



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการออกแบบการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ บริษัทแชตสติค

จำกัด

Electronic cartoon design project to promote Chatstick Company
Limited

โดย

นาย ณัฐนนท์ มาตรเจริญ 6506400001

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 193-491 สหกิจศึกษา

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2567

หัวข้อโครงการ โครงการออกแบบการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ บริษัทแชตสติค จำกัด
Electronic cartoon design project to promote Chatstick Company Limited

รายชื่อผู้จัดทำ ณัฐนนท์ มาตรฐานเจริญ 6506400001

หลักสูตร แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์.อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาหลักสูตรแอนิเมชัน และสื่อ
สร้างสรรค์ประจำภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2567

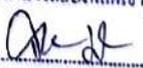
คณะกรรมการตรวจสอบโครงการ


.....อาจารย์นิเทศ
(อาจารย์อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์)


.....ผู้นิเทศ
(นางสาววรลัญช์ ทิพย์เมธาภูมิ)


.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ภัทรพล เกิดปรางค์)


.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์นะ)

สำนักงานอธิการบดี
เอกสารฉบับนี้สามารถอัปโหลดเข้าฐานข้อมูลได้
ลงชื่อ 
วันที่ 18/3/69

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2568

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์นิเทศ หลักสูตรแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์

ตามที่นาย ณัฐนนท์ มาตรฐาน นักศึกษาหลักสูตรแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการ กับการทำงาน ระหว่างวันที่ 19 พฤษภาคม 2568 ถึง 29 สิงหาคม 2568 ในตำแหน่ง Digital artist ณ บริษัท แซทสดีค จำกัดและได้รับมอบหมายจากผู้นิเทศ(อาจารย์ที่ปรึกษา)ให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง “โครงการออกแบบการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ บริษัทแซทสดีค จำกัด ”

บัดนี้การปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานได้สิ้นสุดลงแล้ว นาย ณัฐนนท์ มาตรฐาน จึงขอส่งรายงานเล่มดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอรับคำปรึกษา ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

ณัฐนนท์ มาตรฐาน

ผู้จัดทำ

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติสหกิจศึกษา ในตำแหน่ง Crative Design ณ บริษัท แซทสดีค จำกัด ตั้งแต่วันที่ 19 พฤษภาคม ถึง 29 สิงหาคม พ.ศ. 2568 ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยดี ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้ประสบการณ์ทำงานต่างๆ และความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริง ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและสามารถนำความรู้ประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคตด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก บริษัท แซทสดีค จำกัด ที่ให้โอกาสผู้จัดทำเข้ามาปฏิบัติสหกิจศึกษารูณาเสียสละเวลาอบรมสอนงาน และช่วยเหลือด้านต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ จากการสนับสนุนหลายฝ่าย ดังนี้

1. นางสาววรวิมล ทัพพ์เมธาภูมิ Crative
2. อาจารย์ อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้ จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อ บริษัท แซทสดีค จำกัด และผู้สนใจปฏิบัติสหกิจศึกษาของบริษัทเพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำความเข้าใจและพัฒนาโครงการต่อไป รวมทั้งในการค้นคว้าของผู้สนใจทั่วไปด้วยหากรายงานฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

ณัฐนนท์ มาตรเจริญ

ผู้จัดทำ

29 / สิงหาคม / 2568

ชื่อหัวข้อโครงการ :	โครงการออกแบบการตูนอิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์บริษัท แชทสตี้ค จำกัด
หน่วยกิต :	5 หน่วยกิต
ผู้จัดทำ :	นาย ณัฐนนท์ มาตรเจริญ
อาจารย์ที่ปรึกษา :	อาจารย์ อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์
ระดับการศึกษา :	ปริญญาตรี
หลักสูตร :	แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
คณะ :	เทคโนโลยีสารสนเทศ
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา :	3/2567

บทคัดย่อ

การ์ตูนมักถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ทุกคนเข้าถึงได้โดยไม่จำกัดวัยหรืออาชีพ วัยรุ่นส่วนใหญ่มีความชอบ
สิ่งที่น่าสนใจ ผู้ใหญ่ก็อาจรู้สึกผ่อนคลายจากการติดตามตัวละครที่มีเสน่ห์ การ์ตูนยังสามารถปรับโทนได้
หลากหลาย ตั้งแต่การ์ตูนแนวขำขันที่ดึงดูดผู้ชมด้วยเสียงหัวเราะ ไปจนถึงการ์ตูนที่เล่าเรื่องราวซึ่ง ๆ
ซึ่งช่วยสร้างภาพจำเชิงบวกให้กับแบรนด์ และที่สำคัญคือทำให้แบรนด์ดู “เป็นมิตร” มากกว่าการ
โฆษณาแบบแข็งตรง ๆ

โครงการฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบการตูนอิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์
ถึง บริษัทแชทสตี้ค โดยทางผู้จัดทำได้นำหลักการวาดรูปที่ได้เรียนมาใช้ในการออกแบบและ วาด
การ์ตูนสั้น 4 ช่องจำนวน 9 ตอนประกอบไปด้วยเนื้อหาที่เป็นการโปรโมทและชักชวน ให้แก่บริษัท
แชทสตี้ค จำกัด เพื่อประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: การ์ตูนสั้น / การโฆษณา

Project Title : Electronic cartoon design project to promote
Chatstick Company Limited

Credits : 5

By : Natthanon Martcharoen

Advisor : Lecturer Auttasead Predakorn

Degree : Bachelor's Degree

Major : Animation and Creative Media

Faculty : Information Technology

Semester / Academic year : 3/2024

Abstract

Cartoons are often viewed as accessible to everyone, regardless of age or profession. While most teenagers enjoy cute things, adults may find comfort in following charming characters. Cartoons can range in tone, from humorous cartoons that draw viewers in with laughter to heartfelt stories that help build a positive brand image. Crucially, they also make brands appear more "friendly" than hard-core advertising.

This project aimed to design electronic cartoons for a public relations campaign for Chatstick Co., Ltd. The creators used drawing principles learned to design and draw nine four-panel cartoons, each containing promotional and persuasive content, for Chatstick Co., Ltd.

Keywords : Cartoons / Advertise


.....
(Co-op Advisor.)

Approved by

.....

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ(Abstract)	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่1 บทนำ	
1.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ.....	1
1.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร.....	2
1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารงานขององค์กร.....	2
1.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้นับมอบหมาย.....	3
1.5 ชื่อ - สกุล และตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	3
1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติสหกิจศึกษา.....	3
1.7 ที่มาและความสำคัญของโครงการ.....	4
1.8 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	4
1.9 ขอบเขตของโครงการ.....	4
1.10 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารงานวิจัย/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature)	
2.1 ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์.....	10

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
2.2 ทฤษฎีสี.....	16
2.3 เสียงพูดของการ์ตูน.....	22
2.4 การโฆษณา.....	25
2.5 clip studio paint.....	26
2.6 adobe photoshop.....	27
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 แผนปฏิบัติงาน.....	28
3.2 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	28
สัปดาห์ที่ 1-3.....	30
สัปดาห์ที่ 4-6.....	33
สัปดาห์ที่ 7-9.....	35
สัปดาห์ที่ 10-12.....	36
สัปดาห์ที่ 13-15.....	37
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน	
4.1 ขั้นตอนการปฏิบัติการ.....	40

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ.....	41
5.2 แนวทางแก้ปัญหา.....	41
5.3 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา.....	41
บรรณานุกรม.....	43
ภาคผนวก.....	44
ภาคผนวก ก.....	45
ภาคผนวก ข.....	49
ประวัติผู้จัดทำ.....	50
แบบสรุปโครงการสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE).....	53

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 รายละเอียดการดำเนินงาน28



สารบัญรูปลูกภาพ

หน้า

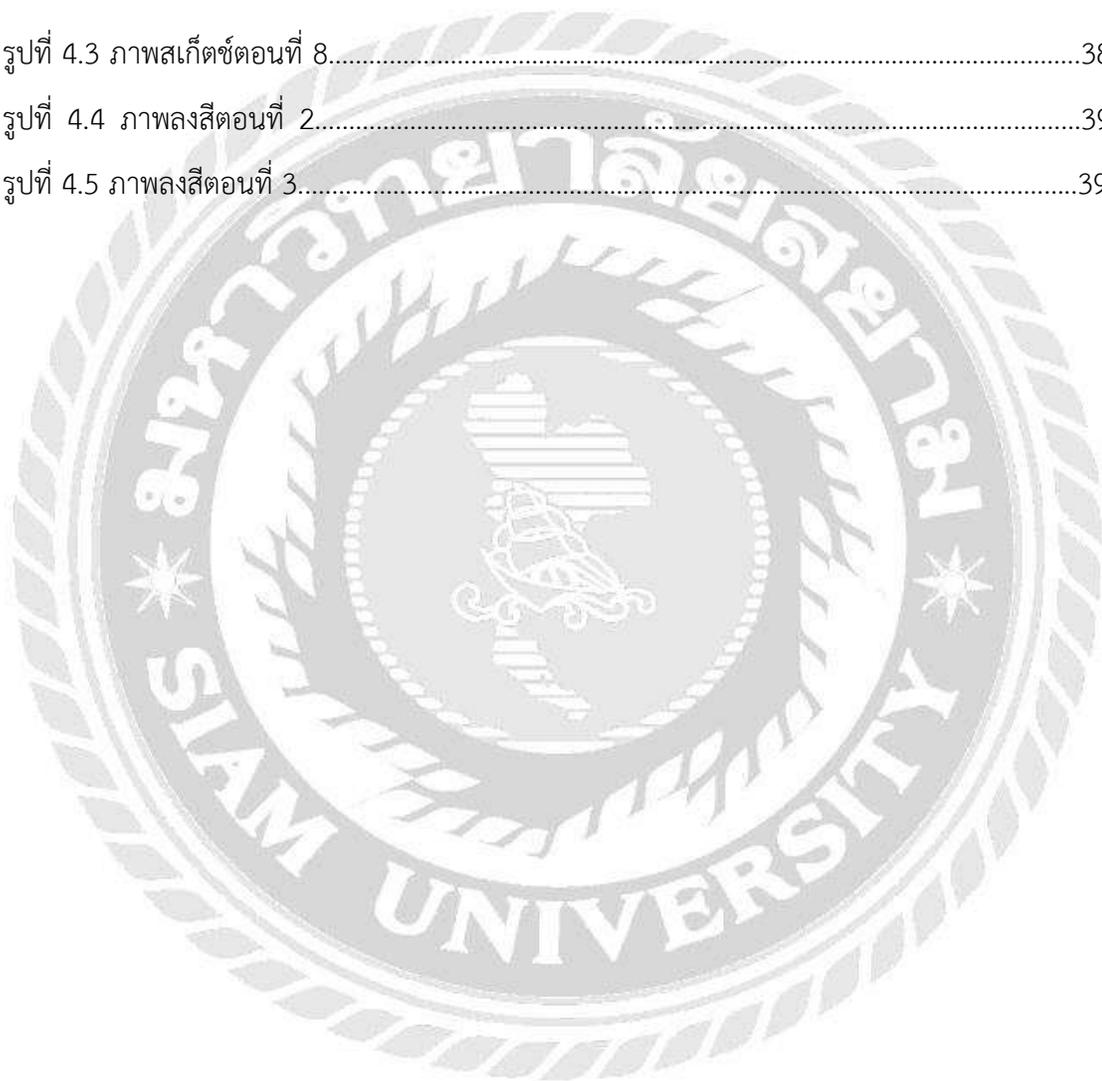
รูปที่ 1.1	ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท แชนทสติก จำกัด.....	1
รูปที่ 1.2	บริษัท แชนทสติก จำกัด.....	1
รูปที่ 1.3	พจ บริษัท แชนทสติก จำกัด.....	2
รูปที่ 1.4	รูปแบบโครงสร้างของบริษัท แชนทสติก จำกัด.....	2
รูปที่ 2.1	การจัดองค์ประกอบแบบเอกภาพ(Unity).....	6
รูปที่ 2.2	การจัดองค์ประกอบแบบความสมดุล (Balance).....	7
รูปที่ 2.3	การจัดองค์ประกอบแบบจังหวะ (Rhythm).....	8
รูปที่ 2.4	สัดส่วนตามมาตรฐานในงานออกแบบ.....	8
รูปที่ 2.5	การจัดองค์ประกอบแบบการเน้น (Emphasis).....	9
รูปที่ 2.6	เส้นตรงและเส้นโค้ง.....	9
รูปที่ 2.7	Primary , Secondary , Tertiary Color	11
รูปที่ 2.8	รูปวงล้อสีโทนเดียว.....	13
รูปที่ 2.9	รูปวงล้อสีรูปที่	14
รูปที่ 2.10	รูปวงล้อสีสามสีตรงข้ามข้างเคียง.....	15
รูปที่ 2.11	รูปวงล้อสีสามสีข้างเคียง.....	16
รูปที่ 2.12	รูปวงล้อสีสามสีตรงข้าม.....	17
รูปที่ 2.13	รูปวงล้อสีสี่สีตรงข้าม.....	17
รูปที่ 2.14	รูปตัวอย่างฟองอากาศพุดปกติ.....	19
รูปที่ 2.15	รูปตัวอย่างฟองอากาศพุดความนึกคิด.....	19
รูปที่ 2.16	รูปตัวอย่างฟองอากาศแสดงคำบรรยาย.....	20
รูปที่ 2.17	รูปตัวอย่างฟองอากาศเสียงกรีดหรือตะโกน.....	21
รูปที่ 2.18	รูปตัวอย่างฟองอากาศพุดกระซิบ.....	21
รูปที่ 2.19	รูปตัวอย่างฟองอากาศเสียงเหน้อย.....	22
รูปที่ 2.20	รูปตัวอย่างฟองอากาศพุดขยายความ.....	22

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 2.21 Clip Studio Logo.....	27
รูปที่ 2.22 Adobe Photoshop Logo.....	28
รูปที่ 3.1 ผลงานการออกแบบมาสคอตโรงเรียนกวดวิชาพัฒนาปราชญ์.....	30
รูปที่ 3.2 ผลงานการออกแบบมาสคอตUltra V.....	30
รูปที่ 3.1 ผลงานการออกแบบมาสคอตโรงเรียนกวดวิชาพัฒนาปราชญ์.....	30
รูปที่ 3.2 ผลงานการออกแบบมาสคอตUltra V.....	30
รูปที่ 3.3 ผลงานการออกแบบตัวต้นแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ Cheeky Casa.....	29
รูปที่ 3.4 ผลงานภาพโมทงาน Dicut.....	29
รูปที่ 3.5 ผลงานการออกแบบมาสคอตสายการบิน Runway market Pattaya.....	30
รูปที่ 3.6 ผลงานการออกแบบมาสคอต Lucas.....	30
รูปที่ 3.7 ผลงานการออกแบบมาสคอตมูลนิธิดวงใจใหม่.....	31
รูปที่ 3.8 ผลงานการออกแบบมาสคอตโรงเรียน Be-enginee.....	31
รูปที่ 3.9 ผลงานภาพโมทงาน Dicut.....	32
รูปที่ 3.10 ผลงานภาพโปรโมทสติ๊กเกอร์ไลน์.....	32
รูปที่ 3.11 ภาพงานลงสีสติ๊กเกอร์ SME.....	33
รูปที่ 3.12 ภาพงานลงสีมาสคอต Birdy.....	33
รูปที่ 3.13 ผลงานการออกแบบมาสคอตร้าน DANG CAR CARE.....	34
รูปที่ 3.14 ผลงานการออกแบบภาพโปรโมทหลังร้าน.....	34
รูปที่ 3.15 ผลงานการออกแบบมาสคอตเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี.....	35
รูปที่ 3.16 ผลงานการออกแบบมาสคอต ACC consulting.....	35
รูปที่ 3.17 ผลงานการออกแบบมาสคอตน้ำตาลครบุรีKbs.....	36
รูปที่ 3.18 งานลงสีสติ๊กเกอร์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี.....	36
รูปที่ 4.1ภาพสเก็ตช์ตอนที่ 1.....	37
รูปที่ 4.2 ภาพสเก็ตช์ตอนที่ 2.....	38

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 4.3 ภาพสเก็ทซ์ตอนที่ 8.....	38
รูปที่ 4.4 ภาพลงสีตอนที่ 2.....	39
รูปที่ 4.5 ภาพลงสีตอนที่ 3.....	39



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

1.1.1. ชื่อสถานประกอบการ แชนสตีก จำกัด

1.1.2. ที่ตั้งสถานประกอบการ 324/12 เวิร์ฟ-เพชรเกษม 81 ถ.มาเจริญ แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กทม. 10160 หมายเลขโทรศัพท์ 095-851-5825



CHATSTICK

รูปภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท แชนสตีก จำกัด



รูปภาพที่ 1.2 แผนที่ บริษัท แชนสตีก จำกัด

1.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ChatStick เป็น Partner ของบริษัท Apple Inc. และ Line Official Thailand ให้บริการในการออกแบบสติ๊กเกอร์ สติ๊กเกอร์แจกฟรีสำหรับองค์กรและช่วยกระตุ้นการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness) , CRM ผ่าน Sticker Characters ทั้งระบบ iOS และ Android สามารถส่งสติ๊กเกอร์ไปได้ทุกแอปพลิเคชันที่มี keyboard นอกจากนี้เรายังมีบริการดูแล Social Media จัดทำภาพและ Content ยิงโฆษณา VDO Motion ชุดมาสคอต บริการที่ปรึกษาการตลาดออนไลน์ครบวงจร รวมไปถึงบริการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อเข้าถึงตลาดลูกค้าออนไลน์ในยุคปัจจุบันได้มากที่สุด



รูปที่ 1.3 เพจ บริษัท แซทสติค จำกัด

1.3 รูปแบบการจัดการองค์กรและการบริหารงานขององค์กร



รูปที่ 1.4 รูปแบบโครงสร้างของ บริษัท แซทสติค จำกัด

1.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

การฝึกงานในตำแหน่ง Character Design มีลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายหลักได้แก่ การออกแบบมาสคอต ออกแบบสติ๊กเกอร์ ตามที่ลูกค้าต้องการโดยใช้โปรแกรม Photoshop(Ps) เป็นเครื่องมือหลัก และลงสีด้วยโปรแกรม Illustrator(Ai) ทำสติ๊กเกอร์Ai จาก จากรูปที่เจนเนอเรทมาและนำไปได้คัทและใส่ฟอนต์ ในโปรแกรม Photoshop(Ps)

1.5 ชื่อ-สกุล และตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

1.5.1 นางสาววรลัญช์ ทัพพ์เมธาภูมิ

1.5.2 ตำแหน่ง Creative

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติสหกิจศึกษา

1.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 19 พฤษภาคม - 29 สิงหาคม 2568

1.6.2 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 09.00 – 18.00 น.

1.7 ที่มาและความสำคัญ

การโฆษณาเชิงขายตรงถือเป็นหนึ่งในปัญหาสำคัญของการโปรโมทเพราะจะทำให้สารของแบรนด์ถูกส่งไปถึงผู้บริโภคโดยตรงไปตรงมา การโปรโมทในแพลตฟอร์มขายโดยไม่มีเนื้อหาอื่นมาประกอบ ส่งผลให้การสื่อสารดูแข็งทื่อและขาดเสน่ห์ เมื่อผู้บริโภคเห็นข้อความลักษณะนี้บ่อยครั้ง อาจจะทำให้หมดความน่าสนใจได้ ดังนั้น การโปรโมทด้วยการ์ตูนถือเป็นหนึ่งในวิธีที่มีความน่าสนใจและมีศักยภาพสูงมากในยุคดิจิทัล เพราะการ์ตูนเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย เข้าใจเร็ว และสร้างอารมณ์ร่วมได้ดีกว่าสื่อรูปแบบอื่น ไม่ว่าจะเป็นความสนุกสนาน ความน่ารัก หรือแม้แต่การเล่าเรื่องที่ซ่อนสาระสำคัญเอาไว้ การ์ตูนสามารถทำให้สารที่ซับซ้อนเข้าใจได้ง่ายขึ้น ที่ผู้บริโภคอยากติดตาม การนำมาใช้กับการโปรโมทจึงไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือขาย แต่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคในระยะยาว

“ความเป็นกลางทางอารมณ์” การ์ตูนมักถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ทุกคนเข้าถึงได้โดยไม่จำกัดวัยหรืออาชีพ เด็กชอบความน่ารัก ผู้ใหญ่ก็อาจรู้สึกผ่อนคลายจากการติดตามตัวละครที่มีเสน่ห์ การ์ตูนยังสามารถรับโทนได้หลากหลาย ตั้งแต่การ์ตูนแนวขำขันที่ดึงดูดผู้ชมด้วยเสียงหัวเราะ ไปจนถึงการ์ตูนที่เล่าเรื่องราวซึ่งๆ

ซึ่งช่วยสร้างภาพจำเชิงบวกให้กับแบรนด์ และที่สำคัญคือทำให้แบรนด์ดู “เป็นมิตร” มากกว่าการโฆษณาแบบแข็งๆ

1.8. วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.8.1. เพื่อออกแบบการ์ตูนสั้น 4 ช่องจำนวน 9 ตอนเป็นสื่อที่ใช้สำหรับการโปรโมทบริษัท แชนสตีก จำกัด ให้มีความน่าสนใจและมีความแตกต่างจากเดิมมากขึ้น

1.8.2. เพื่อช่วยสร้างสื่อที่มีความน่าสนใจ และช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้กับบริษัท แชนสตีก จำกัด

1.9. ขอบเขตของโครงการ

1.9.1. ออกแบบการ์ตูนสั้น 4 ช่อง จำนวน 9 ตอน เพื่อประชาสัมพันธ์ ให้บริษัท แชนสตีก จำกัด

1.10. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.10.1. บริษัทแชนสตีกเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผ่านการโปรโมทบนเพจเฟซบุ๊ก ChatStick - ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ที่ปรึกษาการตลาดออนไลน์ ทุกช่องทาง ครบวงจร

1.10.2. ออกแบบการ์ตูนสั้น 4 ช่อง จำนวน 9 ตอนที่มีเนื้อหาโปรโมทบริษัทแชนสตีกที่ช่วยให้ผู้คนสนใจในบริษัทมากขึ้น

1.10.3. นำไปใช้จริงในเพจ ChatStick - ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ที่ปรึกษาการตลาดออนไลน์ ทุกช่องทาง ครบวงจร

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการจัดทำโครงการออกแบบการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ บริษัทแซทสดีค ผู้จัดทำได้ศึกษา

ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์

2. ทฤษฎีสี

3. เสียงพูดของการ์ตูน

4. การโฆษณา

5. clip studio paint

6. adobe photoshop

2.1. ทฤษฎีองค์ประกอบศิลป์

การจัดองค์ประกอบศิลป์ หรือ Composition คือ การนำ จุด เส้น สี แสง-เงา รูปร่าง รูปทรง น้ำหนักเข้ม-อ่อน พื้นที่ว่าง และพื้นผิว มาจัดวางรวมกันอย่างสมดุลตามหลักการจัดองค์ประกอบ เพื่อนำเสนอให้งานออกแบบสามารถสื่อสารให้กับผู้ชมได้ดีที่สุด รวมทั้งเป็นการนำเสนอคุณค่าของงานให้มากขึ้น โดยหลักการการจัดองค์ประกอบเหล่านี้สามารถใช้ได้กับงานออกแบบทุกประเภท ทั้งงานออกแบบทั่วไป ภาพประกอบ การ์ตูน แอนิเมชัน โมชันกราฟิก งานภาพถ่าย และอื่นๆ (อนุรักษ์พัฒน์คนมีฉลาด). (2568).

เอกภาพ(Unity) คือ ความเป็นหนึ่งเดียวของการจัดองค์ประกอบเป็นการจัดวางเพื่อสื่อสารให้เนื้อหาประสานกันและเป็นไปในทางเดียวกัน โดยสามารถนำเสนอเอกภาพออกได้เป็น ๒ แบบ คือ



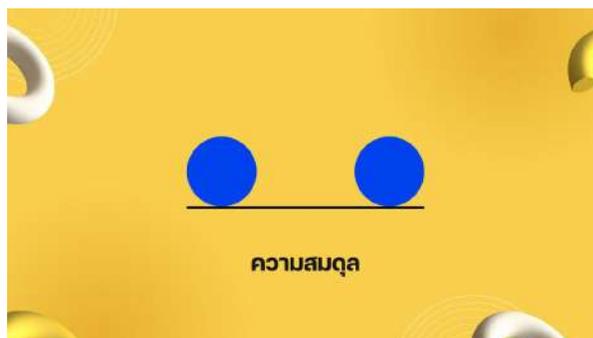
รูปที่ 2.1 การจัดองค์ประกอบแบบเอกภาพ(Unity)

ที่มา:(<https://www.jalearnmedia.com/blog/composition/>)

เอกภาพของการแสดงออก คือ การจัดองค์ประกอบต่างๆ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อนำเสนอและ สื่อสารออกมาในสิ่งที่ต้องการโดยมุ่งไปในเป้าหมายเดียวอย่างแน่วแน่ โดยการใช้องค์ประกอบให้มีความหมายที่ลือไปทางเดียวกัน

เอกภาพของรูปทรง คือ การจัดองค์ประกอบโดยนำเสนอแนวคิดออกมา ผ่านการจัดวางอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็น จุด เส้น สี แสง-เงา รูปว่าง รูปทรง น้ำหนักเข้ม-อ่อน พื้นที่ว่าง หรือพื้นผิวก็ตาม โดยสามารถจัดวางได้เป็น 2 แบบ ดังนี้ 1. การจัดวางแบบขัดแย้ง เป็นการจัดองค์ประกอบให้ขัดแย้งกันด้วยรูปว่าง ขนาด ทิศทางและที่ว่าง 2. การจัดวางแบบประสาน เป็นการจัดองค์ประกอบให้กลมกลืนแม้ว่าจะมีรูปว่าง ขนาดและทิศทางที่แตกต่างกัน นิยมใช้มากโดยการใช้สีในการประสานองค์ประกอบ หรือการทำซ้ำ

ความสมดุล (Balance) คือ น้ำหนักที่เท่ากันของงาน โดยจะไม่เอนเอียงไปทางซ้ายหรือขวา การจัดองค์ประกอบของตัวงานจะมีความเท่ากันทั้ง 2 ด้าน โดยความสมดุลสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ ดังนี้



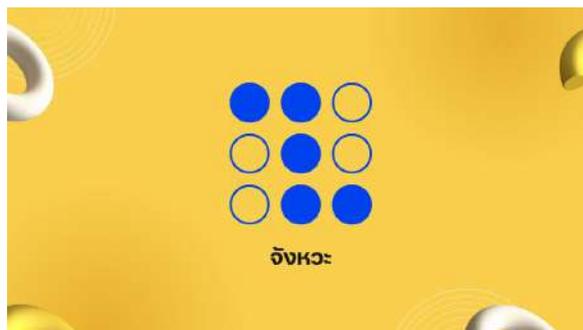
รูปที่ 2.2 การจัดองค์ประกอบแบบความสมดุล (Balance)

ที่มา:(<https://www.jalearnmedia.com/blog/composition/>)

ความสมดุลแบบสมมาตร คือ ความสมดุลที่เกิดจากน้ำหนักที่เท่ากันทั้ง 2 ด้านซ้าย-ขวาของงาน โดยทั้ง 2 ด้านจะเหมือนกัน โดยแกนของน้ำหนักจะอยู่กึ่งกลางของภาพ สามารถพบได้ง่ายตามงานสถาปัตยกรรม เช่น วัด พระราชวัง เป็นต้น ซึ่งความสมดุลแบบสมมาตรจะให้ความรู้สึกมั่นคง แต่ก็แน่นิ่ง และบางครั้งก็ดูน่าเกรงขาม

ความสมดุลแบบอสมมาตร คือ ความสมดุลที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นความสมดุลที่ทั้ง 2 ด้านไม่เท่ากัน แต่จะรู้สึกเท่ากันได้ด้วยความรู้สึก แกนของงานจะเปลี่ยนไปตามภาพนั้น ๆ โดยสามารถใช้สี ระยะห่าง และตำแหน่งมาสร้างงานแบบนี้ได้

จังหวะ (Rhythm) คือ ช่วงความห่างและความสัมพันธ์ของการจัดองค์ประกอบ ที่นำมาวางให้ต่อเนื่องกัน มีความสม่ำเสมอและไม่สม่ำเสมอ ขนาดเล็กไปใหญ่ จากสีอ่อนไปสีแก่ จากพื้นผิวเรียบไปพื้นผิวหยาบ มีรูปทรงที่เหมือนกันและไม่เหมือนกันแต่ถูกจัดวางให้ต่อเนื่องกัน เป็นการซ้ำที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวและความสวยงามสามารถใช้อองค์ประกอบได้หลาย ไม่ว่าจะเป็น สี เส้น รูปร่าง รูปทรง พื้นผิวรวมถึงระยะห่างด้วย



รูปที่ 2.3 การจัดองค์ประกอบแบบจังหวะ (Rhythm)

ที่มา:(<https://www.jallearnmedia.com/blog/composition/>)

สัดส่วนตามมาตรฐาน คือ สัดส่วนที่เมื่อแสดงออกมาแล้วเหมาะสม หรือสวยที่สุดในรูปแบบของสิ่งนั้นครับ ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ พืช อาคาร หรืออะไรก็ตาม ในงานออกแบบที่เห็นได้ทั่วไป สัดส่วนมาตรฐานนั้นได้มาจาก Golden Ratio สัดส่วนทองคำที่ทำให้ทุกสิ่งสัมพันธ์กันดีและออกมาสวยที่สุดเป็นต้น



รูปที่ 2.4 สัดส่วนตามมาตรฐานในงานออกแบบ

ที่มา:(<https://www.jallearnmedia.com/blog/composition/>)

สัดส่วนตามความรู้สึก สัดส่วนตามความรู้สึกไม่มีอะไรตายตัว แต่มักเป็นการออกแบบตามวิถี หรือเอกลักษณ์ของคนบางกลุ่มในบางจังหวะของยุคสมัย โดยจะเน้นการสื่อถึงข้อความ สารที่ต้องการส่งออก

ไป อารมณ์ ความรู้สึกที่โดดเด่นออกมา สามารถพบได้ตามศิลปะประจำถิ่นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นศิลปะของแอฟริกัน หรือศิลปะของกรีก - โรมัน

การเน้น (Emphasis) คือ การทำให้องค์ประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งโดดเด่นออกมาท่ามกลางการจัดองค์ประกอบอื่น ๆ มากมาย เพื่อเป็นจุดรวมสายตา (Focal Point) ที่ใช้สื่อสาร สารสิ่งที่ต้องการนำเสนอ โดยสามารถทำให้จุดนี้เด่นชัดขึ้นได้ด้วยขนาด สี หรือ พื้นผิว เพื่อให้เกิดเรื่องราวการนำเสนอ นั้น ๆ



รูปที่ 2.5 การจัดองค์ประกอบแบบการเน้น (Emphasis)

ที่มา: (<https://www.jallearnmedia.com/blog/composition/>)

เส้น (Line) คือ จุดที่ถูกนำมาต่อ ๆ กันเป็นจำนวนมากจนเกิดความยาวกลายเป็นเส้น ทำหน้าที่เป็นกรอบของรูปร่างต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสี่เหลี่ยม วงกลม หลายเหลี่ยมและอื่น ๆ ทั้งยังสามารถใช้เส้นในการสื่อความหมายในการใช้งานแบบต่าง ๆ ได้ด้วย ขึ้นอยู่กับความต้องการ โดยเส้นจะมี 2 แบบหลัก ๆ ดังนี้



รูปที่ 2.6 เส้นตรงและเส้นโค้ง

ที่มา: (<https://www.jallearnmedia.com/blog/composition/>)

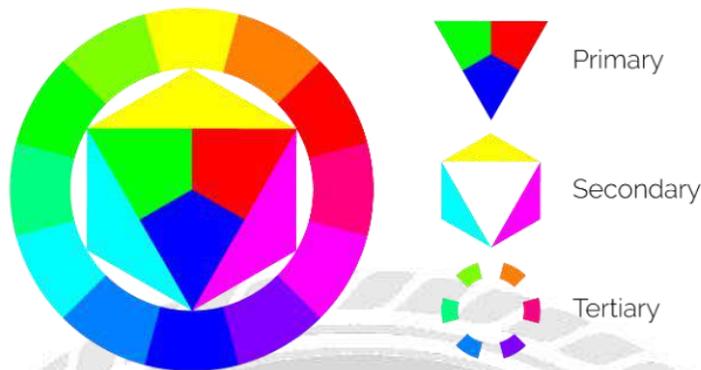
เส้นตรง ให้ความรู้สึกที่มั่นคง สามารถนำมาทำเป็นเส้นแนวตั้ง เส้นแนวตั้ง เส้นซิกแซก เส้นปะ โดยที่เส้นแต่ละแบบจะมีความหมายและจุดประสงค์ในการใช้ที่แตกต่างกันแล้วแต่การจัดองค์ประกอบของงานนั้น ๆ

เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกที่นุ่มนวลกว่าเส้นตรง สามารถทำได้ทั้งเส้นโค้งเดียว หรือทำเป็นรูปร่างอย่างเส้นโค้งกันหอย รวมถึงสามารถทำเป็นเส้นโค้งจากการเขียนด้วยมือ ก็จะทำให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันเช่นเดียวกับเส้นตรง

2.2. ทฤษฎีสี

หมายถึง ทฤษฎีของแม่สี ที่เป็นต้นกำเนิด ของการผสมสีเพื่อให้ เกิดเป็นสี เพื่อนำไปใช้สร้างงานศิลปะหรืองานออกแบบแขนงต่าง ๆ โดยสีตั้งต้น ซึ่งคือ “แม่สี” จะประกอบด้วย 3 สี คือ 1. สีแดง (Red, R) 2. สีเหลือง (Yellow, Y) 3. สีน้ำเงิน (Blue, B) การผสมแม่สีแต่ละสีให้เข้ากัน ก็จะทำให้เกิดเป็น “วงล้อสี” (Color Wheels) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้รวมสีเข้าด้วยกัน วงจรสีวงแรกถูกสร้างโดยเซอร์ ไอแซค นิวตัน ในปี 1666 “วงล้อ สี” ออกแบบมาโดยแนวคิดที่ว่าสีอันไหนที่คุณเลือกจากวงล้อสีจะดูดีเมื่ออยู่ด้วยกัน มีความหลากหลาย ของการออกแบบที่สร้างขึ้นแต่แบบที่ธรรมดาเห็นได้ทั่วไปคือวงล้อสีแบบ 12 สี พื้นฐานจากสี RYB (แดง เหลืองน้ำเงิน) “วงล้อสี” เมื่อแบ่งครึ่ง เราจะพบว่า “สี” นั้นจะแบ่งเป็น “สีโทนร้อน” และ “สีโทนเย็น”

“สีโทนร้อน” หมายถึง ชุดสีที่ประกอบด้วย สีส้มเหลือง สีส้ม สีส้มแดง สีแดง และสีม่วงแดง สี วรรณะร้อนให้ความรู้สึกตื่นตา มีพลัง อบอุ่น สนุกสนาน และดึงดูดความสนใจได้ดี “สีโทนเย็น” หมายถึง ชุดสีที่ประกอบด้วยสีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีน้ำเงิน และสี ม่วงน้ำเงิน โครงสีเย็นให้ความรู้สึกสุภาพสงบ ลึกลับ เยือกเย็น วงล้อสีจะทำให้เราเข้าใจง่ายขึ้นว่าการใช้สี Primary (สีปฐมภูมิ) , Secondary (สีทุติยภูมิ) , Tertiary Color (สีตติยภูมิ)



รูปที่ 2.7 Primary , Secondary , Tertiary Color

ที่มา: (<https://www.serenaarchetti.com/blog/introduction-to-color-theory-for-artists>)

Primary – แดง เหลือง น้ำเงินคือสีหลัก เป็นสีที่ไม่สามารถผสมด้วยสีได้หรือเรียกว่าแม่สี

Secondary – 3 สี เกิดจากการเอาสีขั้นต้นมาผสมกันได้เป็น ส้ม เขียว ม่วง

Tertiary – 6 สี เกิดจากการเอาสีขั้นแรกกับขั้นที่สองมาผสมกัน ได้เป็น ส้มเหลือง ส้มแดง เขียวเหลือง เขียวน้ำเงิน ม่วงแดง ม่วงน้ำเงิน นอกจากนี้ วงล้อสีก็มีทฤษฎีการ “จับคู่สี” อีกมากมาย เพื่อฝึกให้เราเข้าใจความเหมาะสมและความเข้า กันของสีแต่ละสี

บนโลกใบนี้มีสีเป็นล้านๆ เราต้องศึกษาก่อนว่าควรเลือกสีแบบไหน สำหรับสื่อแบบไหน เมื่อ เลือกสีได้แล้วจึงเริ่มออกแบบทำสื่อ (Narisa Buachoey). (2565)

2.2.1 การใช้สีในการออกแบบ

ในงานออกแบบไม่ว่าจะเป็นการทำ Artwork หรือการทำ CI รวมถึงการเลือกรูปและวัตถุมารใส่ในงาน สิ่งที่ต้องคำนึงเป็นลำดับต้น ๆ ก็คือเรื่องของสี นอกจากจะทำให้งานออกมาดูดี คุมโทนไปในทางเดียวกัน แสดงความโดดเด่นในสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ยังเป็นส่วนที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์องค์กรออกมาได้ด้วย นอกจากนี้ การใส่สีแต่ละสีร่วมกันยังมีหลักการพื้นฐานที่ทำให้งานออกมาโดดเด่นได้ เป็นสูตรสำเร็จที่สามารถนำไปใช้ได้กับงานอื่นๆ ได้มากมาย ทั้งงานถ่ายรูป วาดรูป งานออกแบบและการออกแบบสื่อต่างๆ

2.2.2 ลำดับชั้นของสี

ลำดับชั้นของสีจะแบ่งเป็น 3 ชั้น ตามการผสมกันเองจนเกิดสีใหม่ มีทั้งหมด 3 ชั้น ดังนี้

ชั้นที่ 1 Primary แม่สีตั้งต้นของทุกสี ได้แก่ สีแดง น้ำเงิน และเหลือง

ชั้นที่ 2 Secondary สีที่เกิดจากการนำแม่สีมาผสมกันในอัตราส่วนเท่าๆกัน จนได้สีใหม่ 3 สี ได้แก่ สีส้ม (แดง+เหลือง) สีม่วง(แดง+น้ำเงิน) สีเขียว(น้ำเงิน+เหลือง)

ชั้นที่ 3 Tertiary สีที่เกิดจากการนำสีชั้นที่ 1 และ 2 มาผสมกันในอัตราส่วนเท่าๆกัน จนเกิดสีใหม่ทั้งหมด 6 สี ได้แก่ สีส้มแดง สีม่วงแดง สีเขียวเหลือง สีเขียวน้ำเงิน สีม่วงน้ำเงิน และสีส้มเหลือง

2.2.3 ทฤษฎีการใช้วงล้อสี

การใช้ทฤษฎีสี (Color Theory) คือ การเลือกใช้สีอย่างมีหลักการ โดยการนำสีจากลำดับชั้นทั้งหมด มาเรียงเป็นวงกลมต่อกันเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงในแต่ละสีที่เรียกว่า วงล้อสี (Color Wheel) จากนั้น ค่อยดึงสีออกมาใช้ในแต่ละแบบเพื่อให้ผลลัพธ์ออกมาต่างกัน

การใช้สีเดียว (Monochromatic) เป็นการเลือกสีใดสีหนึ่งจากวงล้อสีมา โดยใช้ร่วมกันกับสีขาว-ดำ เมื่อตัวสีหลักจะมีเพียงสีเดียวเราจะควบคุมงานของเราได้ง่ายขึ้น และการนำสีขาว-ดำเข้ามาใช้ร่วมด้วย จะทำให้งานดูน่าสนใจเนื่องจากเป็นสีกลางที่เข้าได้กับทุกสี การใช้สีแบบนี้ นอกจากทำให้เราสนใจสีหลัก เพียงสีเดียว เรายังสามารถสร้างมิติให้กับสี โดยการเพิ่มความเข้ม (Shade) ความอ่อน (Tint) ความสด และความซีด (Tone) ก็จะทำให้งานไปในทางเดียวกันและมีสมดุลมากขึ้น



รูปที่ 2.8 รูปวงล้อสีโทนเดียว

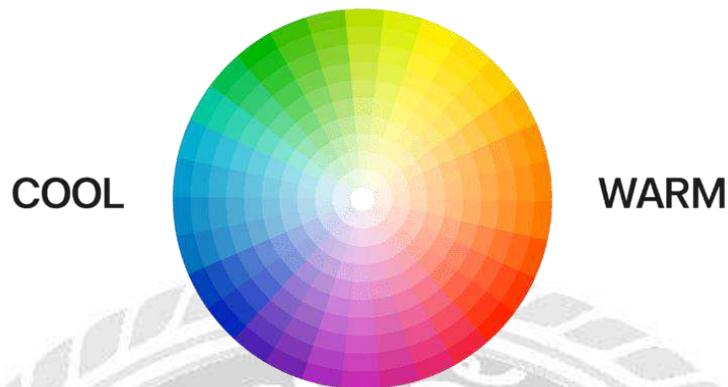
ที่มา : (<https://www.jalearnmedia.com/blog/color-theory/>)

การใช้สีวรรณะเดียว (Tone)

สีสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะร้อน และวรรณะเย็น
 สีวรรณะร้อน (Warm Tone) ได้แก่ สีเหลือง สีส้ม สีแดง และสีม่วง
 สีวรรณะเย็น (Cold Tone) ได้แก่ สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน และสีม่วง
 (สีเหลืองและสีม่วงเป็นสีที่อยู่ได้ทั้งสองวรรณะ)

การใช้สีวรรณะเดียวในงานออกแบบ จะทำให้ตัวงานมีสีไปในทางเดียวกัน เข้ากัน และมีอิทธิพลใน
 การสื่อสารที่ชัดเจน

การใช้สีต่างวรรณะ เมื่อเรารู้จักวรรณะของสีจากด้านบนแล้ว การใช้สีต่างวรรณะ คือการใช้สีโทน
 ร้อนและเย็นจากวงล้อสีในงานเดียวกัน โดยใช้ในสัดส่วนที่ไม่เท่ากัน เพื่อให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดดเด่นออกมา
 อย่างตั้งใจ อัตราส่วนมาตรฐาน คือ 80:20 (โทนเย็น 80 : โทนร้อน 20 หรือ โทนเย็น 20 : โทนร้อน 80)
 ซึ่งเราสามารถใส่สีในอัตราส่วนอื่นๆได้ เช่น 90:10 หรือ 70:30 ก็จะทำให้การนำเสนอและถ่ายทอด
 ออกมาในอารมณ์ที่ต่างกัน แต่ไม่ควรใช้ในสัดส่วนที่เท่ากัน 50:50 เพราะจะทำให้งานออกมาแบน ทุก
 อย่างดูเท่ากันไปหมดและหาจุดเด่นได้ยาก



รูปที่ 2.9. รูปวงล้อสี

ที่มา : (<https://www.jalearnmedia.com/blog/color-theory/>)

การใช้สีคู่ตรงข้าม (Complementary) การใช้สีคู่ตรงข้าม คือ การใช้สีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงล้อสี จะทำให้เกิดการตัดกันของสีอย่างรุนแรง ทำให้เกิดความขัดแย้งที่ทำให้งานโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด สีคู่ตรงข้ามในวงล้อสีมีทั้งหมด 6 คู่ ดังนี้

สีเหลือง – สีม่วง

สีแดง – สีเขียว

สีม่วง – สีส้ม

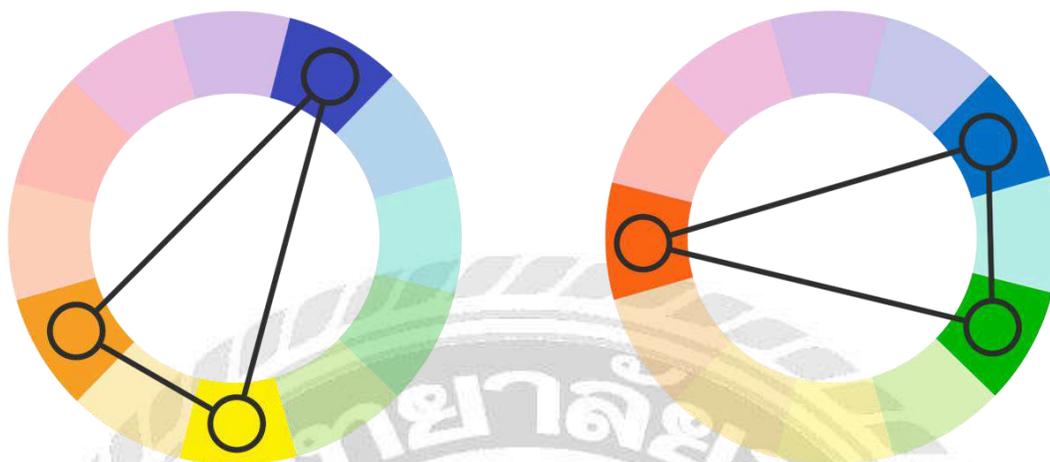
สีเขียวเหลือง – สีม่วงแดง

สีส้มเหลือง – สีม่วงน้ำเงิน

สีส้มแดง – สีเขียวน้ำเงิน

เนื่องจากเกิดการตัดสีทางอารมณ์อย่างรุนแรง การใช้สีคู่ตรงข้ามจึงควรใช้ในอัตราส่วน 80:20 เพื่อให้โดดเด่นเพียงสีเดียว และถ้าหากมีจุดที่ใกล้กันเกินไปให้ใช้สีขาว-ดำเข้ามาช่วยรวมถึงใช้สีคู่ตรงข้ามผสมกับเพื่อให้งานมีมิติและสมดุลมากยิ่งขึ้น

การใช้สามสีตรงข้ามข้างเคียง (Split Complementary) การใช้สามสีตรงข้ามข้างเคียง คือการใช้สีคู่ตรงข้าม แต่จะมีสีหนึ่งที่แตกออกมาเป็นสองสี ซึ่งเป็นสีที่อยู่ใกล้กันจากวงล้อสี รวมแล้วจาก 2 สีที่ตัดกันชัดเจน จะกลายเป็น 3 สี ที่มีสีหนึ่งโดดเด่น และอีกสองสีดรอปลงจากสีเดิม ทำให้สีของงานไม่ออกมาตัดกันจนเกินไป และยังสร้างความโดดเด่นให้กับงานได้อยู่



รูปที่ 2.10. รูปวงล้อสีสามสีตรงข้ามข้างเคียง

ที่มา : (<https://www.jlearnmedia.com/blog/color-theory/>)

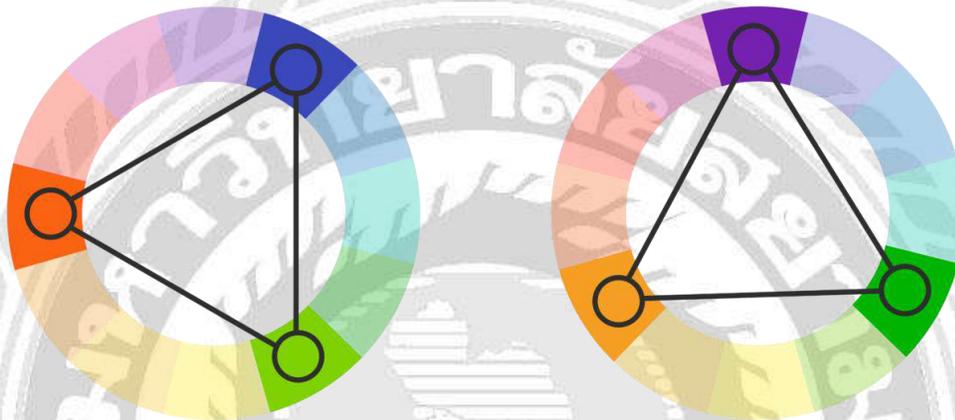
การใช้สีสามสีข้างเคียง (Analogous) การใช้สีสามสีข้างเคียง คือการใช้สี 3 สี ที่อยู่ติดกันในวงล้อสี จะทำให้ชุดสีที่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ขณะเดียวกันก็จะมีสีหนึ่งที่อยู่ในช่วงระยะที่แตกต่างกันซึ่งทำให้งานมีจุดเด่นขึ้นมาได้ การใช้สีลักษณะนี้จะค่อนข้างทำได้ง่ายกว่าสองแบบที่ผ่านมา เพราะทำให้คุมค่าสีได้ดี และงานไปได้ทางเดียวกันได้ไม่ยากนัก



รูปที่ 2.5. รูปวงล้อสีสามสีข้างเคียง

ที่มา : (<https://www.jlearnmedia.com/blog/color-theory/>)

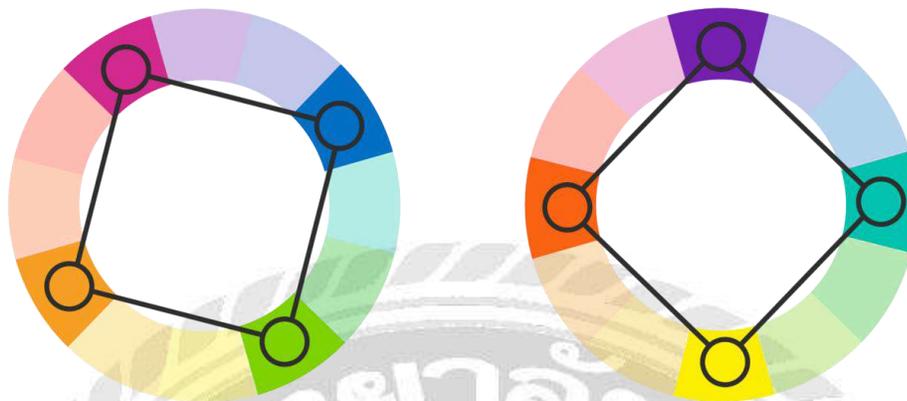
การใช้สีสามสีตรงข้าม (Triadic) การใช้สีสามสีตรงข้าม คือ การใช้สีที่อยู่ตรงข้ามกันอย่างชัดเจน จำนวน 3 สีบนวงล้อสี ตัวจุดสีที่ได้จะมีความต่างกันอย่างมาก แต่จะไม่ตัดกันจนเกินไป ไม่ว่าจะเป็นชุดสีใด ก็จะได้สีที่อยู่ได้ทั้ง 2 วรรณะมารวมด้วยเสมอ ทำให้จะมีทั้งสีวรรณะร้อน วรรณะเย็น และสีที่อยู่ได้ทั้งคู่ที่นำมาลดความขัดแย้ง ทำให้งานออกมาลื่นไหล แต่การใช้งานสีแบบนี้ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ เนื่องจากมีสีหลักมากกว่า 1 สี ทำให้การควบคุมยากกว่าเดิมมาก



รูปที่ 2.11. รูปวงล้อสีสามสีตรงข้าม

ที่มา : (<https://www.jlearnmedia.com/blog/color-theory/>)

การใช้สีสี่สีตรงข้าม (Tetradic) การใช้สีสามสีตรงข้าม คือ การใช้สีที่อยู่ตรงข้ามกันอย่างชัดเจน จำนวน 4 สีบนวงล้อสี เป็นชุดสีที่สามารถใช้ได้แต่ได้รับความนิยมน้อยเนื่องจากมีสีหลักมากเกินไป แต่ถ้าใช้ในอัตราส่วนที่พอเหมาะก็ทำให้งานออกมาโดดเด่นได้มากเลย



รูปที่ 2.12. รูปวงล้อสีสี่สีตรงข้าม

ที่มา : (<https://www.jalearnmedia.com/blog/color-theory/>)

2.2.1 จิตวิทยาของสี

สีและความรู้สึก (Psychology of color) “สี” มีอิทธิพลต่อผู้ชมในการสื่อถึงอารมณ์และความรู้สึก เป็นสิ่งที่แทนความหมายว่าอะไรบางอย่างที่เกิดขึ้นในสื่อ ความรู้สึกเกี่ยวกับสีจะมีหลากหลายความรู้สึก

สีแดง : ให้ความรู้สึกอันตราย เปรี้ยว รุนแรง มั่นคง สมบูรณ์

สีส้ม : ให้ความรู้สึกสว่าง เปรี้ยว ฉูดฉาด คึกคะนอง

สีเหลือง : ให้ความรู้สึกสดใส สดชื่น ระวัง

สีเขียว : ให้ความรู้สึกงอกงาม พักผ่อน สดชื่น

สีน้ำเงิน : ให้ความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย สง่างาม เครื่องขรีม

สีม่วง : ให้ความรู้สึก สงบ มีเสน่ห์

สีน้ำตาล : ให้ความรู้สึกเก่า หนัก สงบเยียบ

สีขาว : ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สะอาด ใหม่ สดใส

สีดำ : ให้ความรู้สึกหนัก ทดหู่ เศร้า ทึบตัน หูหระ

2.3. บอลลูกแสดงเสียงพูดในการ์ตูน

หนึ่งในส่วนที่สำคัญที่สุดของการ์ตูนคือบทสนทนาของตัวละครซึ่งเป็นหนึ่งในคุณลักษณะสำคัญของการ์ตูน และมีคุณค่าเทียบเท่ากับภาพต่างๆ บทสนทนาเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการเล่าเรื่องในการ์ตูนได้เป็นอย่างดีในฐานะส่วนหนึ่งของภาษาภาพของการ์ตูน ฟองอากาศคือการแสดงออกเล็กๆ น้อยๆ ในตัวเองที่มีความหมายในตัวเอง ฟองอากาศสามารถสื่อสารในสถานการณ์หรือบริบทต่างๆ ได้ ดังนั้น การรู้ ความหมายของฟองอากาศในการ์ตูนจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อรู้วิธีแสดงอารมณ์ในบทสนทนา ลักษณะ แหล่งที่มา ของคำพูด และเสียง เป็นต้น

2.3.1. การพูดปกติ

ฟองอากาศ “พื้นฐาน” ซึ่งมักมีรูปร่างเป็นวงรี ใช้สำหรับการพูดของตัวละครปกติ “หาง” ของฟองอากาศควรชี้ไปทางผู้พูด โดยเฉพาะไปทางปากของผู้พูดหรือบริเวณที่เปล่งเสียง



รูปที่ 2.13 รูปตัวอย่างฟองอากาศพูดปกติ

ที่มา : (<https://ilkaperea.com/2019/08/15/meaning-of-speech-bubbles-in-comics/>)

2.3.2. บอลลูกแสดงความคิด

การใช้บอลลูกแสดงความคิดสามารถแสดงให้เห็นผู้อ่านเข้าใจได้ว่าตัวละครกำลังคิดอยู่แต่บอลลูกแสดงความคิดไม่สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนว่าตัวละครคิดอะไรโดยไม่มี ข้อความมอยุใน

บอลลูนแสดงความคิดนั้น ๆ โดยแบ่งออกเป็น ความคิดที่ออกมาจากผู้คิดโดยตรง และ ข้อความที่
ดัดแปลงมาจากความคิดของผู้คิด

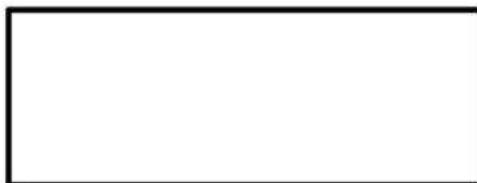


รูปที่ 2.14 รูปตัวอย่างฟองอากาศพูดความคิด

ที่มา : (<https://ilkaperea.com/2019/08/15/meaning-of-speech-bubbles-in-comics/>)

2.3.3. บอลลูนแสดงคำบรรยาย

ฟองอากาศรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ไม่มีหางเรียกว่าคำบรรยายภาพ (captions) คำบรรยายภาพเหล่านี้
แสดงสิ่งที่ผู้บรรยายพูดในลักษณะที่สนับสนุนเนื้อเรื่อง กล่าวอีกนัยหนึ่ง พื้นที่นี้ใช้บรรยายสถานการณ์ที่
กำหนดด้วยคำพูด ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับตัวละคร บางครั้งอาจใช้เป็นเสียงพากย์ คำบรรยายภาพก็ใช้
เช่นกัน



รูปที่ 2.15 รูปตัวอย่างฟองอากาศแสดงคำบรรยาย

ที่มา : (<https://ilkaperea.com/2019/08/15/meaning-of-speech-bubbles-in-comics/>)

2.3.4. บอลลูกนแสดงเสียงกรีดหรือตะโกน

ฟองอากาศหลายเหลี่ยมมักจะสื่อถึงเสียงกรีดร้องหรือข้อความที่เปล่งออกมาดังๆ แต่เสียงกรีดร้องอาจมีความหมายเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ ตัวอย่างเช่น ตัวละครกำลังกระตุ้นให้ทีมพยายามมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ฟองอากาศเดียวกันนี้สามารถใช้เพื่อดูถูกหรือแสดงออกถึงการด่าทอได้

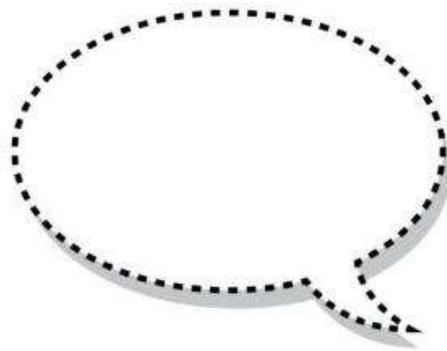


รูปที่ 2.16 รูปตัวอย่างฟองอากาศเสียงกรีดหรือตะโกน

ที่มา : (<https://ilkaperea.com/2019/08/15/meaning-of-speech-bubbles-in-comics/>)

2.3.5. บอลลูกนแสดงเสียงกระซิบ

เสียงกระซิบจะมาพร้อมกับฟองอากาศเส้นประ อย่างไรก็ตาม มันยังหมายถึงการพูดความลับหรือการพูดด้วยเสียงที่เบามาก แน่ใจว่ารูปทรงสามารถปรับเปลี่ยนได้เพื่อความยืดหยุ่นมากขึ้น

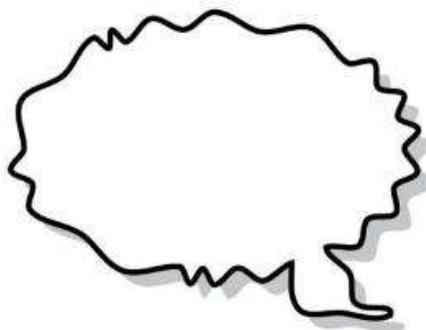


รูปที่ 2.17 รูปตัวอย่างฟองอากาศพูดกระซิบ

ที่มา : (<https://ilkaperea.com/2019/08/15/meaning-of-speech-bubbles-in-comics/>)

2.3.6. บอลลูกนแสดงเสียงเหนียว

ฟองคลื่นบ่งบอกว่าผู้พูดกำลังประสบปัญหาความอ่อนแอทางร่างกาย เช่นเดียวกัน ฟองคลื่นยังบ่งบอกว่าตัวละครกำลังอ่อนเพลีย หหมดสติ หรือกำลังจะหมดสติ ดังนั้น ฟองคลื่นจึงสะท้อนถึงความอ่อนแอของเสียงตัวละคร



รูปที่ 2.18 รูปตัวอย่างฟองอากาศเสียงเหนียว

ที่มา : (<https://ilkaperea.com/2019/08/15/meaning-of-speech-bubbles-in-comics/>)

2.3.6. บอลลูกนแสดงการพูดขยายความ

หากคำพูดหรือบทสนทนายาวเกินไปหรือจำเป็นต้องหยุดชั่วคราว ข้อความจะถูกกระจายลงในช่องคำพูดที่ขยายออกยิ่งไปกว่านั้น ฟองคำพูดที่ขยายออกไปยังมีรูปแบบที่หลากหลาย บทสนทนาสามารถสลับกันได้ แต่ใช้สะพานเชื่อมฟองคำพูดของตัวละครเดียวกัน



รูปที่ 2.19 รูปตัวอย่างฟองอากาศพูดขยายความ

ที่มา : (<https://ilkaperea.com/2019/08/15/meaning-of-speech-bubbles-in-comics/>)

2.4. การโฆษณา

2.4.1. การโฆษณาหรือadvertising คือ การนำเสนอข้อมูลต่อสาธารณชน (Public Presentation) ที่ไม่ได้ใช้บุคคลเข้าไปติดต่อโดยตรง แต่เป็นการประกาศ แจ้งข่าวสารจากผู้ขาย หรือเจ้าของธุรกิจไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าผ่านสื่อต่าง ๆ

โดยสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association หรือ AMA) ให้คำจำกัดความหมายของการโฆษณาว่า “การโฆษณาคือรูปแบบของการเสนอใด ๆ ซึ่งต้องชำระเงินและผ่านสื่อที่มีใช้ตัวบุคคล การเสนอนี้เป็นการส่งเสริมการขายสินค้าบริการ หรือเผยแพร่ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยมีผู้อุปถัมภ์ (Sponsor ที่ระบุไว้)” โดยสื่อที่ใช้ในการโฆษณามีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งในแต่ละช่องทางที่ใช้ อาจจะมีการจ่ายเงินเป็นค่าใช้สื่อแตกต่างกันไป เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรับรู้เป็นวงกว้างต่างกัน โดยหวังว่าลูกค้าจะสนใจ รับรู้ ไว้วางใจ เชื่อมั่น จนเกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ ก่อเกิดเป็นรายได้ในที่สุด

2.4.2. วัตถุประสงค์ของการโฆษณา คือ วัตถุประสงค์หลักของการโฆษณาคือ การโน้มน้าว ชักจูงใจ (Persuasive Advertising) กลุ่มเป้าหมายให้เห็นจุดเด่น ข้อดี รู้สึกประทับใจ จนเกิดการคล้อยตาม มีพฤติกรรมอันเอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ หรืออธิบายง่าย ๆ คือ สิ่งที่โฆษณาอยู่นั้น มีความจำเป็นต่อผู้บริโภค กระทั่งสนใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ แต่นอกจากวัตถุประสงค์หลักอย่างการโน้มน้าว ชักจูงใจแล้ว การโฆษณายังมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ แยกออกไปได้อีกหลายประการ เช่น

โฆษณาเพื่อให้ข่าวสาร (Informative Advertising) เพื่อหวังกระตุ้นยอดขายให้กับสินค้าหรือบริการให้เกิดการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา สร้างการรับรู้ (Creating Awareness) ให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูล เช่น ข่าวสารการลงทุน หรือขณะนี้มีสินค้าของผู้โฆษณาวางจำหน่ายในท้องตลาด

การโฆษณาเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ (Comprehensive Advertising) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ไม่ได้หวังผลเพียงให้มียอดขายซื้อเพียงอย่างเดียว แต่โฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีของสินค้าหรือธุรกิจ (Creating a Favorable Image) ด้วย เนื่องจากมีสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาดหลายยี่ห้อ ผู้

โฆษณาจึงใช้การโฆษณาเพื่อทำให้สินค้าหรือบริการของตนแปลกใหม่ โดดเด่น เป็นมิตรกับสังคม รับผิดชอบต่อสังคม ส่งเสริมวัฒนธรรม ฯลฯ

2.4.3. องค์ประกอบของการโฆษณา มีอะไรบ้าง

องค์ประกอบของการโฆษณา สามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. ผู้โฆษณา (Advertiser)

ผู้โฆษณาคือ เจ้าของสินค้าหรือบริการ ที่จะต้องประสานงานร่วมกับฝ่ายการตลาดของตน รวมถึงรับผิดชอบต่อเรื่องค่าใช้จ่ายในการลงสื่อโฆษณาทั้งหมดในแต่ละช่องทางที่เลือก และในเนื้อหาข้อมูลโฆษณาที่ส่งออกไปนั้น จะต้องมีการระบุชื่อแบรนด์ หรือชื่อบริษัทผู้ผลิตสินค้าและบริการให้ชัดเจน

2. สิ่งโฆษณา (Advertisement)

สิ่งโฆษณาคือ สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้นำเสนอข่าวสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในรูปแบบของข้อความ รูปภาพที่สามารถแสดงถึงตัวตนของสินค้าหรือบริการได้

3. สื่อโฆษณา (Advertising)

สื่อโฆษณา หรือ Advertising คือ สื่อที่ผู้ผลิต หรือเจ้าของธุรกิจ จัดทำให้เป็นไปตามหลักการเขียนโฆษณาสินค้า แล้วเลือกนำมาเผยแพร่ไปยังสาธารณชน โดยมีความสอดคล้อง และสนับสนุนแบรนด์สินค้าและบริการนั้น ๆ ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อจะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายของสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อที่ใช้จะแบ่งออกเป็น เป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่

1. สื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ (print media)

เป็นการสื่อโฆษณาโดยการใช้ตัวหนังสือเขียนโน้มน้าวเป็นตัวกลาง ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่ต้องการไปยังผู้บริโภค เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ คู่มือการใช้สินค้า แบบตัวอย่างสินค้า (catalogs) เป็นต้น

2. สื่อโฆษณาประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ (broadcasting media)

เป็นการโฆษณาที่ใช้เสียง ภาพ การเคลื่อนไหว หรือตัวอักษรในการโฆษณา ที่ผู้โฆษณาสามารถส่งข่าวสารของตนไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ในเวลาอันสั้น ตัวอย่างเช่น วิทยุ โทรทัศน์ เสียงตามสาย ต่าง ๆ เป็นต้น

3. สื่อโฆษณาออนไลน์

สื่อโฆษณาออนไลน์ เป็นสื่อที่กำลังได้รับความสนใจมากในปัจจุบัน และเข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำการตลาด เพราะสามารถเพิ่มยอดขายและกระจายสินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ใช้สื่ออย่างโทรศัพท์มือถือที่เข้าถึงโลกออนไลน์ได้ง่ายมากขึ้น โดยสื่อโฆษณาที่นำมาใช้กระตุ้นความสนใจผู้บริโภค มีทั้งแบบข้อความ ภาพนิ่งที่สื่อสารด้วยรูปภาพและตัวหนังสือ หรือแบบภาพเคลื่อนไหวที่ครบไปด้วยภาพและเสียง ในปัจจุบันช่องทางการโฆษณาในรูปแบบออนไลน์นี้ มีทั้ง Facebook Ads, Banner Ads, Native Advertising, Paid Search หรือ Remarketing ที่สามารถโปรโมทสินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและรวดเร็ว เพิ่มโอกาสการซื้อและใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. สื่อโฆษณาประเภทอื่น ๆ

สื่อโฆษณาประเภทอื่น ๆ อย่างโฆษณากลางแจ้ง (Outdoor Advertising) สื่อโฆษณาออกสถานที่ เช่น ป้ายโฆษณา (Billboard) ที่อยู่ตามบริเวณสถานที่ต่าง ๆ ป้ายโฆษณาที่ติดรถโดยสารประจำทางหรือรถแท็กซี่ (Transit ads.) ป้ายโฆษณาที่ถูกติดตั้งไว้บนอาคารสูง เป็นต้น

2.6. Clip Studio Paint

Clip Studio Paint (เดิมจำหน่ายในอเมริกาเหนือใน ชื่อ Manga Studio) หรือที่รู้จักกันอย่างไม่เป็นทางการในญี่ปุ่นในชื่อ Kurisuta (クリスタ) เป็นกลุ่มแอปพลิเคชันซอฟต์แวร์ที่พัฒนาโดย Celsys บริษัทซอฟต์แวร์กราฟิกของญี่ปุ่น ใช้สำหรับการสร้างการ์ตูน ดิจิทัล ภาพประกอบทั่วไปและแอนิเมชัน 2 มิติซอฟต์แวร์นี้มีให้ใช้งานในเวอร์ชันสำหรับ macOS , Windows , iOS , iPadOS , Android และ ChromeOS โปรแกรมนี้ถูกใช้อย่างกว้างขวางโดยผู้สร้างการ์ตูนมือสมัครเล่นและมืออาชีพ

แอปพลิเคชันนี้มีจำหน่ายในรุ่นต่างๆ พร้อมชุดคุณสมบัติที่หลากหลาย รุ่นที่มีฟีเจอร์ครบถ้วนเป็นโปรแกรมวาดภาพแบบเลเยอร์ที่แบ่งหน้ากระดาษ รองรับภาพบิตแมปและ เวกเตอร์ ข้อความโมเดล 3 มิติ ที่นำเข้า และแอนิเมชันแบบเฟรมต่อเฟรม ออกแบบมาเพื่อใช้งานร่วมกับปากกาสไตลัสและแท็บเล็ตกราฟิกหรือแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์มีเครื่องมือวาดภาพที่เลียนแบบสื่อธรรมชาติ เช่น ดินสอ ปากกาหมึก และพู่กัน รวมถึงลวดลายและการตกแต่ง แตกต่างจากโปรแกรมที่คล้ายกันด้วยฟีเจอร์ที่ออกแบบมาสำหรับการสร้างการ์ตูน ได้แก่ เครื่องมือสำหรับการสร้างเค้าโครงแผง ไม้บรรทัดเปอร์สเปคทีฟ การร่างภาพ การลงหมึก การใช้โทนสีและพื้นผิว การลงสี และการสร้างบอลูนค่าและคำบรรยายภาพ



รูปที่ 2.15. Clip Studio Logo

2.7. adobe photoshop

Photoshop เป็นโปรแกรมในตระกูล Adobe เป็นโปรแกรมสร้างและแก้ไขรูปภาพอย่างมืออาชีพ โดยเฉพาะนักออกแบบในทุกวงการยอมรับจักโปรแกรมตัวนี้ดี โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่มีเครื่องมือมากมายเพื่อสนับสนุนการสร้างงานประเภทสิ่งพิมพ์ งานวิดิทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจนงานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์

2.7.1 คุณสมบัติพื้นฐานของโปรแกรม Adobe Photoshop

โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมในตระกูล Adobe ที่ใช้สำหรับตกแต่งภาพถ่ายและภาพกราฟิก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และงานด้านมัลติมีเดีย อีกทั้งยังสามารถ retouching ตกแต่งภาพและการสร้างภาพ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมสูงมากในขณะนี้ เราสามารถใช้โปรแกรม Photoshop ในการตกแต่งภาพ การใส่ Effect ต่างๆ ให้กับภาพ และตัวหนังสือ การทำภาพขาวดำ การทำภาพถ่ายเป็นภาพเขียน การนำภาพมารวมกันการ Retouch ตกแต่งภาพต่าง สามารถเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop นี้ได้ด้วยตัวเอง สามารถที่จะทำการแก้ไขภาพ ตกแต่งภาพ ซ้อนภาพในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย และสิ่งที่ขาดไม่ได้ก็คือ การใส่ข้อความประกอบลงในภาพด้วย และเนื่องด้วย Adobe Photoshop มีการพัฒนาโปรแกรมมาอย่างต่อเนื่อง แต่ที่สำคัญ เมื่อเรียนรู้การใช้คำสั่งในเวอร์ชันเก่า ก็ยังคงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับโปรแกรมที่เป็นเวอร์ชันใหม่ได้ด้วย



รูปที่ 2.16. Adobe Photoshop Logo

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 แผนปฏิบัติงาน

ตารางแสดงระยะเวลาและการพัฒนาการของโครงการสหกิจศึกษา

ขั้นตอน การดำเนินงาน	พฤษภาคม				มิถุนายน				กรกฎาคม				สิงหาคม			
ออกแบบและลง สี	/			/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/		/
Dicut Retouch	/	/	/	/		/	/									
สต็อคเกอร์Ai					/						/	/			/	/
ภาพหลังร้าน						/	/							/		/
Project													/	/	/	/

ตารางที่ 3.1 แผนปฏิบัติงาน ตั้งแต่วันที่ 19 พฤษภาคม ถึง 29 สิงหาคม 2568

3.2 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ชื่อ- นามสกุล : นาย ฐฐนนท์ มาตรเจริญ

รหัสนักศึกษา : 6506400001

ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย : Character Design มีหน้าที่ออกแบบคาแรคเตอร์ตามที่พี่เลี้ยงให้ออกแบบตามแต่ละสัปดาห์

สัปดาห์ที่ 1-3

ได้ดำเนินการออกแบบมาสคอตเป็นทางเลือกสำหรับมาสคอตโรงเรียนกวตวิชาพัฒนราชณ์ , Ultra V และ Cheeky Casaซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยงของลูกค้า. โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์นำไปพัฒนาต่อเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์



รูปที่ 3.1 ผลงานการออกแบบมาสคอตโรงเรียนกวตวิชาพัฒนราชณ์



รูปที่ 3.2 ผลงานการออกแบบมาสคอต Ultra V



รูปที่ 3.3 ผลงานการออกแบบตัวต้นแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ Cheeky Casa

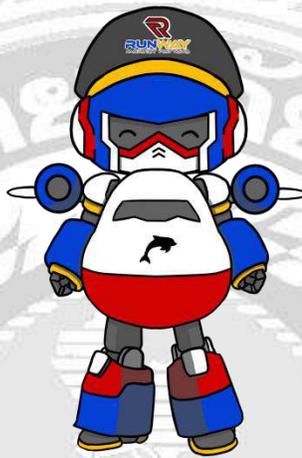
ได้ดำเนินการปฏิบัติงานได้คัทและรีทัชภาพ 160 ภาพ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมุ่งเน้นการปรับแต่งรายละเอียดของภาพให้มีความคมชัด สวยงาม และพร้อมสำหรับการนำไปใช้งานต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพผ่านเว็บไซต์ Canva



รูปที่ 3.4 ผลงานภาพโม้ทงาน Dicut

สัปดาห์ที่ 4-6

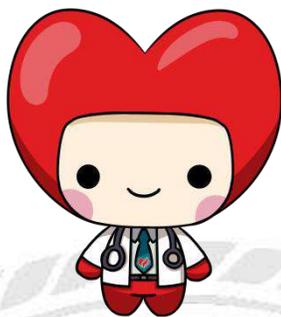
ได้ดำเนินการออกแบบมาสคอตเป็นทางเลือกสำหรับมาสคอตสายการบินRunway market Pattaya , Lucas, มุลมิตดวงใจใหม่, โรงเรียน Be-enginee โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์นำไปพัฒนาต่อเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์



รูปที่ 3.5 ผลงานการออกแบบมาสคอตสายการบิน Runway market Pattaya



รูปที่ 3.6 ผลงานการออกแบบมาสคอต Lucas



รูปที่ 3.7 ผลงานการออกแบบมาสคอตมูลนิธิดวงใจใหม่



รูปที่ 3.8 ผลงานการออกแบบมาสคอตโรงเรียน Be-engineer

ได้ดำเนินการปฏิบัติงานไดคัทและรีทัชภาพ 160ภาพ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมุ่งเน้นการปรับแต่งรายละเอียดของภาพให้มีความคมชัด สวยงาม และพร้อมสำหรับการนำไปใช้งานต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพผ่านเว็บไซต์ Canva



รูปที่ 3.9 ผลงานภาพโมทงาน Dicut

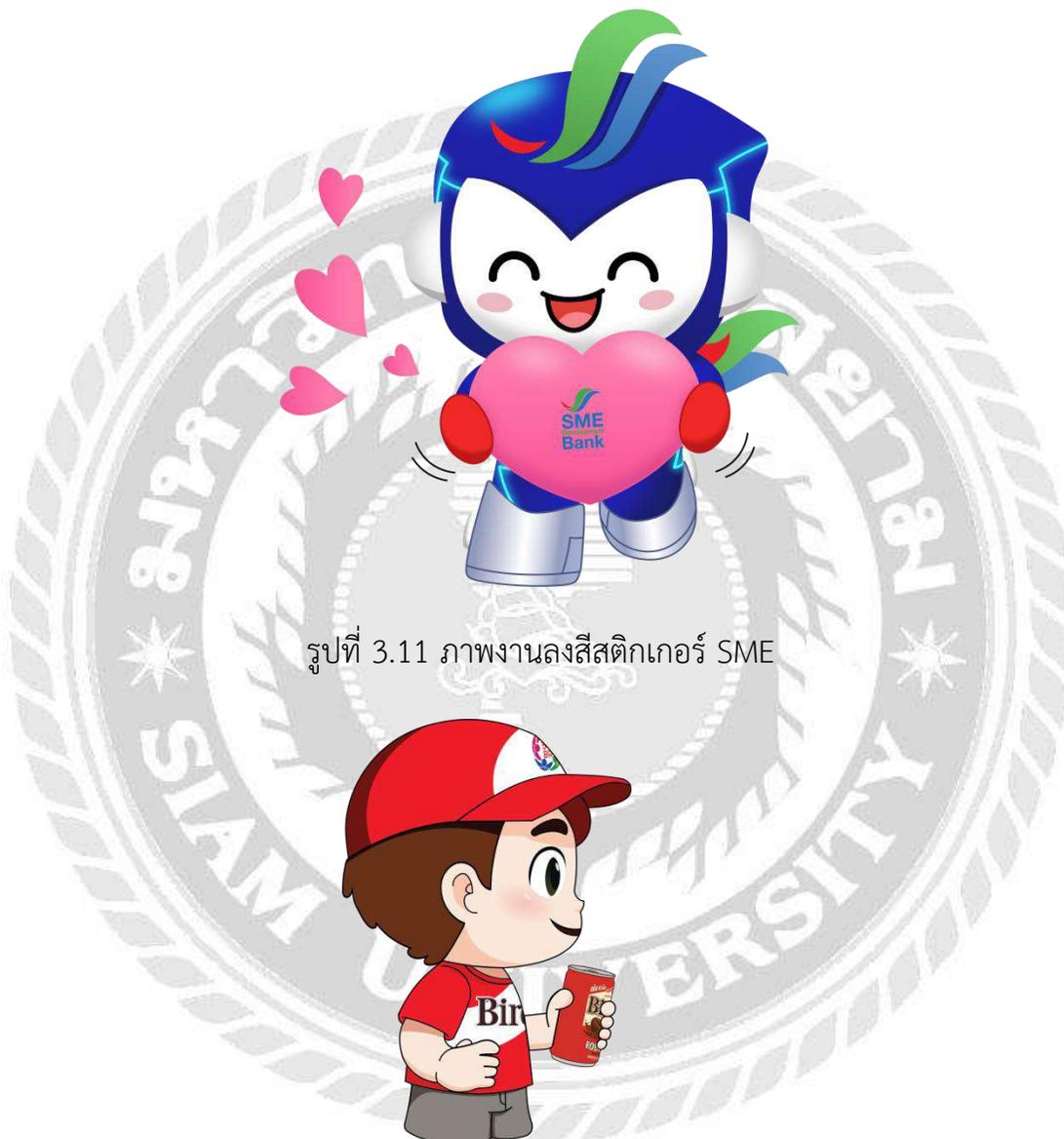
นำภาพที่ไดคัทมาแล้วนำไปรีทัชและนำไปทำเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ 24 ตัว และนำ สติ๊กเกอร์ที่ทำนำมาทำเป็นภาพโปรโมท



รูปที่ 3.10 ผลงานภาพโปรโมทสติ๊กเกอร์ไลน์

สัปดาห์ที่ 7-9

ได้ดำเนินการลงสีสติ๊กเกอร์ไลน์ บริษัทSME และบริษัท Birdy ที่ถูกนำไปใช้งานจริง



รูปที่ 3.11 ภาพงานลงสีสติ๊กเกอร์ SME

รูปที่ 3.12 ภาพงานลงสีมาสคอต Birdy

ได้ดำเนินการออกแบบมาสคอตเป็นทางเลือกสำหรับมาสคอตร้านDANG CAR CARE โดยลูกค้ามี
วัตถุประสงค์นำไปพัฒนาต่อเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์



รูปที่ 3.13 ผลงานการออกแบบมาสคอตร้าน DANG CAR CARE

ได้ดำเนินการออกแบบภาพโปรโมทหลังร้าน โดยการนำมาสคอตของบริษัท และนำภาพ สติ๊กเกอร์ อีโมจิ
นำมาจัดองค์ประกอบและออกแบบฟอนต์ตามเรฟเฟอเรนซ์



รูปที่ 3.14 ผลงานการออกแบบภาพโปรโมทหลังร้าน

สัปดาห์ที่ 10-12

ได้ดำเนินการออกแบบมาสคอตเป็นทางเลือกสำหรับมาสคอตเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี , ACC consulting, โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์นำไปพัฒนาต่อเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์



รูปที่ 3.15 ผลงานการออกแบบมาสคอตเชียงใหม่ไนท์ซาฟารี



รูปที่ 3.16 ผลงานการออกแบบมาสคอต ACC consulting

สัปดาห์ที่ 13-15

ได้ดำเนินการออกแบบมาสคอตเป็นทางเลือกสำหรับมาสคอตน้ำตาลครบุรีKbs โดยลูกค้ำมีวัตถุประสงค์นำไปพัฒนาต่อเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์



รูปที่ 3.17 ผลงานการออกแบบมาสคอตน้ำตาลครบุรีKbs

ได้ดำเนินการลงสีสติ๊กเกอร์ไลน์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ที่ถูกนำไปใช้งานจริง

รับทราบ



รูปที่ 3.18 งานลงสีสติ๊กเกอร์ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนการปฏิบัติการ

ทางผู้จัดทำได้สร้างการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ บริษัทแชทสตี้จำกัด

1. เขียนเรื่องหรือบทพูด

บทจะเกี่ยวกับการโปรโมท แชทสตี้ โดย แต่ละตอนจะเป็นการนำบริการที่ทางแชทสตี้มีฟรีเซ็น ผ่านเรื่องราวของตัวละครที่มีปัญหาและนำมาสคอตของแชทสตี้ มาแก้ปัญหา

2. ร่างตัวต้นแบบ



รูปที่ 4.1 ภาพสเก็ทซ์ตอนที่ 1

ร่างภาพให้พี่เลี้ยงตรวจเช็คก่อนทำขั้นตอนต่อไป



รูปที่ 4.2 ภาพสเก็ทซ์ตอนที่ 2



รูปที่ 4.3 ภาพสเก็ทซ์ตอนที่ 8

ลองใส่คำพูดให้พี่เลี้ยงตรวจเช็คและแก้ไข

3. ลงสี

ลงสีตัวงานทั้ง 9 ตอน และเปลี่ยนตัวละคร บางส่วนเป็นตัวละคร 3D



รูปที่ 4.4 ภาพลงสีตอนที่ 2

ลงสีและให้พี่เลี้ยงตรวจเช็คและแก้ไข



รูปที่ 4.5 ภาพลงสีตอนที่ 3

แก้ไขตัวละครที่เป็นมาสต็อคให้เป็น 3D ตามที่พี่เลี้ยงให้ปรับและแก้ไขของบับเบิ้ลพร้อมใส่โลโก้บริษัท

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินโครงการ

การดำเนินงานในขั้นตอนแรกเป็นการเขียนบทในการจัดทำการ์ตูนสั้น 9 ตอนในรูปแบบการ์ตูนล้อเลียนและ ส่งให้พี่เลี้ยงได้ตรวจเช็คและ ทางพี่เลี้ยงอยากให้เปลี่ยนรูปแบบไม่เอารูปแบบล้อเลียนทำให้มีความล่าช้าขั้นตอนต่อมา ได้ลองวาดลงสีและ ใส่มาสคอต 2d ของบริษัทภายในงานแล้วให้พี่เลี้ยงได้ตรวจเช็คและ ทางพี่เลี้ยงได้มีการให้ปรับเปลี่ยนมาสคอตของบริษัทและ ตัวละครบางตัวให้เป็น 3d ทำให้มีการต้องแก้ไขและ วาดใหม่หลายครั้งและมีการแก้ไขทั้งบทพูดของตัวละครอีกหลายครั้งแต่ก็ได้พี่เลี้ยงคอยช่วยแก้ไขจนผลงานออกมาเสร็จได้

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

คอยอัปเดตงานเป็นประจำจะได้ไม่โดนแก้ไขหลายครั้งและ ลองศึกษาการขายของบริษัทว่ามีอะไรที่เป็นจุดเด่นบ้างและบริษัทรับทำอะไรบ้าง และนำมาปรับให้เข้ากับบท ทำให้รู้ว่ก่อนจะทำงานอะไรให้ศึกษาหาข้อมูลของสิ่งที่จะทำก่อน

5.3 สรุปผลการปฏิบัติ สหกิจศึกษา

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่ผ่านมาได้ลองทำอะไรที่ไม่เคยทำ ได้รู้เบื้องหลังวิธีการทำงานจริง และได้ลองทำงานที่สามารถนำไปใช้จริง ผลงานก็ได้พี่เลี้ยงคอยช่วยให้คำแนะนำและแก้ไขจนงานสำเร็จ

บรรณานุกรม

- นายณัฐพัฒน์คนมีฉลาด. (2568). องค์ประกอบศิลป์กับการออกแบบ. e-profile. <https://e-profile.rmutl.ac.th/blog/9ed381f9-36dd-11f0-afd9-506b8da904ed>
- Buachoey, N. (2023e, September 26). PDCA : การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัล – ระเบียบบรรณป็นสาระ. <https://urlkub.co/iqGAXS>
- S, C. (2024, January 10). ความหมายของสี – แต่ละสีมีความหมายและผลเชิงจิตวิทยา - Bangplee Stationery. Bangplee Stationery. <https://bangpleestationery.com/art-of-color/>
- Inch, N. (2023, 29 มีนาคม) AIDA รุ่นของยุคนี้พร้อมวิธีใช้อย่างไรให้ลูกค้าเห็นและซื้อทวีป . การตลาดวันละตอน. <https://everydaymarketing.co/knowledge/the-aida-model/>
- Katz, E., Blumler, JG, & Gurevitch, M. (1973). การวิจัยการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ. วารสาร Public Opinion Quarterly , 37 (4), 509. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kenton, W. (2024, 28 กรกฎาคม). ทฤษฎีลำดับชั้นของผลกระทบคืออะไรและมีขั้นตอนอย่างไร? Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/h/hierarchy-of-effects-theory.asp>
- Kingcopywriting. (2021, 22 กันยายน). การโฆษณาอะไร? และมีประโยชน์อย่างไร? เครื่องดื่มอะไร? คิงเขียนคำโฆษณา<https://kingcopywriting.com/what-is-advertising/>
- พสุวานิชยพงศ์, ก. (2565, 24 มิถุนายน). สีตรงนั้น . จาเลิร์น. <https://www.jalearnmedia.com/blog/color-theory/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

Lavidge, RJ และ Steiner, GA (1961). แบบจำลองสำหรับการวัดประสิทธิภาพการโฆษณาเชิงพยากรณ์วารสารการตลาด 25 (6), 59. <https://doi.org/10.2307/1248516>

Yun Zhu, Hui Ye, Shukun Tang. (2017). Research on Communication Identification of Intangible Cultural Heritage Popular Science Publication Based on AHP and Entropy Method.<https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=78447>





ภาคผนวก ก

ภาพการนิเทศงานของอาจารย์



ภาพที่ 1 การนิเทศงาน



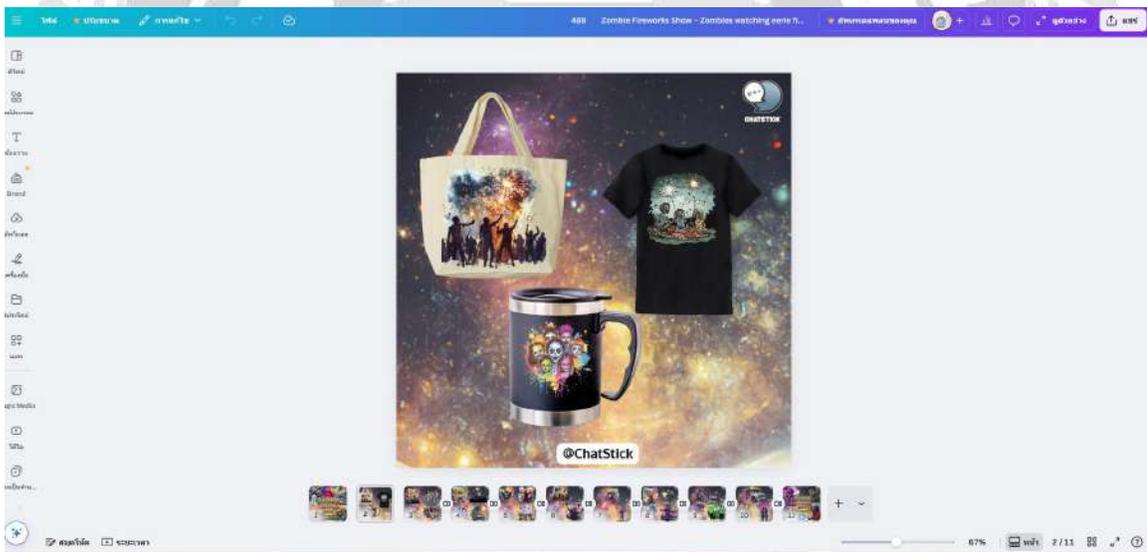


ภาควิชาศึกษาศาสตร์

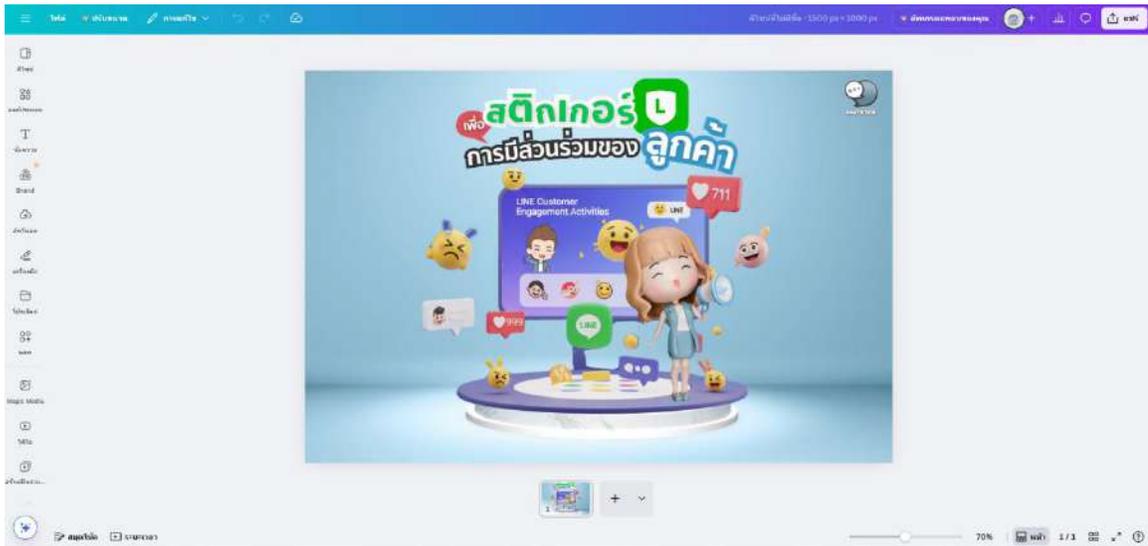
บรรยากาศการทำงาน



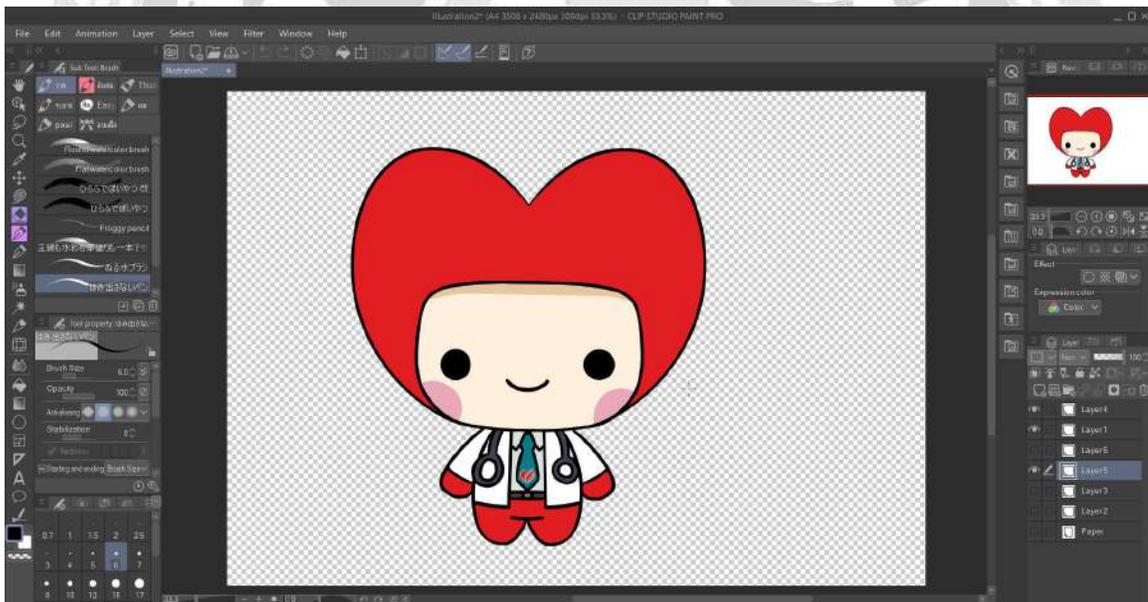
ภาพที่ 1 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 2 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 3 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 4 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 5 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 6506400001

ชื่อ - นามสกุล : นาย ณัฐนนท์ มาตรฐานเจริญ

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 455 ซอย สะแกงาม 35/2 แยก 7 แขวง แสมดำ เขต บางขุนเทียน จังหวัด
กรุงเทพมหานคร 10150

ผลงาน : โครงการออกแบบการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ บริษัท แซทสดีค จำกัด



แบบสรุปโครงการสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) มหาวิทยาลัยสยาม

ข้อมูลของนักศึกษา

1. ชื่อ – สกุล : นาย ณัฐนนท์ มาตรเจริญ
2. สาขาวิชา/คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ
3. E-mail : Natthanon mar.@siam.edu
4. ชื่อโครงการ/ผลงาน : โครงการออกแบบการ์ดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์
บริษัทแซทสตีดจำกัด
5. ชื่อสถานประกอบการ : บริษัทแซทสตีด จำกัด
6. ที่อยู่สถานประกอบการ : 324/12 เวิร์ฟ-เพชรเกษม 81 ถ.มาเจริญ แขวงหนองค้างพลู
เขตหนองแขม กทม. 1016
7. ระยะเวลาปฏิบัติงาน : 19 พฤษภาคม 2568 ถึง 29 สิงหาคม 2568
8. ผู้นิเทศงานในสถานประกอบการ (พนักงานที่เลี้ยง)
ชื่อ – สกุล : นางสาวรวลัญช์ ทัพพ์เมธาภูมิ
ตำแหน่ง : Creative

ข้อมูลโครงการ/ผลงาน

1. โครงการ/ผลงาน/งานประจำ ได้รับการจัดระบบการทำงานที่เหมาะสมจากสถานประกอบการ ทั้งลักษณะ งานและระยะเวลา มีการจัดระบบที่เลี้ยงสอนงาน (สรุปข้อมูลที่สนับสนุน สามารถมีรูปภาพประกอบได้)

โดยงานที่ได้รับมีความเหมาะสมกับเวลาในการทำงาน มีการทำงานที่หลากหลายที่ได้ทั้งประสบการณ์และความรู้ความสารถ

2. การดำเนินงานมีความถูกต้อง มีระเบียบแบบแผนและทำให้นักศึกษามีโอกาสประยุกต์ใช้วิชาความรู้/ทักษะ

ตามที่ได้เรียนมา โดยใช้ความรู้ทักษะในการศึกษากระบวนการ การวิเคราะห์ และการแก้ปัญหา หรือสร้างแนวทางใหม่

(สรุปข้อมูลที่สนับสนุน สามารถมีรูปภาพประกอบได้)

โดยที่ฝึกงานที่การลงงานที่เป็นระเบียบและมีรูปแบบงานที่หลากหลายในการทำให้ได้เรียนรู้ในการทำงานหลายรูปแบบและได้เรียนรู้เทคนิคที่หลากหลาย สามารถนำไปต่อยอดกับการทำงานอื่นได้อีกหลากหลาย

3. เป็นโครงการ/ผลงานที่นำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรมในสถานประกอบการ

หมายเหตุ: - หากเป็นงานประจำต้องสามารถนำไปพัฒนาองค์กร/หน่วยงานได้อย่างชัดเจน อาทิ ลดเวลาในการทำงาน

ประจำ/ลดต้นทุนค่าใช้จ่าย

- โครงการมีการสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้กับสถานประกอบการในระหว่างปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน หรือมีการยื่นจดคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาหรือไม่ ถ้ามีโปรดอธิบาย

(สรุปข้อมูลที่สนับสนุน สามารถมีรูปภาพประกอบได้)

ผลงานที่เป็นโครงการการตูนสั้น4ช่องเพื่อโปรโมทบริษัทแชทสต็อคและผลงานการออกการแบบหรือลงสีที่นำไปให้กับลูกค้าและที่นำไปใช้และเผยแพร่ ไม่ได้มีการยื่นจดคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการออกแบบการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ บริษัทแชตสติค

จำกัด

Electronic cartoon design project to promote Chatstick Company
Limited

โดย

นาย ณัฐนนท์ มาตรเจริญ 6506400001

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 193-491 สหกิจศึกษา

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2567



<https://drive.google.com/drive/folders/1b8zDofnM-MDmzUok-Y2lqGtTA9cwNYF?usp=sharing>

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการออกแบบการ์ตูนอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อประชาสัมพันธ์ บริษัทแชทสตีก

จำกัด

Electronic cartoon design project to promote Chatstick Company
Limited

โดย

นาย ณัฐนนท์ มาตรเจริญ 6506400001

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 193-491 สหกิจศึกษา

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2567