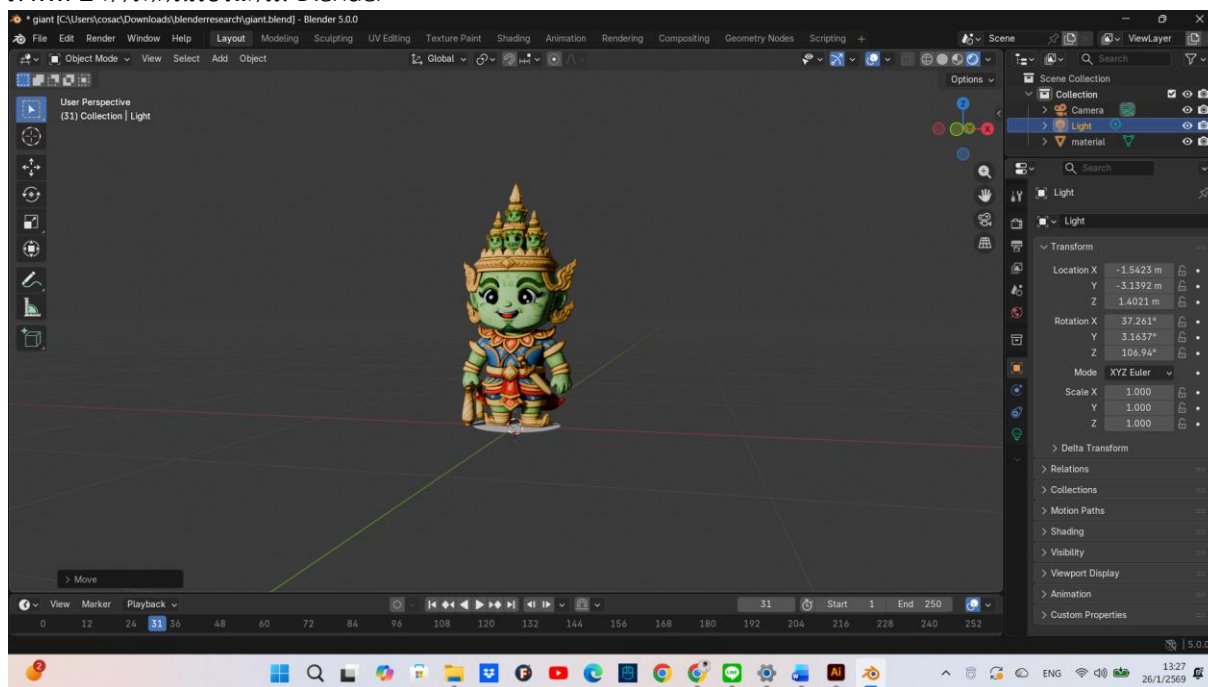
หมายเหตุ. โดย ฟาริดา วิรุฬผล, 2568.

ภาพที่ 1 สิ่งท่อน้อยสยามในโปรแกรม Blender



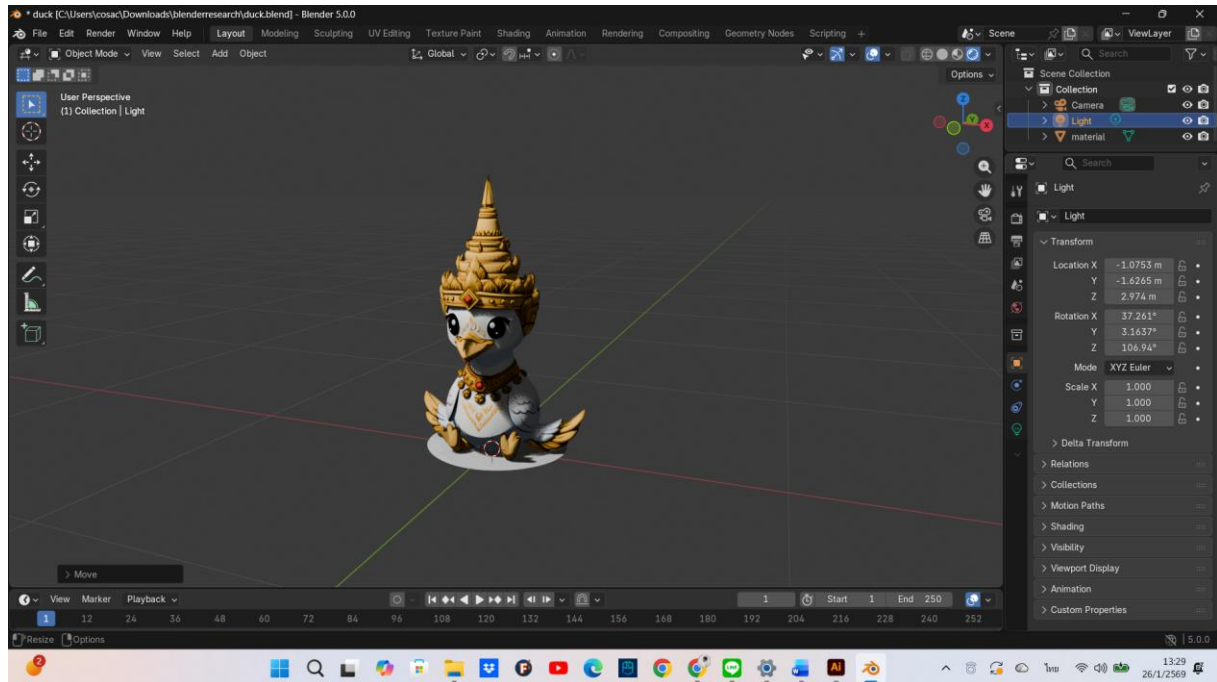
หมายเหตุ. โดย ฟารีดา วิรุฬพล, 2568

ภาพที่ 2 ท้าวทศในโปรแกรม Blender



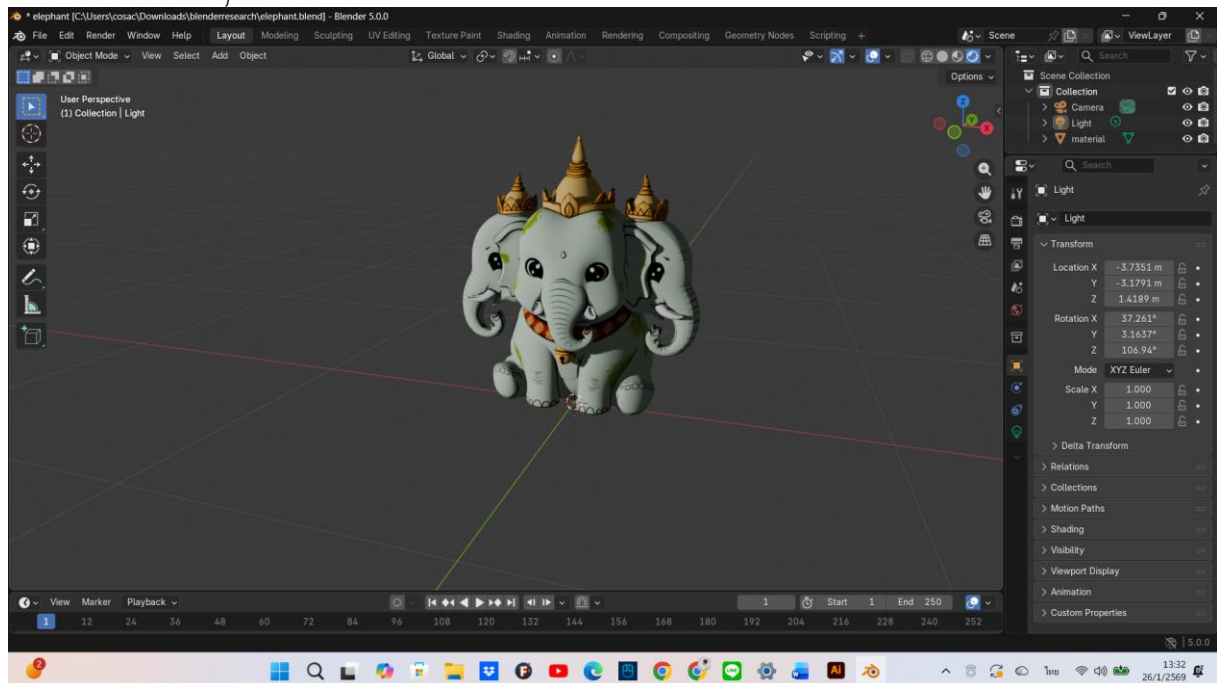
หมายเหตุ. โดย ฟารีดา วิรุฬพล, 2568.

ภาพที่ 3 หงส์น้อยหิมพานต์ในโปรแกรม Blender



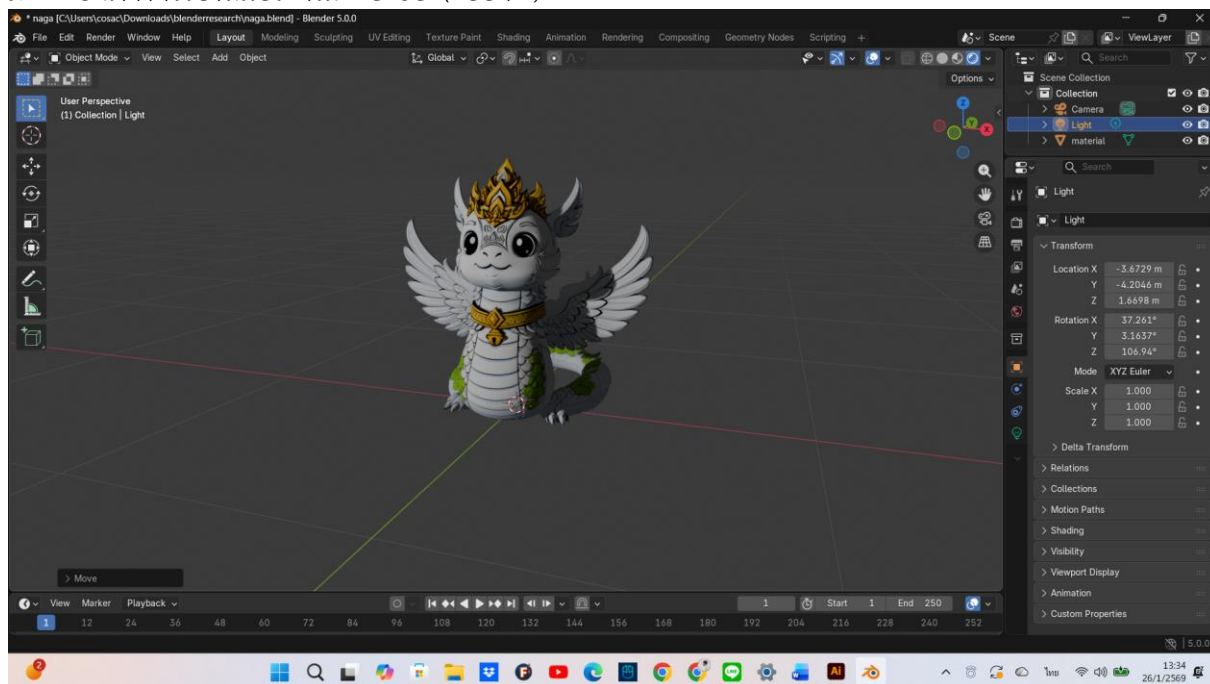
หมายเหตุ. โดย ฟาริดา วิรุฬพล, 2568.

ภาพที่ 4 ช้างน้อยเทวฤทธิ์ในโปรแกรม Blender



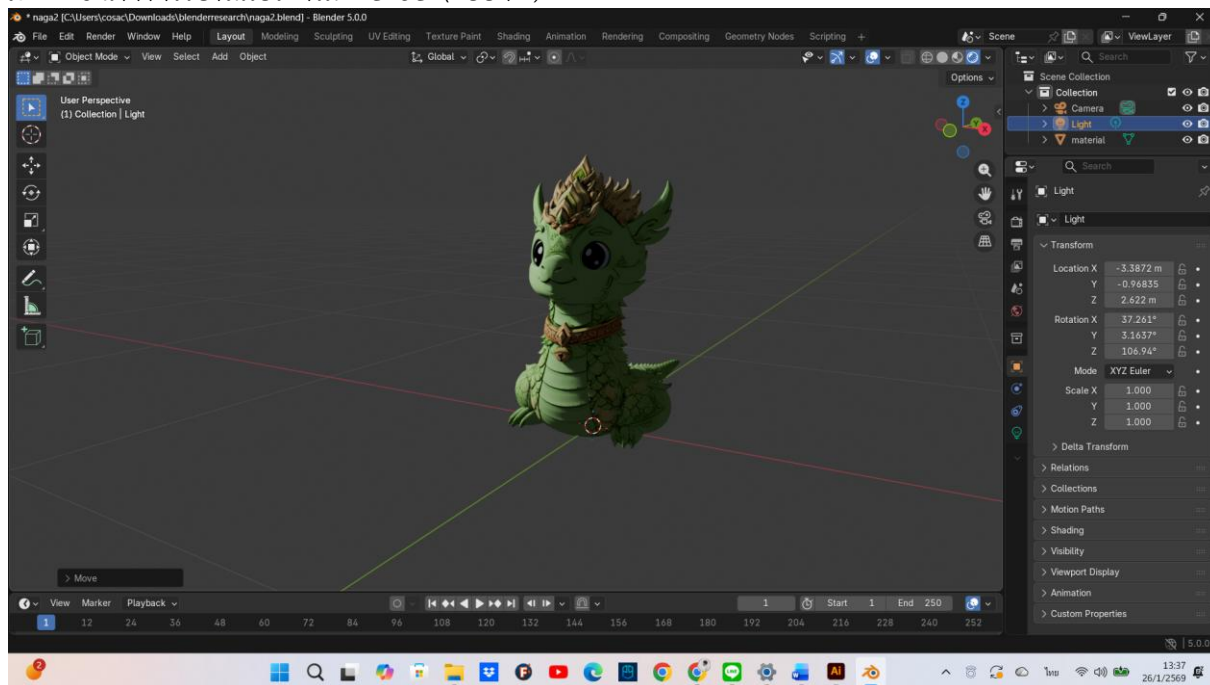
หมายเหตุ. โดย ฟาริดา วิรุฬพล, 2568.

ภาพที่ 5 นาคาหรรษาในโปรแกรม Blender (แบบที่ 1)



หมายเหตุ. โดย ฟาริดา วิรุฬพล, 2568.

ภาพที่ 6 นาคาหรรษาในโปรแกรม Blender (แบบที่ 2)



หมายเหตุ. โดย ฟาริดา วิรุฬพล, 2568.



4. ผลการประเมินประสิทธิภาพของต้นแบบมาสคอต

4.1 ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 ท่าน พบว่า ต้นแบบมาสคอตทั้ง 5 ตัวได้รับการประเมินในระดับดีถึงดีมาก โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินประสิทธิภาพของต้นแบบมาสคอตโดยผู้เชี่ยวชาญ

ด้านการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
ความสวยงามและความน่าสนใจทางสายตา	4.53	0.52	ดีมาก
ความเหมาะสมทางวัฒนธรรม	4.67	0.49	ดีมาก
ความน่ารักและเป็นมิตร	4.60	0.51	ดีมาก
ศักยภาพในการใช้งาน	4.40	0.63	ดี
ความสามารถในการสื่อสารเรื่องราว	4.33	0.62	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม	4.51	0.55	ดีมาก

หมายเหตุ. โดย ฟาริดา วิรุฬผล, 2568.

4.2 ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป

ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อมาสคอตที่พัฒนาขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ($n = 400$)

ด้านการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
ความสวยงามและความน่าสนใจทางสายตา	4.30	0.68	ดีมาก
ความเหมาะสมทางวัฒนธรรม	4.56	0.61	ดีมาก
ความน่ารักและเป็นมิตร	4.11	0.74	ดี
ศักยภาพในการใช้งาน	4.40	0.63	ดี
ความสามารถในการสื่อสารเรื่องราว	4.62	0.59	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.40	0.65	ดี

หมายเหตุ. โดย ฟาริดา วิรุฬผล, 2568.



สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาและพัฒนาแนวทางการออกแบบมาสคอตสามมิติจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิกษัตไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการออกแบบมาสคอตที่ประสบความสำเร็จ ต้องมีความสมดุลระหว่างการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมกับการสร้างความทันสมัยและน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Holt (2004) ที่ว่า การสร้างแบรนด์ที่มีประสิทธิภาพต้องเชื่อมโยงระหว่างคุณค่าทางวัฒนธรรมกับความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่

การวิเคราะห์องค์ประกอบที่ทำให้มาสคอตประสบความสำเร็จ พบว่า มีปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) อัตลักษณ์ที่ชัดเจนและจดจำง่าย 2) บุคลิกภาพที่โดดเด่นและสอดคล้องกับต้นแบบ และ 3) ความน่ารักและเป็นมิตรที่ไม่ทำลายความศักดิ์สิทธิ์ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Occhi, D. J. (2018) เกี่ยวกับความสำเร็จของ Kumamon ที่เน้นความสมดุลระหว่างความน่ารักกับการสื่อสารเอกลักษณ์ท้องถิ่น

แนวทางการออกแบบ 5 ขั้นตอนที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ได้แก่ การศึกษาต้นแบบ การสกัดอัตลักษณ์ การปรับแต่งให้ทันสมัย การสร้างบุคลิกภาพ และการพัฒนาโมเดล 3D เป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ ในการสร้างมาสคอตที่สมดุลระหว่างประเพณีกับนวัตกรรม โดยเฉพาะขั้นตอนการสกัดอัตลักษณ์และการปรับแต่งให้ทันสมัย ซึ่งต้องอาศัยความเข้าใจลึกซึ้งในทั้งด้านวัฒนธรรมและหลักการออกแบบตัวละครสมัยใหม่

ผลการประเมินต้นแบบมาสคอตแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีการตอบรับในเชิงบวก โดยร้อยละ 87.5 เห็นว่า มาสคอตสามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมได้ดี และร้อยละ 92.3 มีความสนใจในการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของมาสคอตในการเป็นสื่อกลางถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และความเชื่อทางพุทธศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำมาสคอตไปใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Creative Economy ที่เน้นการสร้างคุณค่าจากทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับตัวละครและความสร้างสรรค์

การทดสอบต้นแบบในการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลเท่านั้น ยังไม่มีการผลิตเป็นสินค้าจริงและยังไม่ได้นำไปใช้ในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ในการสำรวจความคิดเห็นได้ดำเนินการสำรวจเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ซึ่งอาจไม่สะท้อนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นหรือจังหวัดที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิกษัตที่แตกต่างกันไป การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตไปยังพื้นที่อื่นๆ และควรมีการทดสอบการใช้งานจริงในบริบทที่หลากหลาย

การออกแบบมาสคอตจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์พิกษัตไทย นอกจากเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นช่องทางในการอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้แก่คนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยวต่างชาติผ่านรูปแบบที่ทันสมัยและสามารถเข้าถึงได้ง่ายอีกด้วย การสร้างความสมดุลระหว่างการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่เป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนและสร้างคุณค่าในระยะยาว



ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรพิจารณานำมาสคอตที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัดและศาสนสถานด้วยการนำไปสร้างเป็นสินค้าที่จับต้องได้จริง
2. ควรพัฒนาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมาสคอตให้มีความหลากหลาย เช่น นำไปผลิตเป็นของที่ระลึก สื่อประชาสัมพันธ์ แอปพลิเคชันท่องเที่ยว และกิจกรรมเชิงโต้ตอบ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้นักท่องเที่ยว
3. ควรมีการพัฒนาเนื้อหาและเรื่องราว (Storytelling) ของมาสคอตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความผูกพันและความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียในการเผยแพร่
4. ควรมีการบูรณาการการใช้มาสคอตกับกิจกรรมการศึกษาและการอนุรักษ์วัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้าใจและความตระหนักรู้เกี่ยวกับคุณค่าของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่พิทักษ์วัดไทยแก่เยาวชนและประชาชนทั่วไป

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้เกียรติให้สัมภาษณ์และแนะนำข้อคิดเห็นอันมีค่า ขอบขอบคุณวัดต่าง ๆ ที่อนุญาตให้เก็บข้อมูลและถ่ายภาพ รวมถึงนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ร่วมตอบแบบสอบถาม ขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่สนับสนุนงบประมาณและอุปกรณ์ในการวิจัย

รายการอ้างอิง

- กัญญารัตน์ เวชชศาสตร์. (2536). *การศึกษาเรื่องหงส์ในศิลปกรรมไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. <https://www.thaiscience.info/Journals/Article/NRCT/10440239.pdf>
- ชัยภัทร ปทุมทา, พระครู พิพัฒน์สุตคุณ, พระปลัดทัศนพล เขมจาโร, สุพระมหาศุภฤกษ์ สุภทจารี, กวีภัทร ฉาวชานา, และ นพวรรณ ไชยชนะ. (2564). สัตว์สัญลักษณ์ทางพระพุทธศาสนา : การสังเคราะห์คติธรรมและความเชื่อ สู่การสร้างสรรค์พุทธศิลปกรรมของวัดในจังหวัดพิจิตร. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 8(2), 313–326. สืบค้น จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jg-mcukk/article/view/248669>
- เชาว์ เกรจิตร. (2556). สัตว์ประดับและบริวารของทวารบาล: ที่มา คติการสร้าง รูปแบบและพัฒนาการจากสมัยอยุธยาตอนปลายถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- ธีรวัฒน์ พจนวิบูลศิริ. (2566). การสร้างสรรค์มาสคอตจากบริบททางวัฒนธรรมสู่การเพิ่มมูลค่า. *DEC Journal: Art and Design*, 2(1), 126–157.
- นิภัทร์ ปัญญานันท์. (2562). การออกแบบโมเดลตัวละครและการสร้างสรรค์งานแอนิเมชัน 3 มิติ. *วารสารนักบริหาร*, 39(1), 67–81.
- นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. (2554). กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 18(1), 31–50.
- รัตนะ บัวสนธิ์. (2559). การวิจัยแบบไร้กำแพงทางวิชาการ. *วารสารราชพฤกษ์*, 14(1), 1–5.



- ศลิษา อีรานนท์ และประกาศิต โสภณจรัสกุล. (2559). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือก ทางรอดของการท่องเที่ยวไทย. *Pathumthani University Academic Journal*, 8(2), 225–234.
- Holt, D. B. (2004). *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*. Harvard Business Press.
- Occhi, D. J. (2018). *Kumamon: Japan's surprisingly cheeky mascot* (1st ed.). Routledge.