



รายงานปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการการออกแบบสติ๊กเกอร์และโมชั่นกราฟิก  
ให้กับบริษัท มังก์ โปรดักชั่น จำกัด  
**The Design of Stickers and Motion Graphics  
for MUNK PRODUCTION CO., LTD.**

โดย

นาย สุภกร ตรีวณีย์ 6306400010

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 193 – 491 สหกิจศึกษา  
ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์  
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม  
ภาคการศึกษาที่ 3 ปี 2565

หัวข้อโครงการ โครงการการออกแบบสติกเกอร์และโมชั่นกราฟิกให้กับบริษัท

มังก์ โปรดักชั่น จำกัด

Design stickers and motion graphics for MUNK PRODUCTION CO.,LTD

รายชื่อผู้จัดทำ นาย สุภกร ศรีวณีย์

ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2565

คณะกรรมการตรวจสอบโครงการ

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาวอริสา ภัคศิสอน)

.....กรรมการกลาง

(อาจารย์ภัทรพล เกิดปรานค์)

..... ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสห  
กิจศึกษา (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

หัวข้อโครงการ : โครงการการออกแบบสติกเกอร์และ โฆษณากราฟิกให้กับ บริษัท  
มั่งค์ โปรดักชั่น จำกัด

หน่วยกิตของโครงการ : 5 หน่วยกิต

รายชื่อผู้จัดทำ : นายศุภกร ศรวณีย์

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์

วุฒิการศึกษา : ปริญญาตรี

สาขาวิชา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

ภาคการศึกษา / ปีการศึกษา : 3/2565

### บทคัดย่อ

บริษัท มั่งค์ โปรดักชั่น จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ วางแผน ออกแบบ และดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับโฆษณา รวมถึงผลิตรายการวิทยุ โทรทัศน์ นอกจากนี้ยังจัดทำคอนเทนต์บน YouTube channel ของตัวเองในชื่อ Munk TV และการทำงานในบริษัทนี้ จำต้องมีการติดต่อสื่อสาร พูดคุยงานทั้งภายในองค์กรและกลุ่มลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นติดต่อกันผ่านแอปพลิเคชันไลน์หรือวิดีโอบนช่องยูทูป ซึ่งการติดต่อสื่อสารนั้นบางกรณีอาจส่งผลให้เกิดความเข้าใจทางด้านของอารมณ์ที่ผิดพลาดไปบ้าง จึงได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการสร้างสติกเกอร์ไลน์ของบริษัทขึ้นมา เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารได้อย่างสะดวกและเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น และยังสามารถใช้สื่อสารในทางอารมณ์ได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้นด้วย

**ความสำคัญ :** ติดต่อสื่อสาร / ความเข้าใจทางด้านของอารมณ์

**Project Title** : The Design of Stickers and Motion Graphics for MUNK PRODUCTION  
CO., LTD.

**Credits** : 5 Credits

**By** : Mr. Suppakorn Sorawanee

**Advisor** : Mr. Auttasead Preedakorn

**Degree** : Bachelor of Information Technology

**Major** : Animation and Creative Media

**Faculty** : Information Technology

**Semester / Academic year** : 3/2022

### Abstract

MUNK PRODUCTION CO., LTD. is a business in creating advertising media, public relations, planning, designing and running advertising businesses, and produce radio and television programs. They also produce content on its own YouTube channel named Munk TV. Working in this company requires communication both within the organization and with customer groups, whether it's keeping in touch through the LINE application or videos on the YouTube channel. In some cases communication may result in a misunderstanding of emotions. Therefore, we have taken steps to solve this problem by creating the company's LINE stickers. They are used to communicate more conveniently and can be used to communicate emotions more clearly.

**Keywords:** communication, emotions, LINE Sticker

Approved by



## จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 20 เดือนกันยายน พ.ศ. 2566

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา  
เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์  
อาจารย์อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์

ตามที่ นายสุภกร ศรวณีย์ นักศึกษาภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึง 1 กันยายน 2566 ในตำแหน่ง Graphic designer ณ บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด และได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง โครงการการออกแบบสติกเกอร์และโมชันกราฟิกให้กับ บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว นายสุภกร ศรวณีย์ จึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นายสุภกร ศรวณีย์

นักศึกษาสหกิจศึกษา

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

## กิตติกรรมประกาศ

### (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติสหกิจศึกษาในตำแหน่ง กราฟฟิคดีไซน์ ณ บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด ตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม 2566 ถึง 1 กันยายน 2566 ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยดี ส่งผลให้ผู้จัดทำ ได้รับความรู้ประสบการณ์การทำงานต่าง ๆ และความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริง ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและสามารถนำความรู้ประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด ที่ให้โอกาสผู้จัดทำ เข้ามาปฏิบัติสหกิจศึกษาภาคเรียนเดียวสละเวลาอบรม สอนงาน และช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้จากการสนับสนุนหลายฝ่าย ดังนี้

1. นายชัยลลล โชควัฒนา (CEO)
2. นางสาวอริสา ภัคดีสอน (Assistant to Ceo)
3. อาจารย์อรรถเศรษฐ์ ปริดากรณ์ (อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา)

และบุคคลที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะ เป็นประโยชน์ต่อ บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด และผู้สนใจปฏิบัติสหกิจศึกษาของบริษัท เพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้น ในการทำความเข้าใจและพัฒนาโครงการต่อไป รวมทั้งในการค้นคว้าของผู้สนใจทั่วไปด้วย หากรายงานฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

ผู้จัดทำ

ศุภกร ศรวณีย์

20 / 9 / 2566

## สารบัญ

จดหมายนำส่ง	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstrace	ง

## บทที่ 1 บทนำ

1.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	2

## บทที่ 2 ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร.....	4
2.2 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์.....	7
2.3 หลักการวาดการ์ตูน.....	8
2.4 ทฤษฎีสีกับการออกแบบงานกราฟิก.....	10
2.5 แนวทางการออกแบบสติกเกอร์.....	17
2.6 หลักการสร้าง Animation.....	21

### **บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน**

3.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	26
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร.....	26
3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร.....	26
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	26
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา.....	27
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน.....	27
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	27
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	28

### **บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน**

4.1 การรับ Brief.....	29
4.2 การสกัดภาพออกแบบ.....	30
4.3 การผลิตผลงานจริง.....	31

### **บทที่ 5 สรุปผลรายงานและข้อเสนอแนะ**

5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย.....	41
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	41

**บรรณานุกรม.....** 42

**ภาคผนวก.....** 43

**ประวัติผู้จัดทำ.....** 45



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ย้อนไปกว่า 65 ปี สติกเกอร์เป็นเครื่องมือช่วยนักการเมืองเลือกตั้ง ช่วยสร้างบริษัท จูงใจและรักษาสาวก ก่อให้เกิดการพูดถึง ที่ยิ่งกว่านั้นคือราคารลงทุนไม่สูงมาก เคลื่อนย้ายง่าย และสติกเกอร์มักเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ไปทางบวก ในยุคดิจิทัลสติกเกอร์ถูกอัปเดตมาอยู่บนโลกไร้สายและอาศัยอยู่ในแพลตฟอร์มต่างๆ สติกเกอร์บนแพลตฟอร์ม ถูกสร้างขึ้นมาอย่างเป็นทางการในปี 2011 โดยบริษัท Naver ในญี่ปุ่นพร้อมกับแพลตฟอร์ม Line เนื่องจากในช่วงนั้นการสื่อสารผ่านโทรศัพท์เป็นเรื่องยากกว่าเครือข่ายไร้สาย สติกเกอร์ใช้ประโยชน์จากความจริงที่ว่าแพลตฟอร์มไม่สามารถสื่อสารอารมณ์ได้อย่าง ข้อดีของสติกเกอร์นอกจากจะสื่อสารอารมณ์ทางบวกและช่วยผ่อนคลายสถานการณ์ตึงเครียดแล้ว มันยังไม่รบกวนการสนทนาและสามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมแก่สถานการณ์ เมื่อสติกเกอร์ของแบรนด์เป็นตัวช่วยสร้างบรรยากาศการสนทนาที่ดี ผู้ใช้ก็จะชื่นชอบแบรนด์ของคุณตามไปด้วย

(ที่มา : <https://www.marketingoops.com/exclusive/inspiration/innovative-ideas-sticker-marketing/> )

บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ วางแผน ออกแบบ และดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับโฆษณา รวมถึงผลิตรายการวิทยุ โทรทัศน์ นอกจากนี้ยังจัดทำคอนเทนต์บน YouTube channel ของตัวเองในชื่อ Munk TV ซึ่งในกระบวนการทำงานต้องมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและบุคลากรภายในบริษัท โดยใช้แอปพลิเคชันไลน์เป็นสื่อกลางในการพูดคุย ประสานงานอยู่เป็นประจำ และมีการสื่อสารกับผู้ชมผ่านคลิปบน YouTube channel อีกด้วย ซึ่งการติดต่อสื่อสารส่วนใหญ่นั้นเป็นการสื่อสารผ่านรูปแบบข้อความที่ต้องการความกระชับจับใจและได้ใจความ ทำให้บ่อยครั้งทางบริษัทไม่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกได้เท่าที่ควร และทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้ โดยปัญหาดังกล่าวทางนักศึกษาศึกษาเห็นว่าสามารถแก้ไขได้ด้วยการใช้สติกเกอร์ เนื่องจากรูปภาพของสติกเกอร์เหมาะสมกับการเป็นตัวแทนในการสื่อสารและถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกได้ชัดเจนกว่าข้อความ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการติดต่อประสานงานและการนำเสนอคอนเทนต์ในอนาคต

นักศึกษาศึกษาจึงเห็นความสำคัญของการนำสติกเกอร์เข้ามาเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและบุคลากรภายในบริษัท รวมถึงการสื่อสารกับผู้ชมบน YouTube channel Munk TV จึงรับมอบหมายงานให้ออกแบบสติกเกอร์ของบริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 ออกแบบสติกเกอร์สำหรับสื่อสารในองค์กรให้กับบริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด

1.2.2 สามารถนำสติกเกอร์ไปใช้สื่อสารบน YouTube channel Munk TV ของบริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

การศึกษาขั้นตอนการทำงานตั้งแต่การวางแผนการทำงานและขั้นตอนการผลิตสติกเกอร์ คือ

- 1) ขั้นวางแผนทำงาน
- 2) ขั้นการรวบรวมข้อมูล
- 3) ขั้นการออกแบบ
- 4) ขั้นการผลิตสติกเกอร์

ขอบเขตการศึกษาอยู่ระหว่าง เดือนพฤษภาคม 2566 – สิงหาคม 2566 รวบรวมเนื้อหาของงานที่ได้รับมอบหมายและทำรายงานสหกิจศึกษา

## 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 ผลิตสติกเกอร์สำหรับสื่อสารในไลน์องค์กรให้กับบริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด

1.4.2 สามารถนำสติกเกอร์ไปใช้สื่อสารบน YouTube Channel Munk TV ของบริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด

## บทที่ 2

### ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานผลดำเนินการโครงการสหกิจศึกษาเรื่อง “การออกแบบสติ๊กเกอร์และโมชันกราฟิกให้กับบริษัท มิ่งค์ โปรดักชั่น จำกัด” มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการผลิตสติ๊กเกอร์และการทำโมชันกราฟิกเพื่อใช้สื่อสารกับลูกค้าและบุคลากรภายในบริษัท รวมถึงการสื่อสารกับผู้ชมวิดีโอ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องทบทวนเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

#### 2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร

2.1.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

2.1.2 การสื่อสารภายใน-ภายนอก

2.1.3 แนวคิดการสื่อสารระหว่างบุคคล

#### 2.2 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์

#### 2.3 หลักการวาดการ์ตูน

2.3.1 ความหมายของการ์ตูน

2.3.2 การเขียนภาพการ์ตูน

2.3.3 การวาดการ์ตูนขั้นพื้นฐาน

#### 2.4 ทฤษฎีสีกับการออกแบบงานกราฟิก

2.4.1 ทฤษฎีและการใช้สี

2.4.2 ทฤษฎีสี

2.4.3 จิตวิทยาในการใช้สี

2.4.4 หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

#### 2.5 แนวทางการออกแบบสติ๊กเกอร์

2.5.1 แนวทางสำหรับภาพสติ๊กเกอร์ภาพหลักและภาพแท็บ

2.5.2 แนวทางสำหรับข้อความโปรยต่างๆ

2.5.3 ข้อกำหนดด้านศีลธรรม

2.5.4 ข้อกำหนดเกี่ยวกับธุรกิจ การโฆษณาและข้อกำหนดอื่นๆ

2.5.5 ลิขสิทธิ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2.5.6 ประเภทไฟล์สติกเกอร์

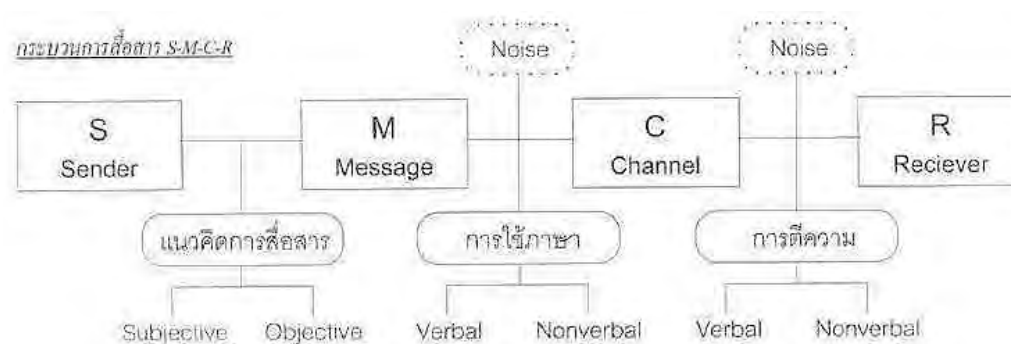
2.5.7 ขนาดจำนวนและข้อความในสติกเกอร์ Line แต่ละชุด

2.5.8 การเว้นระยะขอบสติกเกอร์ Line

## 2.6 หลักการสร้าง Animation

### 2.1 ทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการส่งสารและรับสาร (Message) สารในที่นี้หมายถึง ความรู้สึก ความคิด ความรู้ ความต้องการ เป็นนามธรรม จับต้องไม่ได้ รับรู้ได้ด้วยสมองหรือจิต เอกสาร จดหมาย หนังสือพิมพ์ เหล่านี้ไม่ใช่สารตัวหนังสือที่อยู่ในเอกสาร จดหมาย หรือหนังสือพิมพ์ก็ยังไม่ใช่สาร แต่ก็ใกล้กับความเป็นสาร สารคือความหมายที่มากับตัวหนังสือเหล่านั้น รวมทั้งที่มากับภาพ กับแบบตัวพิมพ์ กับการออกแบบจัดหน้า ทำให้เกิดความรู้สึก ความคิด ความรู้ แก่ผู้อ่าน การสื่อสารตามความหมายทั่วไป หมายถึง การสื่อสารความรู้ ความคิด ความรู้สึก ความเข้าใจ ระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เพื่อความเข้าใจร่วมกัน เพื่อทำงานร่วมกัน องค์ประกอบของการสื่อสารเบื้องต้นมี 3 ประการ คือ ผู้ส่งสาร ตัวสาร และผู้รับสาร การสื่อสารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในสิ่งมีชีวิตเท่านั้น การสื่อสารเป็นสัญญาณของสิ่งมีชีวิต ผู้ที่สื่อสารไม่ได้ก็คือผู้ที่ตายแล้ว การสื่อสารมีรูปแบบ วิธีการหลากหลายกว้างขวาง เมื่อจะทำความเข้าใจการสื่อสาร เพื่อที่จะนำทางความเข้าใจการรู้ตนอีกต่อหนึ่ง จึงต้องพิจารณาทีละส่วน ทีละด้าน ตามเกณฑ์ที่จะพิจารณา



รูปภาพที่ 2.1 กระบวนการสื่อสาร S-M-C-R

### 2.1.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการ (Process) หมายความว่า การสื่อสารมีองค์ประกอบที่ส่งผลต่อเนื่องกัน ที่รู้จักกันดีในหมู่นักงานด้านการสื่อสาร เงื่อนไขที่เชื่อมโยงระหว่าง ผู้ส่งสาร กับ สาร คือแนวคิดการสื่อสาร (Communication Concept) ซึ่งมีได้ 2 อย่างคือ

1. สื่อสารเพื่อความพอใจ/เข้าใจ ของตนเอง เรียกว่าการสื่อสารแบบอัตนัย (Subjective Communication)
2. สื่อสารเพื่อความพอใจ/เข้าใจ ของผู้อื่น เรียกว่า การสื่อสารแบบปรนัย (Objective Communication)

สิ่งที่เชื่อมโยงระหว่าง สาร กับ สื่อ คือ การใช้ภาษา (วิชาการสื่อสารเรียกว่า การเข้ารหัส - Encoding) ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ส่งสาร เมื่อผู้ส่งสารมีสารในใจแล้ว และกำหนดแนวคิดในการสื่อสารแล้ว จากนั้นก็เป็นการใช้ภาษาที่จะสื่อสาร ซึ่งมีให้เลือก 2 ประเภท คือ

1. วจนภาษา/ภาษาถ้อยคำ (Verbal Language)
2. วจนภาษา/ภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำ (NonVerbal Language)

ในขั้นตอนนี้อาจจะมีสิ่งรบกวน (Noise) เป็นอุปสรรคต่อการเข้ารหัส ได้แก่ ทักษะการใช้ภาษา คุณภาพการผลิตสื่อ เป็นต้น

สิ่งที่เชื่อมโยงระหว่าง สื่อ กับ ผู้รับสาร คือ การตีความ (วิชาการสื่อสาร การถอดรหัส - Decoding) ซึ่งผู้รับสารจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในภาษานั้นๆ ในระดับหนึ่งจึงจะถอดรหัสหรือตีความได้ตามเจตนาของผู้ส่งสาร และเช่นเดียวกันกับขั้นตอนเข้ารหัส ขั้นตอนถอดรหัสก็อาจมี Noise ได้ อันเกิดจาก สภาพแวดล้อม (เช่น แสงน้อย เสียงดัง) หรืออคติของผู้รับสารที่โน้มน้าวการตีความให้ผิดเพี้ยน

สิ่งที่เป็นเงื่อนไขของการสื่อสาร แต่ไม่มีอยู่ในแผนภาพนี้ ยังมีอีกหลายอย่าง แต่มีอยู่อย่างหนึ่งซึ่งมีส่วนช่วยให้การสื่อสารการรับรู้มีประสิทธิภาพ นั่นคือทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) ที่ผู้รับสารมีต่อการรับรู้ อันเนื่องมาจากคุณสมบัติของสื่อการรับรู้ ได้แก่รูปแบบที่เป็นภาพ เนื้อหาที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ และทำที่ในการสื่อสารแบบ Objective

### 2.1.2 การสื่อสารภายใน-ภายนอก

การสื่อสารแบ่งตามเกณฑ์พื้นฐานที่สุด คือ เกณฑ์ภายใน/ภายนอกร่างกาย มี 2 ด้าน คือ

1. การสื่อสารภายในตนเอง
2. การสื่อสารภายนอก หรือ ระหว่างบุคคลสาร (Message) ที่สื่อหรือส่งถึง มี 2 ชนิด คือการสื่อสารภายใน

สารทางกายภาพของการสื่อสารภายในตนเอง (Interpersonal Communication) คือ สาร (หรือ สารสนเทศ - Information) ที่อยู่ในฮอว์โมนซึ่งเป็น โปรแกรมการทำงานของอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกาย

ให้ทำงานตามลำดับตามเวลา ตามปริมาณที่กำหนด เรียกว่า “รหัสชีวิต” (Life Code) ที่ถ่ายทอดมาทางกรรมพันธุ์

สารทางจิตภาพของการสื่อสารภายในตนเอง คือความคิด อันเป็นการสื่อสารกับตัวเอง (Interpersonal Communication) โดยถือว่าผู้ส่งสารกับผู้รับสารเป็นคนคนเดียวกัน

การเขียนภาพ หรือการเขียนการ์ตูนประเภทที่จัดว่าเป็นการสื่อสารกับตัวเองได้แก่ ภาพร่างหรือภาพสเก็ตช์ (Sketch) ซึ่งผู้วาดทำขึ้นเพื่อศึกษาหรืออ้างอิง ก่อนที่จะลงมือทำชิ้นงานจริงอย่างประณีต

ความหมายเดิมของคำว่า “การ์ตูน” หมายถึง ภาพร่าง ภาพที่เขียนเล่นโดยไม่ตั้งใจ หรือในยามใจลอย หรือ Doodle แปลว่า ภาพเขียนใจลอย เป็นภาพที่เขียนขึ้นในระหว่างที่ทำอะไรบางอย่างอยู่ เช่น พังบรรยายในห้องเรียน ร่วมประชุม โทรศัพท์ เป็นต้น ภาพประเภทนี้อาจจะนำมาศึกษาวิเคราะห์จิตใจผู้เขียนได้แบบเดียวกับการใช้ภาพหยดหมึก

#### การสื่อสารระหว่างบุคคล

สารของการสื่อสารภายนอก หรือการสื่อสารระหว่างบุคคลก็มี 2 ชนิด เช่นเดียวกันคือ ทั้งทางกายภาพ กับ ทางจิต (ความรู้ ความคิด)

สารของการสื่อสารภายนอกทางกายภาพ คือ สารที่มีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนในการติดต่อสัมพันธ์กัน เช่น ในการถ่ายเลือด ในการสัมผัสสร้างกาย และในกระบวนการทางเพศ เป็นต้น

สารของการสื่อสารภายนอกทางจิตภาพ คือ ความรู้สึก ความคิด ความรู้ ความต้องการ ซึ่งเป็นที่อยู่ ในกระบวนการสื่อสารตามปกติทั่วไป

#### 2.1.3 แนวคิดการสื่อสารระหว่างบุคคล

แนวคิดในการสื่อสาร คือแนวทาง หรือกรอบความคิดที่จะกำหนดวิธีการและรายละเอียด ในการสื่อสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเรื่องนี้เป็นเงื่อนไขพื้นฐานอย่างหนึ่งในการพิจารณา ประเมินความสำเร็จของการสื่อสารแต่ละเรื่องว่า มากหรือน้อย อันเป็นผลมาจากทิศทางหรือทำที่ดังกล่าว ที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการ์ตูนก็คือ แนวคิดในการสื่อสารเป็นเงื่อนไขที่มีส่วนกำหนดความ เป็นการ์ตูน หรือไม่เป็นการ์ตูนด้วยเมื่อมีเจตนาที่จะสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อสารกับผู้อื่น เครื่องมือ สำคัญที่จำเป็นต้องใช้ก็คือ ภาษา มีภาษาให้เลือก 2 ประเภทคือ ภาษาถ้อยคำ (Verbal Language) กับ ภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำ (Nonverbal Language) แต่ก่อนที่จะใช้ภาษาสื่อสาร ต้องมีแนวคิดในการ สื่อสารเป็นกรอบกำกับเสียก่อน จึงจะกำหนดวิธีการและรายละเอียดต่างๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีแนวคิดในการสื่อสาร 2 แนว คือ การสื่อสารแบบอัตนัย (Subjective Communication) กับ การสื่อสารแบบปรนัย (Objective Communication) ของนักการเมืองบางคน ที่ไม่ชอบ แนวคิดของเขาหรือสิ่งที่เขาพูด บางคนชอบฝีมือวาดภาพของจิตรกรบางคน ที่ไม่ได้ชอบสิ่งที่เขาวาด ประเด็นอัตนัยที่พูดถึงไม่ใช่เรื่องลักษณะส่วนตัว แต่เป็นเรื่องของแนวคิดในการสื่อสาร ซึ่งมีผลต่อการสื่อภาษา และเจตนาตีความ (ระวีวรรณ ประกอบผล., 2540: 23-29)

## 2.2 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์

สร้างสรรค์ของนักจิตวิทยาที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความคิดสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 4 กลุ่ม

1. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิเคราะห์ นักจิตวิทยาทางจิตวิเคราะห์หลายคน เช่น ซิกมันด์ فروยด์ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเกิดความคิดสร้างสรรค์ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นผลมาจากความขัดแย้งภายในจิตใต้สำนึกระหว่างแรงขับทางเพศ (Libido) กับความรู้สึกรับผิดชอบทางสังคม (Social conscience) ส่วนจิตวิทยาแนวใหม่ กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเกิดขึ้นระหว่าง การรู้สึกลับจิตใต้สำนึก ซึ่งอยู่ในขอบเขตของจิตส่วนที่เรียกว่า จิตก่อนสำนึก

2. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงพฤติกรรมนิยม นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยเน้นที่ความสำคัญของการ เสริมแรง การตอบสนองที่ถูกต้องกับสิ่งเร้าเฉพาะหรือสถานการณ์ นอกจากนี้ยังเน้นความสัมพันธ์ ทางปัญญา คือการ โยงความสัมพันธ์จากสิ่งเร้าหนึ่งไปยังสิ่งเร้าต่าง ๆ ทำให้เกิดความคิดใหม่ หรือสิ่งใหม่เกิดขึ้น

3. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมนุษยนิยม นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีแนวคิดว่าความคิด สร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มนุษย์มีติดตัวมาตั้งแต่เกิด ผู้ที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้ได้คือผู้ ที่มีสัจการแห่งตน คือ รู้จักตนเอง พอใจตนเอง และใช้ตนเองเต็มตามศักยภาพของตนมนุษย์จะสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ ของตนเองมาได้อย่างเต็มที่นั้นขึ้นอยู่กับ การสร้างสภาวะหรือ บรรยากาศที่เอื้ออำนวย ได้กล่าวถึงบรรยากาศ ที่สำคัญในการสร้างสรรค์ว่า ประกอบด้วย ความ ปลอดภัยในเชิงจิตวิทยา ความมั่นคงของจิตใจ ความปรารถนาที่จะเล่นความคิดและการเปิดกว้างที่จะรับประสบการณ์ใหม่

4. ทฤษฎีอูต้า (AUTA) ทฤษฎีนี้เป็นรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น ในตัวบุคคล โดยมีแนวคิดว่าความคิดสร้างสรรค์นั้นมีอยู่ในมนุษย์ทุกคนและสามารถพัฒนาให้ สูงขึ้นได้ การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ตามรูปแบบอูต้าประกอบด้วย

4.1 การตระหนัก (Awareness) คือ ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อตนเอง สังคม ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และตระหนักถึงความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตนเองด้วย

4.2 ความเข้าใจ (Understanding) คือ มีความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

4.3 เทคนิควิธี (Techniques) คือ การรู้เทคนิคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ทั้งที่เป็นเทคนิคส่วนบุคคล และเทคนิคที่เป็นมาตรฐาน

4.4 การตระหนักในความจริงของสิ่งต่างๆ (Actualization) คือ การรู้จักหรือตระหนักใน ตนเอง พอใจในตนเอง และพยายามใช้ตนเองเต็มศักยภาพ รวมทั้งการเปิดกว้างรับประสบการณ์ต่างๆ โดยมีการปรับตัวได้อย่างเหมาะสม การตระหนักถึงเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การผลิตผลงานด้วย ตนเอง และมีความคิดที่ยืดหยุ่นเข้ากับทุกรูปแบบของชีวิต

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ จะผลักดันให้บุคคลสามารถดึงศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเอง ออกมาใช้ได้จากทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด จะเห็นว่าความคิดสร้างสรรค์เป็น ทักษะที่มีในตัวบุคคลทุกคน และสามารถที่จะพัฒนาให้สูงขึ้นได้โดยอาศัยการเรียนรู้และ บรรยากาศที่เอื้ออำนวย (ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา., 2545: 28-29)

## 2.3 หลักการวาดการ์ตูน

### 2.3.1 ความหมายของการ์ตูน

การ์ตูน มาจากภาษาอังกฤษว่า cartoon หมายถึง ภาพวาดต่างๆ ที่วาดขึ้น โดยไม่เน้นให้เหมือนกับความเป็นจริงทั้งหมด โดยจะตัดทอนรายละเอียดออกมา ภาพการ์ตูนจึงเขียนขึ้นด้วยรูป เส้นแบบง่ายๆ โดยเน้นคุณลักษณะพิเศษของรูปร่าง กริยา ท่าทาง หน้าตา อารมณ์ของคน สัตว์ วัตถุ สิ่งของ

การ์ตูนจัดเป็นงานทัศนศิลป์ เพราะเป็นงานศิลปะที่รับรู้ได้ทางการมองเห็น การ์ตูนนั้นมักใช้ประกอบในงานต่างๆ ทั้งการ์ตูนประกอบหนังสือ ภาพยนตร์ แผ่นป้ายโฆษณา

### 2.3.2 การเขียนภาพการ์ตูน

ขั้นตอนการเขียนภาพการ์ตูน มีดังนี้

1. กำหนดแนวคิด เริ่มจากการจินตนาการถึงการ์ตูนที่ต้องการวาดออกมาในรูปแบบใด
2. กำหนดโครงสร้าง โดยการร่างภาพที่จะวาดเป็น โครงสร้างภาพรวม ด้วยเส้นและรูปทรง

เรขาคณิตหรือรูปทรงต่างๆ ผสมผสานกัน

3. กำหนดความรู้สึก คือการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่ผู้เขียนต้องการให้ปรากฏในภาพการ์ตูนนั้น เพื่อให้ผู้ชมทราบว่าตัวการ์ตูนเหล่านั้นมีอารมณ์ความรู้สึกอย่างไร

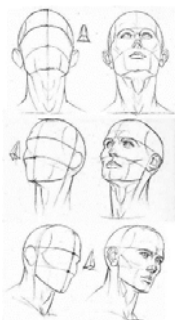
### 2.3.3 การวาดการ์ตูนขั้นพื้นฐาน

1. การวาดใบหน้าจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

- 1.1 ช่วงหน้าผาก
- 1.2 ช่วงตาถึงปลายจมูก
- 1.3 ช่วงปลายจมูกถึงคาง

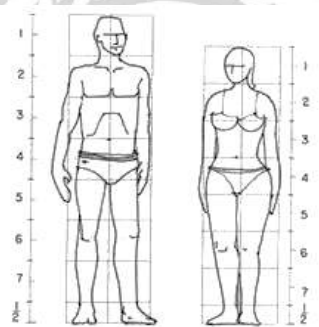


การวาดใบหน้ามุมต่างๆ ให้มองรูปหน้าให้เป็น 3 มิติ เป็นส่วนของวงกลมและวงรีที่ถูกตัดส่วนทำให้ออกไป เวลาวาดขึ้นเป็นรูปทรงเรขาคณิตตามแบบ แล้วยกแบ่งออก 3 ส่วน เดิมใบหน้าตามตำแหน่งตามหลักการวาดใบหน้า



รูปภาพที่ 2.2 การวาดโครงหน้า

2. การวาดร่างกาย หลักการคือ ให้ขีดเส้น 9 เส้น ที่มีช่องไฟที่เท่ากัน 8 ช่อง แล้วลองวาด หุ่นตามแบบโดยวางสัดส่วนตามภาพคือ ส่วนหัวประมาณ 1 ส่วน ช่วงตัวลงมาประมาณ 2 ส่วน ช่วงเอวถึงเป้าลงมา 1 ส่วน ช่วงขาบนลงมาประมาณ 2 ส่วน ช่วงขาล่างถึงเท้าประมาณ 2 ส่วน \*สังเกตว่าช่วงศอกจะอยู่ในช่วงประมาณเอว และมือจะเลยช่วงเป้ากางเกงลงมาอีกเล็กน้อย



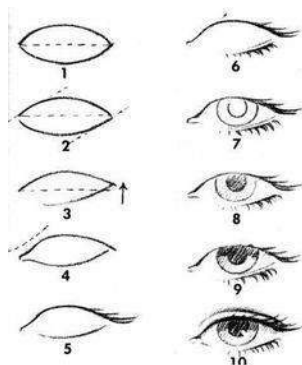
รูปภาพที่ 2.3 โครงสร้างของร่างกายตัวละคร

3. การวาดทรงผม จะเห็นว่าทรงผมขึ้นพื้นฐานที่หนา มาสร้างความแตกต่างให้ตัวละครได้ หลักการวาดผมก็คือ วาดเส้นหลักต่างๆก่อน แล้วค่อยมาแยกเส้นย่อยที่หลัง โดยดูทิศทางแสงเงา ส่วนที่ถูกซ่อนทับกันมากก็ลงเส้นถี่ขึ้น



รูปภาพที่ 2.4 เส้นผมและทรงผม

4. การวาดแวดตา มีหลายแบบหลายสไตล์สามารถเลือกตามความชอบ นักวาดการ์ตูนอาจวาดตามสไตล์ของตัวเอง หรือทำตามอย่างแบบต่างๆ ไปที่พบเห็นตามหนังสือการ์ตูน มีตั้งแต่ดวงตาง่ายๆ ไปจนถึงดวงตาที่มีความละเอียดสูง



รูปภาพที่ 2.5 การวาดดวงตา

5. การวาดมือ สัดส่วนของมือคือ 2 ส่วน การวาดมือสามารถคู่มือตัวเองประกอบด้วย

\*ข้อควรระวัง\* การวาดมือคือการสังเกตนิ้วหัวแม่มือว่าหันเข้าตัวหรือหันออกตัวในท่าทางนั้นๆ (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี., 2559: 15-22)



รูปภาพที่ 2.6 การวาดมือ

## 2.4 ทฤษฎีสีกับการออกแบบงานกราฟิก

### 2.4.1 ทฤษฎีและการใช้สี

สีมีความสำคัญอย่างมากต่องานออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานออกแบบกราฟิก เพราะนอกจากจะทำให้ภาพหรือสิ่งต่างๆ มีความสดใส สวยงาม และน่าสนใจ แล้วยังมีบทบาทในการสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและมีคุณภาพอีกด้วย ในการใช้สีเพื่อสื่อความหมายในงานกราฟิกนั้นควรจะได้ศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจเพื่อที่จะได้นำสีไปใช้ประกอบในงานกราฟิก ให้งานนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงตามจุดประสงค์มากที่สุด

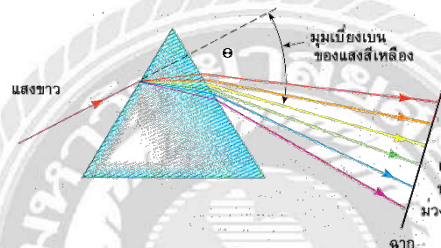
สีคืออะไร สีเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนมากมายโดยที่ไม่ได้นึกถึง การทำความเข้าใจว่า สีคืออะไร และถูกสร้างขึ้นได้อย่างไรจะช่วยให้สามารถแก้ปัญหาต่างๆ ได้

แสงสีขาวและสเปกตรัมของสี แสงสีขาวซึ่งมีกำเนิดมาจากดวงอาทิตย์ จริงๆแล้วประกอบด้วยสีรุ้งเมื่อส่องแสงผ่านปริซึม แสงก็จะแตกออกมาเป็นสเปกตรัมของสี สีเหล่านี้คือสีแดง แสด เหลือง เขียว น้ำเงิน คราม และสีม่วง ซึ่งสีเหล่านี้คือสเปกตรัมของแสงสีที่มองเห็นได้ผ่านปริซึม

แต่ส่วนสเปกตรัมที่มองไม่เห็นได้มีค่า ค่าหนึ่งเป็นของตัวเอง ซึ่งเรียกว่า “สี” ซึ่งสิ่งนั้นมีมากมายหลายล้านสี ความแตกต่างของสีหนึ่งไปยังสีถัดไปอาจจะมองไม่เห็นความแตกต่าง สเปกตรัมของแสงที่มองเห็นสามารถแบ่งออกได้มากกว่า 1 สี แต่กลับมองเห็นเป็นสีเดียว ซึ่งขึ้นอยู่กับสีที่อยู่รอบข้างนั้น เป็นเพราะว่าสายตาของคนจะผสมสีที่อยู่ใกล้กันให้โดยอัตโนมัติ

กำเนิดแสงและแสงสะท้อน แสงกำเนิดจากต้นกำเนิดแสงที่มีพลังงาน เช่น ดวงอาทิตย์ หลอดไฟฟ้า หรือจอกคอมพิวเตอร์ ส่วนแสงสะท้อนคือแสงที่กระทบกับวัตถุ แล้วสะท้อนออกมาโดยที่มุมตกกระทบเท่ากับมุมสะท้อน นี่คือนิยามที่มองเห็นเมื่อมองวัตถุที่ไม่ได้เป็นต้นกำเนิดแสง

แสงที่ถูกผลิตออกมา โดยต้นกำเนิดอาจจะประกอบไปด้วยสีทั้งหมด หรือสีผสม หรืออาจจะเป็นสีใดสีหนึ่ง แสงที่ถูกผลิตจะเดินทางเป็นเส้นตรงจากนั้นกำหนดแสงมายังตา โดยยังคงสภาพของสีที่ถูกสร้างไว้พอกระทบกับวัตถุใดๆ ก็ตามวัตถุนั้นก็จะดูดกลืนแสงบางส่วนไว้ แล้วสะท้อนแสงบางส่วนออกมา สีที่เห็นนั้นเป็นสีที่เกิดจากการสะท้อนของแสง



รูปภาพที่ 2.7 กำเนิดแสงและแสงสะท้อน

สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ สามารถมองเห็นบางสิ่งก็เพราะว่าสิ่งนั้นให้แสงออกมา และเห็นบางสิ่งก็เพราะว่าสิ่งนั้นสะท้อนแสงได้ เมื่อสิ่งนั้นให้แสงให้กำเนิดแสงออกมา สิ่งเหล่านั้นก็จะให้สีที่มองเห็นเมื่อสิ่งนั้นสะท้อนแสงออกมา สีถูกกำหนดโดยสีของแสงที่ชนกับวัตถุและสีของวัตถุที่สะท้อน

แผ่นกระดาษสีขาวที่มีสีขาวก็เพราะว่า กระดาษสะท้อนทุกสีของแสงสีขาวไม่ดูดกลืนสีใดเลย ถ้าฉายแสงสีน้ำเงินไปในกระดาษสีขาว กระดาษจะกลายเป็นสีน้ำเงิน เพราะกระดาษสีขาวจะสะท้อนแสงสีน้ำเงินออกมา อีกกรณีหนึ่งคือ ถ้าฉายแสงสีขาวไปบนกระดาษสีแดง กระดาษสีแดงจะกลายเป็นสีแดง เพราะสีทั้งหมดยกเว้นสีแดงจะถูกดูดกลืน

ทฤษฎีสี ความพึงพอใจความชอบและความไม่ชอบเกี่ยวกับสีของคนแต่ละคน แต่ละกลุ่มเป้าหมายมีส่วนที่ชักจูงให้เกิดความรู้สึกสนใจ และเข้าใจถึงคุณค่าของภาพเหล่านั้น จะสามารถตอบสนอง แรงกระตุ้นได้ตามวัตถุประสงค์เป็นเป้าหมายสำคัญของงานออกแบบ มีทฤษฎีสีเกี่ยวกับเรื่องสีที่จะช่วยให้ความกระจ่างในเรื่องของความหมาย และอิทธิพลของสีที่มีต่อการรับรู้ทัศนียภาพที่ปรากฏ เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี เป็นที่ยอมรับและที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมีอยู่ 4 ทฤษฎีคือ

### 1. ทฤษฎีตามหลักวิชาฟิสิกส์

จะอธิบายความหมายของสีจากการมองเห็น โดยมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องแสง ตามทฤษฎีสีนี้ สี หมายถึง ส่วนประกอบของสเปกตรัม (Spectra Composition) แม่สีแสงนี้ประกอบด้วยสี 3 สี ได้แก่ Red, Green, Blue ถ้านำเอาแสงของสีทั้ง 3 สี มาผสมกัน จะทำให้ได้สีใหม่อีก 3 สี

### 2. ทฤษฎีตามหลักวิชาเคมี

อธิบายความหมายของสีตามคุณสมบัติเคมีที่ปรากฏ คือ เป็นส่วนผสมที่เข้มข้น (Dye) หรือ เป็นเนื้อแท้ของสี (Pigment) ซึ่งกำหนดแม่สีไว้เป็น 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน ถ้านำเอาเนื้อสีมาผสมกันจะ ได้สีใหม่อีก 3 สี

### 3. ทฤษฎีตามหลักจิตวิทยา

เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม อันเป็นแรงกระตุ้นสิ่งเร้าตามทฤษฎีนี้จะอธิบายคุณสมบัติของสีตามสิ่งเร้าประเภทต่างๆ ที่มองเห็นแม่สีตามทฤษฎีนี้ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน และสีแดง และถ้านำสีทั้ง 4 มาผสมกันจะ ได้สีใหม่อีก 4 สี

### 4. ทฤษฎีสีของมันเชลล์ (สีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน)

สามารถอธิบายความหมายและคุณสมบัติของสีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มันเชลล์ (Munsell) ศิลปินชาวอเมริกันได้กำหนดแม่สีเป็น 5 สี ด้วยกัน คือ สีแดง สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน และสีม่วง เมื่อนำมาผสมกันจะ ได้สีใหม่อีก 5 สี

#### แม่สี (สีขั้นที่ 1 หรือสีปฐมภูมิ)

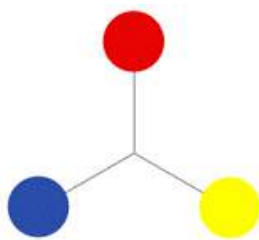
เป็นสีที่มีความเข้มมากสามารถนำไปผสมให้เกิดสีต่างๆ ได้มากมายหลายสี แม่สีมี 3 สี คือสีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน

#### สีขั้นที่ 2 (สีทุติยภูมิ)

เกิดจากการนำแม่สีมาผสมกันทีละคู่โดยมีอัตราส่วนเท่ากัน จะทำให้เกิดสีมาอีก 3 สี คือ สีส้ม สีเขียว สีม่วง

#### สีขั้นที่ 3 (สีตติยภูมิ)

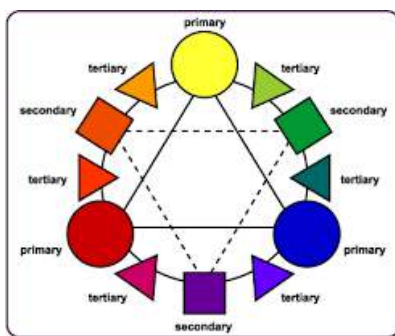
ได้จากการนำสีที่เกิดขึ้นใหม่ (สีขั้นที่ 2) มาผสมกับแม่สีทีละคู่ โดย มีอัตราส่วนเท่ากัน จะทำให้ได้สีใหม่อีก 6 สีคือ สีม่วงแดง สีแสดแดง สีเหลืองแสด สีเขียวเหลือง สีน้ำเงินเขียว และสีน้ำเงินม่วง ซึ่งบางที่ก็เรียกว่า วงล้อสีธรรมชาติ



รูปภาพที่ 2.8 วงล้อสีธรรมชาติ

## วงล้อสีธรรมชาติ

1. สีทุกสีในวงล้อเป็นสีแท้ (Hue) เพราะทุกสีจะมีความเข้มหรือความสดใสในตัวของมันเองซึ่งเกิดจากการผสมของแม่สี
2. เมื่อนำสีทุกสีมาผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดเป็นสีกลาง (Neutral)
3. สีที่อยู่ใกล้กันจะมีความกลมกลืนกัน เพราะเป็นการผสมสีจากสี ร่วมกัน เช่น ม่วงแดง แดง และ แสดแดง เป็นต้น



รูปภาพที่ 2.9 ความกลมกลืนสี

4. สีตรงกันข้ามในวงล้อสีจะมีลักษณะสีที่ตัดกัน หรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เช่น สีแดง กับสี เขียว ฉะนั้นในวงล้อสีจึงมีสีตัดกันอย่างแท้จริง (True Contrast) อยู่ 6 คู่ การนำสีตรงกันข้ามมาใช้ในงานออกแบบ จะช่วยทำให้ภาพน่าสนใจมากขึ้น แต่ต้องใช้ให้ถูกหลักการ คือ ไม่ควรใช้สีที่ตัดกัน อย่างแท้จริงในสัดส่วนที่เท่ากัน ถ้าจะใช้ควรจะมีสัดส่วนประมาณ 80 : 20 หรือมีฉะนั้นก็ต้องทำให้ สีใดสีหนึ่งหรือทั้งคู่ลดความ สดใสรุนแรงลงไปที่เรียกว่า การเบรกสี ซึ่งอาจทำได้โดย

- การทำให้สีอ่อนจางลง โดยเติมสีขาวลงไปในสีแท้ซึ่งเรียกวิธีนี้ว่า “Value ”หรือ “Tint” เช่น ผสม สีขาวลงในสีแดง ทำให้ได้สีชมพู
- การทำให้สีเข้มหรือสีมืดเรียกว่า “Shade” วิธีการก็คือ เติมสีดำลงไปนสีแท้นั้น เช่น เติมสีดำลงไป ในสีแดง อาจจะได้สีแดงเลือดหมู
- การใช้วิธีการใช้สีเทา (ส่วนผสมของสีขาวกับสีดำ) ผสมลงเล็กน้อย จะทำให้สีนั้นหม่นลง หรือ อาจใช้สีตรงกันข้ามเพียงเล็กน้อย ก็จะทำให้สีนั้นลดความสดลงไปได้เช่นกัน


## วรรณะสี (Tones)

วรรณะของสี หมายถึงกลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สังเกตจากวงล้อสีจะปรากฏเป็น 2 วรรณะ คือ


- วรรณะสีร้อน (Warm Tones) ลักษณะของสีจะให้ความรู้สึกสดใส ร้อนแรง รุนแรง หรือร่าเริง สีในกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีแสดและสีที่ใกล้เคียง
- วรรณะสีเย็น (Cool Tones) ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็นจนถึงความ เศร้า ได้แก่ สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียวและสีที่ใกล้เคียง (มหาวิทยาลัยสยาม., 2559: 36-40)

## จิตวิทยาในการใช้สี


แม้ว่าจะมีทฤษฎีเกี่ยวกับสีอย่างมากมาย แตกต่างกันไปตามลักษณะของการนำไปใช้งาน แต่ลักษณะเฉพาะหรือคุณค่าเฉพาะของสีแต่ละสีย่อมจะเป็นตัวแทนของอารมณ์ต่างๆ ในวัตถุที่มีสีปรากฏขึ้นในตัว เมื่อสายตาได้สัมผัสวัตถุ ได้เห็นความแตกต่างหลากหลายของสีในวัตถุย่อมเกิดความรู้สึกต่างๆ ได้แก่ ตื่นเต้น หนาวเย็น หรือ อบอุ่น อ่อนหวาน นุ่มนวล หรือแข็งกระด้าง และ นอกจากความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วยังเป็นที่ยอมรับกันอีกว่า สีเป็นสัญลักษณ์ของความคิดทางนามธรรมบางประการอีกด้วย เช่น ความสงบสันติ การเคลื่อนไหว อันตราย ความตาย อิทธิพลของ สีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และการจดจำสิ่งต่างๆรอบตัวมีผลกระทบต่อระบบประสาทสัมผัสได้ ดังว่ารูปร่าง ลายเส้น หรือถ้อยคำ ตลอดจนเป็นมโนทัศน์ต่างๆ การมีความรู้และประสบการณ์ในการเลือกใช้สีของนักออกแบบ จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เอกสารเหล่านั้นบรรลุเป้าหมายตาม ต้องการ ได้ไม่ยากนัก การเรียนรู้ถึงอิทธิพลที่มีต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสี จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาอย่างยิ่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้




สีแดง เป็นสีของไฟ การปฏิบัติ ความรู้สึกทางกามารมณ์ ความปรารถนา สีของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมากสำหรับเด็กเล็กๆ สีแดงเป็นสีที่มีพลังมากสามารถบดบังสีอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นหรือฉากหลัง (Background)



เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สีแดงจะลดพลังลง และทำให้รู้สึกถึงความ อ่อนหวาน นุ่มนวล และความเป็นกวีขึ้นมาแทน แต่ถ้าสีแดงและสีเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแก่ต่างกัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแก่เพียงใด สีประเภทน้ำตาลนี้จะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง แข็งแรง เข้มแข็ง ความเป็นจริง และอบอุ่น



สีเหลือง เป็นสีที่มีพลังด้านความสว่างอย่างมาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสีเหลืองอมส้ม แต่ก็อุ่นกว่าสีเหลืองอมเขียว สีเหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ ถ้าคุณลักษณะของสีเหลือง จะรู้สึกได้เมื่อมีสีที่สองปรากฏอยู่ด้วย เช่น เมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้รู้สึกมั่นคง และจับต้องได้มากขึ้น



สีเขียว เป็นสีทางชีววิทยาซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดพลุ่งพล่านสงบลง เป็นสีกลางๆ ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มข้นในทางสีน้ำเงินจะดูเป็นน้ำ สีเขียวอมฟ้า สีฟ้าพลอย เป็นสัญลักษณ์ของน้ำและการเคลื่อนไหวโดย ปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าจะเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า



สีน้ำเงิน เป็นสีที่เก็บกด ซ่างฝัน เปล่าเปลี่ยว ถ้าแม้ว่าจะทำให้โล่งขึ้น โดยการผสมสีขาวเข้าไปก็ตามสีน้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับความสะอาดบริสุทธิ์ จึงมักใช้ในที่ต้องการแสดง สุขอนามัย



สีม่วง แสดงถึงความรู้สึกใคร่ครวญ การทำสมาธิ ความลึกถึบ เวทมนตร์คาถา และความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าจะผสมสีขาวให้เป็นสีม่วงไลแลค ก็ยังทำให้คนที่มองเห็นไม่กล้าเข้าใกล้ไม่รู้สึก เป็นมิตร สีม่วงครามซึ่งใกล้สีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับโลกมากกว่าสีม่วงแดง แต่ก็ยังคงความเป็นเจ้านาย และเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง



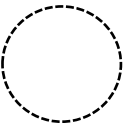
สีทอง มีตำแหน่งใกล้สีส้ม และนับว่าเป็นสีอ่อนสีหนึ่ง ในขณะที่สีเงินถูกจัดเป็นสีเย็น และมีความคล้ายคลึงกับสีเทากลาง การใช้สีเงินออกจะยากกว่าเนื่องจากต้องมีสีอ่อนมาใช้ร่วมด้วยหากว่าต้องการผลของความร่ำรวยในทางบวก



สีเทา สำหรับสีเทาซึ่งมีระดับสีอ่อนแก่แตกต่างกันมากมายหลายระดับนั้นอาจจะเป็นที่ คู่กันเคยกันดีจากการดูภาพขาวดำ การอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไป



สีดำ ซึ่งเรียกว่า "อรงค์" คือ ถือว่าไม่ใช่สีดำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืดความว่า ในการตีพิมพ์สีดำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อใช้สีอื่นๆ ไม่ว่าจะ เป็นภาพหรือตัวอักษรวางลงไป ก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสะดุดตาขึ้น



สีขาว สีขาวก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอ่อน และสีเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่กับสีเหลือง จะทำให้สีเหลือง เจิดจ้าขึ้น สามารถวางภาพหรืออักษรสีต่างๆ วางบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีดำ (สุชา จันท์ธอม., 2547: 36-37)

### หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิกมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานน่าดู สวยงาม และตื่นตา หรือส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่นำมาเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีที่แตกต่างกัน เช่น เด็กเล็กๆจะสนใจสีสด เข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน และจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้น ก็ยังไม่ชอบสีสดใส มากๆ กับนิยมกลุ่มสีอ่อนหวานนุ่มนวลการวาง โครงสีในงานออกแบบกราฟิก ในเชิงพาณิชย์จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

เด็กเล็กๆควรใช้สีประเภทสีปฐมภูมิ (Primary) หรือสีทุติยภูมิ (Secondary) ส่วนผู้ใหญ่อาจ ใช้สีแท้ (Hue) ผสมกลุ่มสีขาวหรือสีนวลหรือสีดำ ที่เรียกว่า Tint and Shade การใช้สีขาวหรือสีดำ มาผสมกับสีแท้ ก็จะช่วยลดความสดไสของสีเดิมลงตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้นก่อนจะวาง โครงสีในการทำงาน จึงควรพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สีในทางจิตวิทยาด้วย ดังนี้

1. ใช้สีสดสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลานั้นๆ เหมาะอย่างยิ่ง สำหรับการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

2. พึงระลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเน้นให้เห็นเด่นชัด มุ่งส่งเสริมให้เนื้อหา สาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบจะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความ สวยงาม บางครั้งก็จำเป็นต้องนึกถึงหลักความจริง และความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย

3. การออกแบบงานพาณิชย์ศิลป์ งานกราฟิกต่างๆ อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบจึง ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร เพียงใด การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้น หมายความว่า จะต้องเพิ่มปริมาณตามมาอีกจำนวนหนึ่งเสมอ

4. ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยของผู้บริโภค เช่น ผู้สูงอายุใช้สีอ่อนๆ เด็กเล็กๆ ใช้สีสดใสเพื่อความ สนใจ

5. การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีในหลายๆ สี อาจจะทำให้ลด ความเด่นชัดของงานและเนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอ

6. เมื่อใช้สีสด เข้มจัด คู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูชัดเจน และมีชีวิตชีวาน่าสนใจ

7. การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ทำให้เกิดผลในการไม่เข้าใจเท่าที่ควรจึง ควรหลีกเลี่ยง

8. ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ คือ ต้องให้ชัดเจน อ่านง่าย ควรเว้นการใช้สี ที่ตรงข้ามในปริมาณเท่าๆกัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เพราะจะทำให้ผู้ต้องเพ่งมองอย่างมาก ทำให้ เกิดภาพซ้อนพลาสมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระเช่น ตัวอักษรสีแดงพื้นสีเขียว ความเด่นชัด ของข้อความที่ต้องการเน้นด้วยความแตกต่างกันของสี ก็จะลดความเด่นชัดลงอีกด้วย (ลักขณา ศรีวัฒน์., 2549: 33-37).



## 2.5 แนวทางการออกแบบสติ๊กเกอร์

### 2.5.1 แนวทางสำหรับภาพสติ๊กเกอร์ ภาพหลัก และภาพแสบ

- ภาพสติ๊กเกอร์จะต้องไม่มีรูปแบบที่เหมือนกับที่ LINE ได้ออกแบบไปแล้ว
- ภาพที่ไม่เอื้ออำนวยในการใช้สำหรับบทสนทนาไม่ควรทำ
- จะต้องเป็นภาพวาดไม่ใช่ภาพถ่าย
- ภาพที่ดูยาก เช่น ทิวทัศน์ที่กว้างขวาง หรือคาแรคเตอร์ที่สูงเกินไปไม่ควรทำ
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่ส่วนสำคัญขาดสมดุล เช่น ลีซีดจาง หรือไม่ตรงแถวตรงแนว
- ภาพที่เป็นแคโลโก้เท่านั้น ไม่สื่ออารมณ์ใดๆก็ไม่สามารถผ่าน LINE ได้
- ภาพที่เป็นแค่ข้อความธรรมดาๆไม่สามารถผ่านได้
- สติ๊กเกอร์ที่สะกดคำผิด โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ส่วนคำไทยตามสมัขนิยมนั้นก็ไม่ควร เช่น รับ แสบ , จบปะ , โอบะ หรือจิงดิ เป็นต้น
- ห้ามสติ๊กเกอร์และข้อความขัดแย้งกัน รวมถึงคำอธิบายที่ขัดแย้งกับคนอื่นเช่นวาดรูปคนส่งหัวใจ แต่เขียนคำว่าเกลียดมาก เป็นต้น



Moon: Special Edition By LINE Corporation

### รูปภาพที่ 2.10 แนวทางการออกแบบสติ๊กเกอร์

- สติ๊กเกอร์ชุดกับสติ๊กเกอร์หลัก หรือภาพที่โซว์บนแสบ จะต้องแตกต่างจากสติ๊กเกอร์ที่ใช้ส่งสื่ออารมณ์ตอนแสบ
- สติ๊กเกอร์ต้องพร้อมขายภายใน Sticker Shop ด้วย ไม่สามารถทำส่งไปแล้วนำกลับมาปรับแต่งแก้ไขเพิ่มเติมได้อีก

### 2.5.2 แนวทางสำหรับข้อความโปรยต่างๆ

- ข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อความ โปรย ไม่ว่าจะเป็น ชื่อสติ๊กเกอร์ , คำอธิบายเกี่ยวกับสติ๊กเกอร์ , ชื่อผู้ออกแบบ และข้อความเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ มีดังนี้
- ข้อความต้องไม่มีรูปแบบเดียวกันกับที่ LINE ได้ออกแบบไปแล้ว
  - ข้อความต่างๆต้องสะกดถูกต้องไม่ผิดพลาดด้วยประการทั้งปวง จะอ้างว่าใช้ฟอนต์พิเศษ อะไรต่างๆไม่ได้

- ชื่อสติ๊กเกอร์หรือคำอธิบายต้องไม่เป็นองค์ประกอบโฆษณา เช่น ดูไอเทมนี้ในสโตร์ภายในวันนี้ หรือ แกดันหาด้วย “ชื่อสินค้าหรือสติ๊กเกอร์” ออนไลน์
- ข้อความที่มีชื่อเว็บไซต์ หรือ URL ไม่สามารถทำได้
- ข้อความที่มี emoji เช่นรูปหัวใจ หรือคาแรคเตอร์อื่นๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามอุปกรณ์ของผู้ใช้งาน อย่างรูป ^\_^ , @-@ แบบนี้ไม่สามารถทำได้
- ข้อความที่ขัดแย้งกับสติ๊กเกอร์
- ข้อความที่สั้นเกินไป

### 2.5.3 ข้อกำหนดด้านศีลธรรม

- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่สนับสนุนกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่แสดงออกถึงความรุนแรงหรือการทำร้ายเด็ก
- คาแรคเตอร์ที่งุนงงน้อยหน้อยไม่สามารถทำได้
- ห้ามภาพที่แสดงถึงการดื่มเหล้าเมายาที่มากเกินไป (อาจทำได้แค่ยกแก้วเบียร์เท่านั้น) และวาดภาพเด็กๆ ใช้สิ่งเสพติดก็ไม่สามารถทำได้ หรือการใช้สิ่งเสพติด หรือภาพที่ส่งเสริมกระตุ้นให้เกิดการใช้ยาเสพติดสำหรับผู้ที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ
- สติ๊กเกอร์ที่ส่งเสริมหรือให้ข้อบรระหว่างมีเมมา เช่น คนเมมาแล้วขับรถเฮฮา ไม่สามารถทำได้
- ภาพที่ส่งเสริมกระตุ้นให้เกิดการใช้อาวุธผิดกฎหมาย หรือแม้แต่อาวุธที่ไม่ผิดกฎหมายนั้นไม่ควร
- สติ๊กเกอร์ที่เป็นสแปม(Spam) หรือฟิชซิ่ง (phishing) ผู้ใช้อื่นๆ
- ห้ามภาพการยิง แทะ ทำร้ายร่างกาย ฆาตกรรมต่างๆ ทั้งคนและสัตว์

สติ๊กเกอร์ 3 ชุดนี้เป็นของ LINE 100 ถูกออกแบบไปหน่อย ศรีเอเทอร์อย่างเราๆ ควรหลีกเลี่ยงครับ



Moon: Mad Angry Edition, Moon's Dieting Special, Moon's Job Hunting Story By LINE Corporati

### รูปภาพที่ 2.11 ข้อกำหนดด้านศีลธรรม

- สติ๊กเกอร์ที่อาจจะมีผลกระทบต่อชื่อเสียงบุคคลหรือสัญชาติหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเช่น สติ๊กเกอร์ที่ล้อเลียนเพศที่สามก็มีสิทธิที่จะไม่ผ่าน
- ห้ามสติ๊กเกอร์ซึ่งเป็นการเปิดเผยข้อมูลของบุคคลอื่น หรือข้อมูลส่วนบุคคล
- ห้ามสติ๊กเกอร์ซึ่งแสดงคำหยาบมากเกินไปเช่น โห้วนี้วกกลาง
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่กล่าวร้ายศาสนาหรือทำให้ผู้คนเกลียดซึ่งกันและกัน
- ห้ามสติ๊กเกอร์ซึ่งแสดงออกทางเพศ หรือ กระตุ้นอารมณ์ทางเพศ
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่เกี่ยวกับการพนัน เช่น นั่งจั่วไพ่เอาเป็นเอาตาย
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่ออกแบบมาเพื่อล้วงข้อมูลหรือรหัสของผู้ใช้

- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่มีองค์ประกอบที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้เยาวชน เช่น เครื่องสล็อต
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่สนับสนุน ส่งเสริม กระตุ้นให้เกิดการฆ่าตัวตาย หรือยาเสพติด
- ห้ามสติ๊กเกอร์ที่แสดงออกถึงการต่อต้านสังคม อย่างมีอคติ ดินตบ

#### 2.5.4 ข้อกำหนดเกี่ยวกับธุรกิจ การโฆษณา และข้อกำหนดอื่นๆ

- สติ๊กเกอร์จะต้องให้ข้อมูลส่วนตัวก่อนชื่อ ไม่สามารถทำได้ ยกเว้นจะทำในรูปแบบบริษัทใหญ่ๆที่ต้องการข้อมูลลูกค้าไว้ด้วย เช่น ต้องยอมรับเพื่อนคนนี้นัก่อนจึงสามารถดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ชุดนี้ได้ฟรี เป็นต้น

- สติ๊กเกอร์ที่หวังผลอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้สื่ออารมณ์ในการแซทหรือสติ๊กเกอร์ที่มีความต่อเนื่องกับแคมเปญโฆษณา มีการดึงคนให้เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ใดเว็บหนึ่ง เช่น ถ้าถูกจ้างให้วาดสติ๊กเกอร์เป็นรูปจางนม และดูเหมือนว่าจะเป็นการ Promote เพื่อให้คนไปดูหนังของจางนม หรือแม้กระทั่งคิดว่าวาดเองโดยไม่มีคนมาจ้างทำ หากมีความเสี่ยงที่จะเป็นการให้ประโยชน์อื่นใดนอกเหนือจากการใช้เพื่อแซทก็ทำให้เสี่ยงในการผิดข้อกำหนดได้

- สติ๊กเกอร์ที่อ้างถึงการ โฆษณาอื่นๆ เช่น มีข้อความมีแบรนค์ที่สื่อถึงบริการอื่นๆเช่นเจ้าเสื้อน้อย ตุ๊กตักแมม สติ๊กเกอร์จาก LH BANK จะเห็นว่ามีคำว่า LH BANK ติดอยู่ที่เสื้อของเสื้อด้วยหากเป็นการทำในนามของ Creator Sticker สติ๊กเกอร์แล้วก็จะไม่ผ่าน

- ห้ามสำหรับสติ๊กเกอร์ที่หวังผลโฆษณาอันนี้ต้องจ่ายเงินให้กับทาง LINE และมีข้อกำหนดที่แตกต่างจาก Creator Sticker

- สติ๊กเกอร์ที่ออกแบบมาเพื่อที่จะรวบรวมเงินบริจาคเพื่อการกุศลก็ห้าม

#### 2.5.5 ลิขสิทธิ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

- สติ๊กเกอร์นั้นจะต้องไม่ผิดกฎหมายของแต่ละประเทศที่วางจำหน่ายซึ่งปัจจุบันสามารถหาสติ๊กเกอร์ได้ทั่วโลกเท่าที่ App Line พร้อมให้บริการในประเทศนั้นๆ

- สติ๊กเกอร์ที่ผิดกฎหมายลิขสิทธิ์

- ภาพที่มีลิขสิทธิ์ไม่ชัดเจน เช่น การ์ตูนเขียนเล่าเรื่องต่อกันเองโดยแฟนการ์ตูนหรือเรียกว่าแฟนฟิクション (Fan Fiction) ซึ่งอ้างอิงเนื้อหาต้นฉบับที่มีลิขสิทธิ์ แม้โครงเรื่องเป็นคนละแบบกันก็ไม่สามารถนำคาแรคเตอร์นั้นมาทำสติ๊กเกอร์ได้

- สติ๊กเกอร์ซึ่งไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่สามารถผ่านได้หากทาง Line เห็นว่า Creator มีการทำผิดในข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อ กระทั่งทาง Line พิจารณาว่าไม่เหมาะสมก็สามารถหยุดการจำหน่ายสติ๊กเกอร์เหล่านั้นได้ทันที และแน่นอนว่าเงินที่สะสมมาก็จะโดยยึดกลับไป

#### 2.5.6 ประเภทไฟล์สติ๊กเกอร์

สำหรับรูปแบบไฟล์ภาพที่ทาง LINE ต้องการคือ PNG (อ่านว่า ปิง ย่อมาจาก Portable Network Graphics) ซึ่งไฟล์ประเภทนี้จะมีพื้นที่หลังโปร่งใส สามารถกำหนดค่าต่างๆได้ในโปรแกรมกราฟิก

### 2.5.7. ขนาด จำนวน และข้อความในสติ๊กเกอร์ Line แต่ละชุด

ขนาดจะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ ภาพหลัก (Main Image) , ภาพสติ๊กเกอร์ (Sticker Image) และ ภาพแท็บในห้องแชท (Chat room tab Image) โดยทั้งหมดจะต้องมีความละเอียดของภาพ 72 dpi และโหมดสีแบบ RGB ในการกำหนดขนาดภาพนั้น เราจะทำใน Photoshop ส่วนการเช็คจำนวนอักษรนั้นก็สามารถดูใน โปรแกรม Microsoft Word



รูปภาพที่ 2.12 ประเภทของรูปสติ๊กเกอร์

### 2.5.8 การเว้นระยะขอบสติ๊กเกอร์

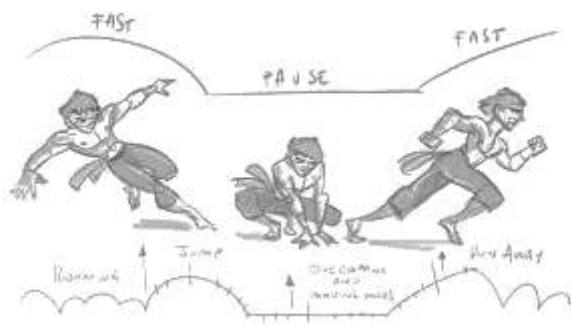
ควรเว้นระยะจากขอบที่กำหนดได้เข้ามาประมาณ 10 Pixel หรือ 35 มิลลิเมตรและต้องจัดวางสติ๊กเกอร์ให้มีความสมดุลกัน ไม่เอียงไปอยู่ข้างใดข้างหนึ่ง (มหาวิทยาลัยสยาม., 2559: 43-48)



รูปภาพที่ 2.13 การกำหนดขนาดขอบสติ๊กเกอร์

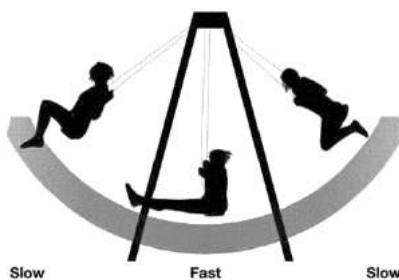
## 2.6 หลักการสร้าง Animation

Timing คือ เวลา การเคลื่อนไหวในแอนิเมชัน จะมีเรื่องของเวลาหรือความเร็วมาเกี่ยวข้อง เช่นการก้าวเดิน การก้าวที่ละก้าว ก้าวแรกต่อเนื่องไปยังก้าวต่อไปเพื่อให้ดูธรรมชาติ และสอดคล้องกับช่วงเวลา เช่น การวิ่ง กักับการเดิน ที่มีท่าทาง และเวลาที่ต่างกัน ด้วยความเร็วที่ต่างกันย่อมให้ความรู้สึกที่ต่างกัน ซึ่งจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้เกี่ยวกับระยะเวลาของแต่ละท่าทางว่าใช้เวลากี่วินาที หรือ กี่เฟรม จังหวะช้าเร็วเป็นสิ่งสำคัญ เพราะมันแสดงถึงความคิดและความรู้สึกของตัวละคร ว่าเขาทำอะไรต่างๆ ด้วยเหตุผลรูปภาพ48อย่างไร เช่น ดวงตาที่กระพริบเร็ว -ช้า ถือเป็นการแสดงที่ต่างกัน ตื่นเต้น หรือ ง่วง



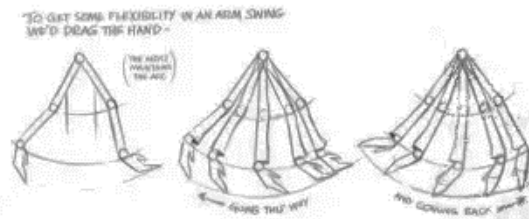
รูปภาพที่ 2.14 Timing

Ease In and Out หรือ Slow In and Out การเคลื่อนไหวของร่างกายมนุษย์หรือวัตถุอื่น ๆ ต้องเกี่ยวข้องกับอัตราความเร็ว อัตราเร่งของวัตถุ จะเห็นได้ว่าจะมีอัตราเร่งขึ้นเร็วและอัตราความเร็วค่อยๆ ช้าลง เช่น เมื่อลูกบอลลอยขึ้นไปในอากาศ ช่วงแรกของการปล่อยลูกบอลไป จะมีอัตราความเร็วสูงสุด และลูกบอลจะค่อยๆ ลดความเร็ว จนเหลืออัตราเร็วเป็นศูนย์ เมื่อลูกบอลอยู่สูงสุด จากนั้นลูกบอลก็จะตกลงมา ด้วยแรงโน้มถ่วง ด้วยเหตุนี้การสร้างแอนิเมชันต้องคำนึงถึงการเคลื่อนไหวที่ดูเหมือนสมจริงที่เน้นที่จุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของการเคลื่อนไหว หลักการนี้มีเพื่อให้การเคลื่อนไหวดูนุ่มนวลขึ้น



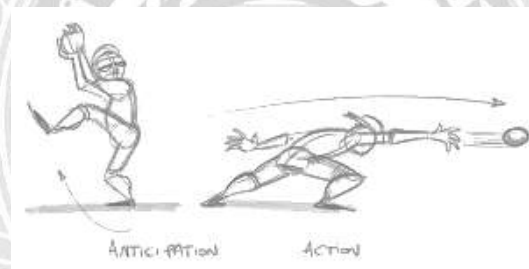
รูปภาพที่ 2.15 Ease In and Out / Slow In and Out

Arc การเคลื่อนไหวในลักษณะวิถีโค้ง การสร้างแอนิเมชันควรศึกษาเข้าใจรูปแบบการเคลื่อนไหวตามเส้นโค้งที่วัตถุจะทำให้การเคลื่อนไหวดูน่าในใจ ไม่น่าเบื่อ ซึ่งที่จะช่วยให้สมจริงมากขึ้น เช่น การเหวี่ยงแขน ขณะที่กำลังจะโยนลูกบอลของนักกีฬาเบสบอล เมื่อโยนลูกบอลจะมีความเร็วของวัตถุหรือแรงผลักดันให้ลูกบอลไปข้างหน้า และมีแนวการเคลื่อนไหวเป็นเส้นโค้งออกไปข้างหน้า แล้วค่อยลดต่ำลงด้วยความเร็วที่ลดลง จนตกลงถึงพื้น จะเห็นว่าการเคลื่อนไหวนั้นจะมีลักษณะเป็นวิถีโค้ง



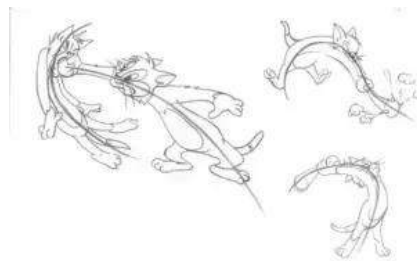
รูปภาพที่ 2.16 Arc

Anticipation เป็น ท่าเตรียม หรือท่าเริ่มต้น บางครั้งการทำแอนิเมชันจะให้ความสำคัญกับท่าเตรียมมาก เพราะจะดึงดูดความสนใจ และการติดตามของผู้ชม เช่น การงอขามาด้านหลังก่อนที่จะเตะลูกบอล ตัวละครก็จะเหวี่ยงแขนไปด้านหลังจนเกือบถึงพื้น และเหวี่ยงไปข้างหน้าอย่างแรง ท่าเตรียม ทำให้ตัวละครมีลักษณะท่าทางที่ดูแล้วเป็นธรรมชาติ และมักมีทิศทางตรงข้ามกับท่าหลัก



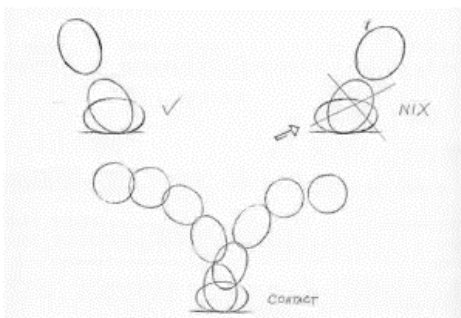
รูปภาพที่ 2.17 Anticipation

Exaggeration การแสดงเกินจริง เพื่อสร้างอารมณ์ตัวละครให้มีชีวิตชีวา เช่น ทำหน้าตกใจอ้าปากกว้าง ตัวลอย เพราะจะสร้างความรู้สึกร่วมให้กับผู้ชมได้ดี สื่อสารได้ชัดเจน เช่น ในฉากตัวละครเล่นเบสบอล แล้วต้องขว้างลูกไปข้างหน้า เราอาจจะเพิ่มการเงิมนลูกให้ดูเกินจริง จนตัวบิดหมุนไปเลย



รูปภาพที่ 2.18 Exaggeration

Squash and Stretch การยืดหดของวัตถุเช่น บอลยางเวลาโดนแรงอัดกระแทกพื้นย่อมแบนลง และยืดขึ้นเมื่อเต็งออก ในขณะที่ตัวละครเคลื่อนไหว ร่างกายจะยืดหยุ่น ไม่ขยับตัวแข็งๆ แบบหุ่นยนต์ โดยการเคลื่อนไหวต้องคำนึงถึงน้ำหนัก และขนาด



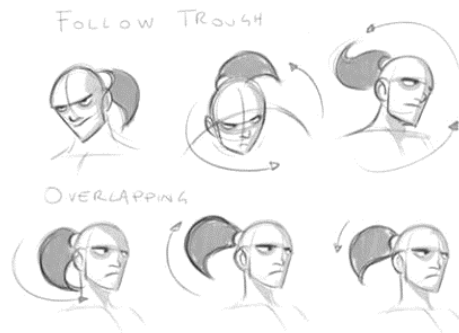
รูปภาพที่ 2.19 Squash and Stretch

Secondary Action การกระทำรอง หรือการเคลื่อนไหวรอง เช่น ตัวละครเดินขาก้าวก็คือการเคลื่อนที่หลัก แขนหรือมือที่เหวี่ยงก็อาจจะจัดเป็นการเคลื่อนที่หลักด้วย แต่เสื้อผ้า ผม ที่ปลิวไปตามแรงเหวี่ยงของการเดิน พวกนี้คือการเคลื่อนไหวรอง พวกนี้จะทำให้งานดูสมจริงขึ้น จนชักจูงให้คนดูเชื่อว่า ตัวละครนี้มีชีวิตจริงๆ ใช้ในเวลา ตัวละครทำอะไรหลายๆ อย่างพร้อมกัน เช่น นักยิมนาสติกเดินไปที่เครื่องเล่น ในขณะที่เดียวกันเขาก็นำมือไปจับเครื่องเล่นนั้นด้วย



รูปภาพที่ 2.20 Secondary Action

Follow Through and Overlapping Action การผลจากแรงส่งคือการกระทำที่เป็นผลมาจากการกระทำหลัก เช่น เวลาขว้างบอล เมื่อมือปล่อยลูกบอลออกไปแล้ว มือจะไม่หยุดค้าง ณ ท่าที่ลูกบอลออกจากมือ ข้อมือจะพับลง และจะกระดกกลับขึ้นมาเล็กน้อย อันเป็นผลจากแรงที่ส่งออกไป ส่วน Overlapping action นั้นจะคล้ายๆ กับการส่งทอดของแรง ที่จะเห็นชัดเจนสุด ก็เช่น การสะบัดเชือก หรือสะบัดแส้ จังหวะที่เหวี่ยงออก เส้นเชือกทั้งหมดจะไม่เคลื่อนที่ไปพร้อมกัน ส่วนที่จะเริ่มเคลื่อนที่ก่อน คือส่วนที่อยู่ใกล้มือหรือจุดที่ออกแรงมากที่สุด จากนั้นก็จะส่งต่อแรงไปเรื่อยๆ จนถึงปลาย เวลาที่ตัวละครสิ้นสุดอากัปกริยาใดๆ ก็ตาม จะไม่หยุดทันทีเดียว ร่างกายจะค่อยๆ เคลื่อนไหวช้าลง และหยุดตามในที่สุด เช่น ถ้าหมาหุยาวิ่งข้างถนน เมื่อวิ่งไปถึงอีกฝั่ง แม้ส่วนตัวจะหยุดแล้ว แต่ส่วนหูจะยังคงเคลื่อนไหวต่ออีกสักพัก ก่อนจะตกลงแนบหัว



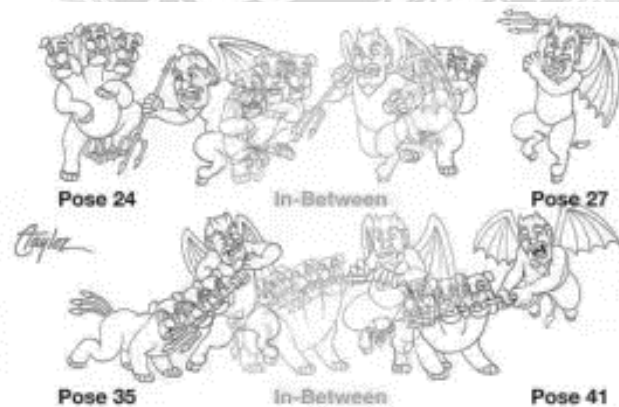
รูปภาพที่ 2.21 Follow Through and Overlapping

straight ahead animation คือการทำแอนิเมชันหรือภาพเคลื่อนไหวที่ละภาพไปเรื่อย จะไม่มีภาพเคลื่อนไหวหลัก



รูปภาพที่ 2.22 straight ahead animation

pose-to-pose action คือการกำหนดแบบใช้ key frame ที่เป็นการกำหนดท่าทางหลักหรือต้นทาง และกำหนดท่าทางปลายทาง จากนั้นสร้างภาพเคลื่อนไหวระหว่างท่าทางหลักทั้งสอง (animate in between)



รูปภาพที่ 2.23 pose-to-pose action



Staging ทำทางการเคลื่อนไหวให้ชัดเจน ให้ผู้ชมได้เข้าใจได้ทันที ภาพตัวละครจะต้องดูเป็นสามมิติ ไม่ใช่แบนราบติดหน้าจอ การวางภาพต้องอยู่ในจุดที่สามารถเห็นการแสดงดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นท่าทาง อารมณ์ หรือปฏิกิริยาของตัวละคร รวมทั้งการรู้จักเลือกใช้ขนาดภาพต่างๆ เช่น Close up shot, Medium shot, Long shot ให้เหมาะสม



รูปภาพที่ 2.24 Staging

Appeal การสร้างคุณลักษณะตัวละครที่มีเสน่ห์ แปลกใหม่ น่าสนใจ เพื่อสร้างความประทับใจจดจำได้ของผู้ชม



รูปภาพที่ 2.25 Appeal

Personality การสร้างบุคลิกนิสัยจะสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวละคร สร้างตัวละครให้มีบุคลิกที่โดดเด่นจนทำให้เกิดการตอบสนองของผู้ชม ไม่ว่าจะเป็น น่ารัก ตลก ขี้ร้าย แปลกประหลาด ที่สำคัญต้องออกมาให้ชัด อย่าให้บุคลิกแบบครึ่งๆ กลางๆ ซึ่งจะทำให้ตัวละครถูกหลงลืมได้  
(ที่มา : <http://animationeduc.blogspot.com/p/animation.html>)



รูปภาพที่ 2.26 Appeal

## บทที่ 3

### รายละเอียดการปฏิบัติงาน

#### 3.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด 2/2 ซ.สุขุมวิท 58 ถ.สุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10260

munkproduction

รูปภาพที่ 3.1 โลโก้ บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด

#### 3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ วางแผน ออกแบบ และดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับโฆษณา รวมถึงผลิตรายการวิทยุ โทรทัศน์

#### 3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารขององค์กร



รูปภาพที่ 3.2 แผนผังองค์กร บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด

#### 3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

##### 3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นายศุภกร ศรีวณิช ตำแหน่ง Graphic designer

##### 3.4.2 ลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมายดำเนินโครงการ

ออกแบบงานตามบริฟที่ได้รับ ทำโมชันกราฟิกให้คาแรคเตอร์ที่ออกแบบ วาดสตอรี่บอร์ดในงานโฆษณา และออกกองถ่ายโฆษณา

### 3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา

นางสาวอริสา ภัคดีสอน ตำแหน่ง Assistant to Ceo

### 3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

3.6.1 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 22 พฤษภาคม 2566 – 1 กันยายน 2566

3.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติงาน วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 10.30 น. – 19.30 น.

### 3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

3.7.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับรายงานการปฏิบัติงานของสหกิจศึกษา

เวลา	รายละเอียด
สัปดาห์ที่ 1	ออกแบบคาแรกเตอร์พีมังค์
สัปดาห์ที่ 2	วาดภาพประกอบวิดีโอ Pose product
สัปดาห์ที่ 3	ทำแอนิเมชันตัวละครสำหรับวิดีโอ แวน AR nreal air
สัปดาห์ที่ 4	ทำแอนิเมชันตัวละครสำหรับวิดีโอ กล้อง insta360 Go 3
สัปดาห์ที่ 5	ทำสตอรี่บอร์ดสำหรับออกแบบโฆษณา Pao silver nano
สัปดาห์ที่ 6	ออกกองถ่ายโฆษณา Mont Flevr
สัปดาห์ที่ 7	วาดภาพประกอบวิดีโอคาแรกเตอร์ทีม Tokyo
สัปดาห์ที่ 8	ทำแอนิเมชันตัวละครสำหรับวิดีโอ Yaber Projector
สัปดาห์ที่ 9	ออกกองถ่ายโฆษณา Pao silver nano
สัปดาห์ที่ 10	ออกแบบสติ๊กเกอร์
สัปดาห์ที่ 11	ทำสติ๊กเกอร์ภาพนิ่ง
สัปดาห์ที่ 12	ทำแอนิเมชันตัวละครสำหรับวิดีโอ นาฬิกา G-Shock
สัปดาห์ที่ 13	ออกกองถ่ายโฆษณา Falles
สัปดาห์ที่ 14	ออกแบบไทโปกราฟิกสำหรับสติ๊กเกอร์
สัปดาห์ที่ 15	วาดภาพประกอบทีมสัตว์เลี้ยง
สัปดาห์ที่ 16	ทำแอนิเมชันสติ๊กเกอร์

### 3.7.2 การเขียนขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานสำหรับการจัดทำรายงานสหกิจศึกษา

- 1.วิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาและเสนอโครงการ
- 2.ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสติกเกอร์
- 3.จัดทำโครงการออกแบบสติกเกอร์
- 4.จัดทำเอกสารรายงานโครงการ
- 5.ประเมินผลงานโครงการ

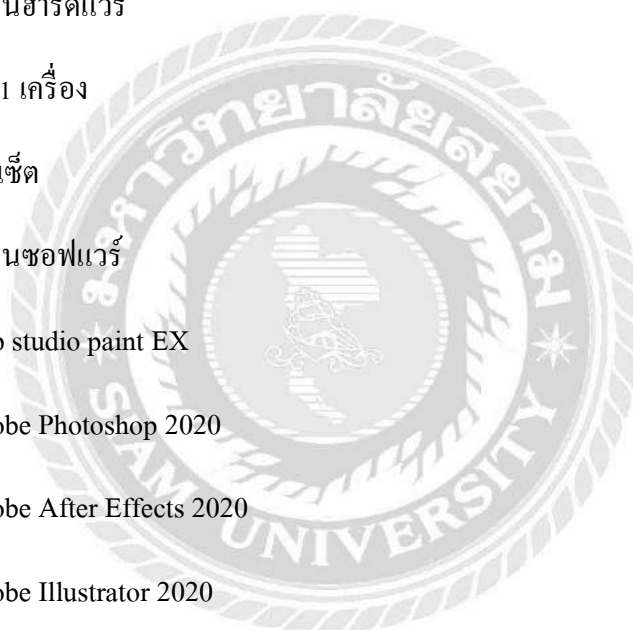
### 3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

#### 3.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

- เครื่องโน้ตบุ๊ก 1 เครื่อง
- เม้าส์ปากกา 1 เซ็ต

#### 3.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

- โปรแกรม Clip studio paint EX
- โปรแกรม Adobe Photoshop 2020
- โปรแกรม Adobe After Effects 2020
- โปรแกรม Adobe Illustrator 2020



## บทที่ 4

### ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

#### 4.1 การรับ Brief

เข้ารับbriefงานโดยการทำการประชุมงานกันภายในบริษัท เก็บสะสมข้อมูลว่าต้องการตัวละครที่ ออกแบบจากรูปลักษณ์ของCEO โดยกำหนดจำนวนสติกเกอร์ที่ต้องการสูงสุด 30 ตัว และมีการกำหนด ความหมายของสติกเกอร์ที่ต้องการสื่อเอาไว้ ประกอบด้วย

1.รับทราบครับ	16.On time
2.ยิ้มหัวเราะ	17.ห้ามเลท
3.สู่น้ำ	18.พักแปบ
4.สูต๋อไปทาเคชิ	19.ไต้ยั้ง
5.ท้อปฟอร์มจริงๆ	20.เหนื่อยแน่
6.สุดจัด	21.One night miracle
7.โดนแน่	22.เร็วหน่อยครับ
8.ขอบคุณครับ	23.หมดคำพูด
9.ขอโทษครับ	24.เอ่อ...
10.ขอร้อง	25.จะไม่ทน
11.โคตรผิดหวัง	26.ปวดกระบาล
12.เฮือก! (ตกใจกลัว)	27.เจ็บจี๊ด
13.ไม่รู้ๆ	28.หัวหน้า
14.จัดไป	29.Thank god
15.On the way	30.วุ่นวาย (กับสัตว์เลี้ยง3ตัว)

นอกจากนี้ยังมีการกำหนดสไตล์ของสติ๊กเกอร์ที่ต้องการ โดยให้รูปมาเพื่ออ้างอิงในการออกแบบ

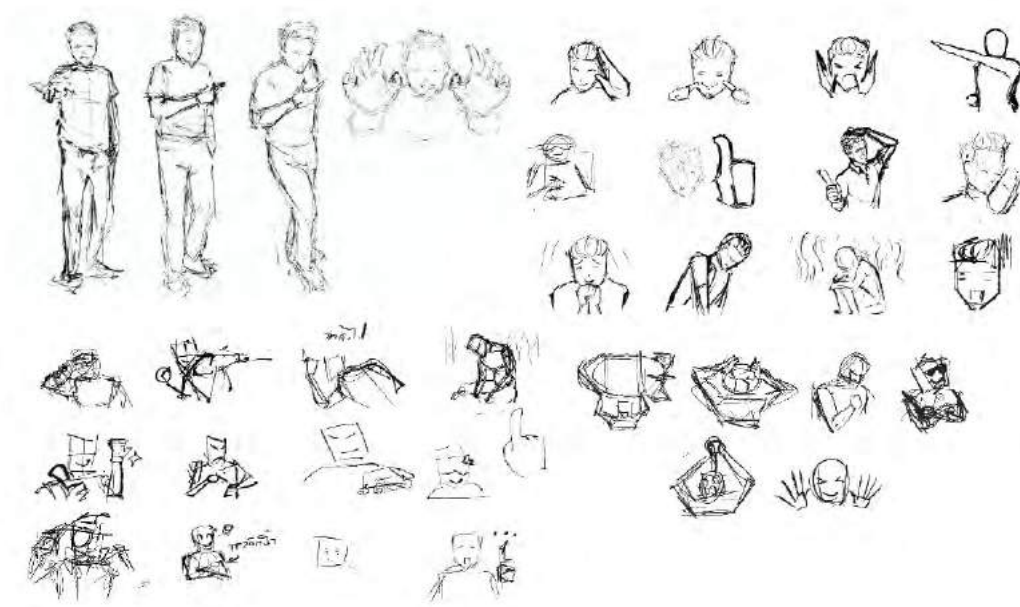


รูปภาพที่ 4.1 บริฟสไตล์ของสติ๊กเกอร์ที่ต้องการให้ออกแบบ

(ที่มา : <https://line2me.in.th/sticker/1160240>)

#### 4.2 การสังเกตภาพออกแบบ

จากที่ต้องการสติ๊กเกอร์ตัวละครที่ออกแบบจากรูปลักษณ์ของ CEO และกำหนดความหมายที่ต้องการสื่อจึงได้สังเกตภาพออกมา



รูปภาพที่ 4.2 การสังเกตภาพและการออกแบบท่าทาง

### 4.3 การผลิตผลงานจริง

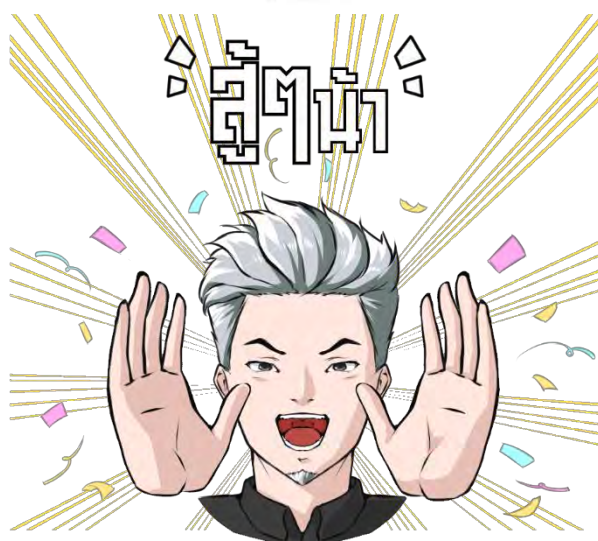
เริ่มวาดผลงานตัวจริงโดยใช้โปรแกรม Clip studio paint EX และสร้างการเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม Adobe After Effects 2020



รูปภาพที่ 4.3 รับทราบครับ



รูปภาพที่ 4.4 ยิ้มหัวเราะ



รูปภาพที่ 4.5 อู๊ๆน้ำ



รูปภาพที่ 4.6 สู้ต่อไปทาคะชิ



รูปภาพที่ 4.7 ท๊อปฟอร์มจริงๆ



รูปภาพที่ 4.8 สุดจึ้ง





รูปภาพที่ 4.9 โดนแน่



รูปภาพที่ 4.10 ขอบคุณครับ



รูปภาพที่ 4.11 ขอโทษครับ



รูปภาพที่ 4.12 ขอร้อง



รูปภาพที่ 4.13 โคตรผิดหวัง



รูปภาพที่ 4.14 เฮือก! (ตกใจกลัว)



รูปภาพที่ 4.15 ไม่รู้ๆ



รูปภาพที่ 4.16 จัดไป



รูปภาพที่ 4.17 On the wey



รูปภาพที่ 4.18 On time



รูปภาพที่ 4.19 ห้ามเลท



รูปภาพที่ 4.20 พักแปบ



รูปภาพที่ 4.21 ได้ยัง



รูปภาพที่ 4.22 หนี้อยแน่



รูปภาพที่ 4.23 One night miracle



รูปภาพที่ 4.24 เร็วหน่อยครับ



รูปภาพที่ 4.25 หมดคำพูด



รูปภาพที่ 4.26 เอ้อ...



รูปภาพที่ 4.2 จะไม่ทน



รูปภาพที่ 4.28 ปวดกระบาล



รูปภาพที่ 4.29 เจ็บจี๊ด



รูปภาพที่ 4.30 หัวหน้า



รูปภาพที่ 4.31 Thank god



รูปภาพที่ 4.32 วุ่นวาย (กับสัตว์เลี้ยง3ตัว)



## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลโครงการหรืองานวิจัย

จากที่บริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด ได้มอบโอกาสให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและร่วมทำงานกับพนักงานในองค์กร ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ประสบการณ์การทำงานร่วมกับผู้อื่น การเคารพซึ่งกันและกัน การมีวินัย และการตรงต่อเวลามากยิ่งขึ้น ได้ศึกษาความรู้ใหม่รวมถึงได้ฝึกเทคนิคการทำงานใหม่ๆจากการได้ปฏิบัติงานจริง โดยในการปฏิบัติงานต้องมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อาศัยประสบการณ์ การฝึกฝน การวางแผน การศึกษาข้อมูล การลองผิดลองถูก การปรึกษา การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้งานออกมาสมบูรณ์ในท้ายที่สุด

การปฏิบัติงานการวางแผนออกแบบและขั้นตอนการผลิต ได้มีการปฏิบัติภายใต้การกำกับดูแลของพนักงานที่ปรึกษารวมไปถึงพนักงานในองค์กร ช่วยมอบความรู้และให้คำปรึกษาในการออกแบบงานคอยชี้จุดที่ควรต้องแก้ไขปรับปรุง ทำให้ได้พัฒนาความคิดและความสามารถในการทำงาน ซึ่งเป็นประโยชน์สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานอื่นๆ ได้ต่อไป

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาทำให้นักศึกษาได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆในการทำกราฟิกรวมถึงการปฏิบัติงานในรูปแบบขององค์กรบริษัท โดยนำความรู้พื้นฐานที่ได้ศึกษามาปรับใช้กับความรู้ใหม่ๆให้เข้ากับการทำงานให้กับสถานประกอบการ

#### 5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษารั้งนี้ นักศึกษา ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆในการทำงานกราฟิกและการทำงานร่วมกับองค์กร ได้เรียนรู้ถึงความจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลและการวางแผนก่อนการทำงานเพื่อให้งานที่ออกมามีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องมีการสื่อสารกันเพื่อให้ง่ายต่อการทำงานและการแก้ไขปัญหา ร่วมกัน รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

## บรรณานุกรม

ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา (2545). *ความคิดสร้างสรรค์* (พิมพ์ครั้งที่ 2).

คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระวีวรรณ ประกอบผล. (2540). *องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร*

(พิมพ์ครั้งที่ 13). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมชิราษ.

ลักขณา สิริวัฒน์. (2549). *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). โอเดียนสโตร์.

สิงขร ภักดี. (2559). *หลักการวาดการ์ตูน*. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.


สุชา จันทร์เอม. (2547). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 13). ไทยวัฒนาพานิช.

*หลักการสร้าง Animation*. (2561). <https://animationeduc.blogspot.com/2018/10/>

*Innovative Ideas Sticker Marketing*. (2560). *ส่งแบรนด์เข้าถึงผู้บริโภคแบบถึงเนื้อถึงตัว*.

<https://www.marketingoops.com/exclusive/inspiration/innovative-ideas-sticker-marketing/animation.html>

### ภาคผนวก


 โครงการสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม  
 CO-OPERATIVE EDUCATION PROJECT

แบบบันทึกการทำงานประจำวัน

วันเดือนปี	เวลาเข้างาน	เวลาออกงาน	ภารกิจประจำวันนักศึกษาสหกิจศึกษา	ลายมือชื่อคน สหกิจฯ	ลายมือชื่อพนักงานที่เลี้ยง	หมายเหตุ
22-26 พ.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลคอมพิวเตอร์ในโรงฝึก	สุภากร		
27-31 พ.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลคอมพิวเตอร์ในโรงฝึก	สุภากร		
1-5 มิ.ย. 66	10.30 น.	17.30 น.	ช่วยดูแลและซ่อมแซม สิ่งประดิษฐ์โครงงาน IP Model car	สุภากร		
6-10 มิ.ย. 66	10.30 น.	17.30 น.	ช่วยดูแลและซ่อมแซม สิ่งประดิษฐ์โครงงาน Model car	สุภากร		
11-15 มิ.ย. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร	Amich P.	
16-20 มิ.ย. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
21-25 มิ.ย. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
26-30 มิ.ย. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
1-5 ก.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
6-10 ก.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
11-15 ก.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
16-20 ก.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
21-25 ก.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
26-30 ก.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		
31 ก.ค. 66	10.30 น.	17.30 น.	ดูแลซ่อมแซมโครงงาน Project Robot	สุภากร		

### รูปภาพขณะปฏิบัติงานและรูปภาพประกอบ





## ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 6306400010

ชื่อ-นามสกุล : นายศุภกร ศรวณีย์

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ที่อยู่ : 14/11 หมู่3 ต.ห้วยจรเข้ อ.เมืองนครปฐม จ.นครปฐม  
73000

ผลงาน : โครงการการออกแบบสติ๊กเกอร์และโมชันกราฟิก

ให้กับบริษัท มั่งคั่ง โปรดักชั่น จำกัด

