

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน

LINE Sticker and Promotional Media Design Project of ChatStick Company Limited for Insurance Agents

โดย

นาย พีรพล แสงอินทร์ 6706400030

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 193-491 สหกิจศึกษา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2568

หัวข้อโครงงาน โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน
LINE Sticker and Promotional Media Design Project of ChatStick Company Limited for Insurance Agents

รายชื่อผู้จัดทำ นายพีรพล แสงอินทร์

หลักสูตร วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์นิเทศ อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร

อนุมัติให้โครงงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยามภาค การศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2568

คณะกรรมการสอบโครงการ

.....อาจารย์นิเทศ

(อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร)

.....ผู้นิเทศ

(นางปนัดดา เทียนแท้)

.....กรรมการกลาง

(ดร.วิเชษฐ์ แสงดวงดี)

.....รองอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิมปะวัฒนะ)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 28 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2569

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์นิเทศ หลักสูตรแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร

ตามที่ นายพีรพล แสงอินทร์ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยี สารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการ ทำงาน ระหว่างวันที่ 18 พฤษภาคม 2569 ถึง 28 สิงหาคม 2569 ในตำแหน่ง Graphic Designer ณ บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด และได้รับมอบหมายจากผู้นิเทศ(อาจารย์ที่ปรึกษา)ให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อ "โครงการออกแบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน"

บัดนี้การปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานได้สิ้นสุดแล้ว นายพีรพล แสงอินทร์ จึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่ม เพื่อขอคำปรึกษาต่อไป

จึงมาเรียนเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

ลงชื่อ.....พีรพล แสงอินทร์.....

(นาย พีรพล แสงอินทร์)

ผู้จัดทำ

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติสหกิจศึกษา ในตำแหน่ง Graphic Design ณ บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด ตั้งแต่ วันที่ 18 พฤษภาคม ถึง 28 สิงหาคม พ.ศ. 2569 ได้สำเร็จลุลวงตามวัตถุประสงค์ด้วยดี ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้ ประสบการณ์ทำงานต่างๆ และความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริงที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและความสามารถนำความรู้ประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด ที่ให้โอกาสผู้จัดทำเข้ามาปฏิบัติสหกิจศึกษา กรุณาเสียสละเวลาอบรม สอนงาน และช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ จากการสนับสนุนหลายฝ่ายดังนี้

1. นางปนัดดา เทียนแท้ Managing of Director
2. อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อ บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด และผู้สนใจปฏิบัติสหกิจศึกษาของบริษัทเพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำความเข้าใจและพัฒนาโครงงานต่อไป รวมทั้งในการค้นคว้าของผู้สนใจทั่วไปด้วย หากรายงานนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

พีรพล แสงอินทร์

ผู้จัดทำ

28 / สิงหาคม / 2569

ชื่อโครงงาน : โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน

หน่วยกิต : 5

ผู้จัดทำ : นาย พีรพล แสงอินทร์

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ มนฤดี มิตรเจริญถาวร

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

หลักสูตร : วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2568

บทคัดย่อ

ทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด เป็นบริษัทที่ทำการออกแบบและผลิตสติกเกอร์ไลน์เป็นหลัก ซึ่งในยุคปัจจุบันทางบริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในกลุ่มอาชีพต่างๆ ที่จำเป็นต้องสื่อสารกับลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์เป็นประจำ จึงต้องการสร้างสติกเกอร์ไลน์ที่สามารถเป็นตัวแทนในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งเป็นเหตุผลที่ผู้จัดทำได้เลือกทำโครงงานสหกิจในหัวข้อ “การออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มตัวแทนอาชีพประกันสามารถนำสติกเกอร์ไลน์ชุดนี้ไปใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า เนื่องจากเป็นหนึ่งในกลุ่มอาชีพที่ต้องติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านไลน์เป็นหลัก ดังนั้นทางผู้จัดทำจึงได้สร้างคาแรคเตอร์และนำรูปแบบข้อความที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของตัวแทนประกันมาออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกในการสื่อสาร อีกทั้งยังส่งเสริมภาพลักษณ์ในการสื่อสารของตัวแทนประกันอีกด้วย

คำสำคัญ : สติกเกอร์ไลน์, ตัวแทนประกัน, สื่อประชาสัมพันธ์

Project Title : LINE Sticker and Promotional Media Design Project of ChatStick Company Limited for Insurance Agents

Credits : 5

By : Pheraphol Sangin

Advisor : Lecturer Monruedee Mitcharoenthavorn

Degree : Bachelor of Science

Major : Animation and Creative Media

Faculty : Information Technology

Semester / Academic year : 3/2025

Abstract

Chatstick Co., Ltd. Is a company that designs and produces Line stickers. Nowadays, the company recognizes the importance of various careers that regularly communicate with their customers through the LINE application. Therefore, the company aims to create LINE stickers that can serve as a communication tool for interacting with customers. For this reason, the creator selected “LINE Sticker and Promotional Media Design Project of ChatStick Company Limited for Insurance Agents” The objective of this project is to enable insurance agents to use the LINE sticker set to communicate with their customers, as insurance agents are among the careers groups that primarily communicate with customers through LINE. Therefore, the creator developed a character and messages related to the work of insurance agents into the design of the LINE sticker set that make communication more convenient while also enhancing the professional image of insurance agents when communicating with their customers.

Keywords : Line Sticker, Insurance agent, Public Relations Media

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

Approved by

.....

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน ก

กิตติกรรมประกาศ ข

บทคัดย่อ ค

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) ง

สารบัญตาราง ช

สารบัญรูปภาพ ซ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ข้อมูลของสถานประกอบการและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย 1

1.2 ที่มาและความสำคัญของโครงงาน 3

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงงาน 4

1.4 ขอบเขตของโครงงาน 4

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

บทที่ 2 การทบทวนเอกสารงานวิจัย/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature)

2.1 แนวคิดการออกแบบตัวละคร 6

2.2 ทฤษฎีสี 13

2.3 ทฤษฎีการสื่อสาร 21

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับตัวแทนประกัน 24

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ 24

2.6 แนวคิดสื่อประชาสัมพันธ์ 25

2.7 แนวคิดการออกแบบสติกเกอร์ 27

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 รายละเอียดการปฏิบัติงานตามโครงงาน 32

3.2 รายละเอียดการปฏิบัติงานตามที่รับมอบหมาย 51

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 ผลการปฏิบัติงานตามโครงงาน 60

4.2 ผลการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย 65

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงงาน 69

5.2 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา 69

5.3 ข้อเสนอแนะ 69

บรรณานุกรม 71

ภาคผนวก 74

ภาคผนวก ก ภาพการนิเทศของอาจารย์ 75

ภาคผนวก ข ภาพขณะปฏิบัติงาน 77

แบบสรุปโครงงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) มหาวิทยาลัยสยาม

สารบัญตาราง

ตาราง **หน้า**

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาและการพัฒนาของโครงงาน..... 32

สารบัญรูปภาพ

รูป **หน้า**

รูปที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด 1
รูปที่ 1.2 แผนที่ บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด 1
รูปที่ 1.3 เฟซบุ๊คเพจ บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด..... 2
รูปที่ 2.1 ตัวอย่างตัวละครที่สร้างจากวงกลม..... 7
รูปที่ 2.2 ตัวอย่างตัวละครที่สร้างจากสามเหลี่ยม 8
รูปที่ 2.3 ตัวอย่างตัวละครที่สร้างจากสี่เหลี่ยม..... 8
รูปที่ 2.4 ตัวอย่างตัวละครที่รูปร่างผอม..... 9
รูปที่ 2.5 ตัวอย่างตัวละครที่รูปร่างสมส่วน 10
รูปที่ 2.6 ตัวอย่างตัวละครที่รูปร่างอ้วน 10
รูปที่ 2.7 ตัวอย่างตัวละครที่รูปร่างเกินจริงที่ช่วงลำตัวใหญ่กว่าช่วงขา..... 11
รูปที่ 2.8 ภาพแสดงสัดส่วนการเขียนตัวละครที่ใช้อัตราส่วน 1/7 12
รูปที่ 2.9 ภาพแสดงสัดส่วนการเขียนตัวละครที่ใช้อัตราส่วน 1/4 และ 1/5..... 12
รูปที่ 2.10 ภาพแสดงสัดส่วนการเขียนตัวละครสที่ใช้อัตราส่วน ½..... 13
รูปที่ 2.11 ภาพการหักเหของแสงผ่านปริซึม..... 14
รูปที่ 2.12 ภาพลำดับชั้นของสีในวงล้อสี 15
รูปที่ 2.13 การแบ่งวรรณะในวงล้อส..... 16
รูปที่ 2.14 องค์ประกอบของสี..... 17
รูปที่ 2.15 ตัวอย่างตัวละครสีแดงที่สื่อถึง พลัง ความรุนแรง และความอันตราย 18
รูปที่ 2.16 ตัวอย่างตัวละครสีส้มที่สื่อถึง ความสนุกสนาน เป็นมิตร..... 18
รูปที่ 2.17 ตัวอย่างตัวละครสีส้มที่สื่อถึงความสดใส ความสุข..... 18
รูปที่ 2.18 ตัวอย่างตัวละครสีเขียวที่สื่อถึงความอิจฉา และความรังเกียจ 19
รูปที่ 2.19 ตัวอย่างตัวละครสีน้ำเงินที่สื่อถึง ความน่าเชื่อถือ ความสงบ 19
รูปที่ 2.20 ตัวอย่างตัวละครสีฟ้าที่สื่อถึง ความสดใส อ่อนโยน 20

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูป **หน้า**

รูปที่ 2.21 ตัวอย่างตัวละครสีม่วงที่สื่อถึง ความลึกลับ 20
รูปที่ 2.22 ตัวอย่างตัวละครสีดำที่สื่อถึงความลึกลับ ความตาย 20
รูปที่ 2.23 ตัวอย่างตัวละครสีขาวที่สื่อถึงความสะอาด เรียบง่าย 21
รูปที่ 2.24 ตัวอย่างตัวละครสีน้ำตาลที่สื่อถึงความเป็นผู้ใหญ่ ความแก่ 21
รูปที่ 2.25 ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล 23
รูปที่ 2.26 จำนวนรูป ขนาด และรูปแบบไฟล์ 27
รูปที่ 2.27 รูปสติกเกอร์ที่ปรากฏบนช่องแชท 28
รูปที่ 2.28 ภาพตัวอย่างสติเกอร์ไลน์ที่ควรออกแบบ 29
รูปที่ 3.1 ภาพการประชุมของบริษัทแจกแจงรายละเอียดหัวข้อสติกเกอร์ไลน์สำหรับกลุ่มอาชีพ. 33
รูปที่ 3.2 นำ Reference ที่ศึกษามาวิเคราะห์ก่อนจะเริ่มทำการออกแบบ 34
รูปที่ 3.3 ภาพวาดโครงร่างคาแรคเตอร์พร้อมท่าทางที่สื่อถึงการแนะนำ 35
รูปที่ 3.4 ภาพวาดโครงร่างเครื่องแต่งกายและหน้าตาและทรงผมของคาแรคเตอร์ 36
รูปที่ 3.5 ภาพตัดเส้นและปรับแต่งตัวละคร 36
รูปที่ 3.6 ภาพลงสีตัวละครอย่างสมบูรณ์โดยผ่านการคัดเลือกสีมาใช้ในการออกแบบ 37
รูปที่ 3.7 Comment จากพนักงานที่ปรึกษาก่อนไป Generate AI 38
รูปที่ 3.8 นำภาพที่วาดไป Generate เป็น 3D ด้วย Chat GPT 38
รูปที่ 3.9 นำภาพ 3D ต้นแบบไป Generate ท่าทางที่สอดคล้องกับคำพูด เช่นท่า OK 40
รูปที่ 3.10 ภาพหลังไดคัทและปรับสีของท่าทาง OK 40
รูปที่ 3.11 ใส่ฟอนต์และจัดวางองค์ประกอบคำว่า OK ให้เป็นสติกเกอร์ไลน์ 41
รูปที่ 3.12 ใส่ Effect ในสติกเกอร์ไลน์ทท่าทาง OK 41
รูปที่ 3.13 ท่าทางตัวละคร “ยินดีให้คำปรึกษา” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 42
รูปที่ 3.14 ท่าทางตัวละคร “ยินดีให้คำปรึกษา” หลังจากใส่ Effect เพื่อส่งเสริมอารมณ์ 42
รูปที่ 3.15 ท่าทางตัวละคร “ลองดูรายละเอียดก่อนนะคะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 43

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูป **หน้า**

รูปที่ 3.16 ท่าทางตัวละคร “ลองดูรายละเอียดก่อนนะคะ” Effect เพื่อส่งเสริมอารมณ์ 43
รูปที่ 3.17 ท่าทางตัวละคร “ตั้งงบไว้เท่าไหร่ดีคะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 44
รูปที่ 3.18 ท่าทางตัวละคร “ตรวจสอบให้นะคะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 44
รูปที่ 3.19 ท่าทางตัวละคร “เอกสารมีดังนี้ค่ะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 45
รูปที่ 3.20 ท่าทางตัวละคร “เอกสารยังไม่ครบค่ะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 46
รูปที่ 3.21 ท่าทางตัวละคร “เอกสารครบแล้วค่ะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 46
รูปที่ 3.22 ท่าทางตัวละคร “จัดการให้นะคะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 47
รูปที่ 3.23 ท่าทางตัวละคร “อนุมัติผ่านค่ะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์ 48
รูปที่ 3.24 ท่าทางตัวละคร “อนุมัติผ่านค่ะ” หลังจากใส่ Effect เพื่อส่งเสริมอารมณ์ของตัวละคร 48
รูปที่ 3.25 รูปทั้งหมด 40 ที่เสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว 49
รูปที่ 3.26 ภาพโปสเตอร์โปรโมท 49
รูปที่ 3.27 เขียนเนื้อร้องและสร้างเพลงใน Suno Ai 50
รูปที่ 3.28 ตัดต่อและใส่ Motion ใน After Effect 51
รูปที่ 3.29 ภาพออกแบบสติกเกอร์ไลน์เคลื่อนไหว 8 ชิ้น 52
รูปที่ 3.30 ผลงานการออกแบบมาสคอต ให้ ธุรกิจสื่อ 52
รูปที่ 3.31 Collection ผลงานออกแบบสติกเกอร์ไลน์,อิโมจิ,ธีมไลน์ 53
รูปที่ 3.32 ภาพสื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนออกแบบมาสคอต 53
รูปที่ 3.33 ภาพรวมสติกเกอร์ไลน์ 40 ภาพ 54
รูปที่ 3.34 Collection ผลงานออกแบบสติกเกอร์ไลน์,อิโมจิ,ธีมไลน์ 54
รูปที่ 3.35 Collection ผลงานออกแบบสติกเกอร์ไลน์,อิโมจิ,ธีมไลน์ 55
รูปที่ 3.36 ผลงานการออกแบบมาสคอต ให้ ร้านขายผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ 55
รูปที่ 3.37 Collection ผลงานออกแบบสติกเกอร์ไลน์,อิโมจิ,ธีมไลน์ 56
รูปที่ 3.38 คลิปรีวิวแอปพลิเคชันที่ทำโดย ChatStick 56

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูป **หน้า**

รูปที่ 3.39 ผลงานการออกแบบมาสคอต ให้ คลินิก 57
รูปที่ 3.40 ผลงานการออกแบบมาสคอต ให้ โรงเรียน 57
รูปที่ 3.41 ผลงานการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ 40 ภาพ 58
รูปที่ 3.42 คลิปรีวิวแอปพลิเคชันที่ทำโดย ChatStick 58
รูปที่ 3.43 ผลงานการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ 40 ภาพและคลิปโปรโมท 59
รูปที่ 4.1 วาดร่างตัวละครและนำมาตัดเส้นพร้อมลงสี 60
รูปที่ 4.2 ภาพ Generate AI ตัวละครที่ออกแบบมาให้กลายเป็น 3D 61
รูปที่ 4.3 ภาพตัวอย่างการดำเนินงานผ่านโปรแกรม Photoshop 61
รูปที่ 4.4 ภาพตัวอย่างการดำเนินงานผ่าน Canva 62
รูปที่ 4.5 ภาพรวมของสติกเกอร์ไลน์แอนประกันใจทั้ง 40 ภาพที่ได้รับการอนุมัติแล้ว 62
รูปที่ 4.6 ภาพนิ่งประชาสัมพันธ์ของชุดสติกเกอร์ไลน์ “แอนประกันใจ” 63
รูปที่ 4.7 ภาพตัวอย่างการดำเนินงานผ่าน After Effect 63
รูปที่ 4.8 ภาพชุดสติกเกอร์ไลน์ แอนประกันใจ ที่ได้จัดจำหน่ายบนร้านค้าสติกเกอร์ไลน์แล้ว 64
รูปที่ 4.9 ภาพสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ที่ถูกเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ 64
รูปที่ 4.10 ภาพผลงานการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่ได้จัดจำหน่ายบนร้านสติกเกอร์ไลน์ 65
รูปที่ 4.11 ภาพผลงานการออกแบบอีโมจิที่ได้จัดจำหน่ายบนร้านค้าสติกเกอร์ไลน์ 66
รูปที่ 4.12 ภาพผลงานการออกแบบธีมไลน์ที่ได้จัดจำหน่ายบนร้านค้าธีมไลน์ 67
รูปที่ 4.13 ภาพสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปโพสต์ลงเพจบน Facebook 67
รูปที่ 4.14 ภาพผลงานสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ทั้งสติกเกอร์ไลน์และแอปพลิเคชัน 68
รูปที่ 4.15 ภาพผลงานการออกแบบมาสคอตสำหรับใช้เป็นตัวเลือกตามความต้องการของลูกค้า .. 68

บทที่ 1

บทนำ

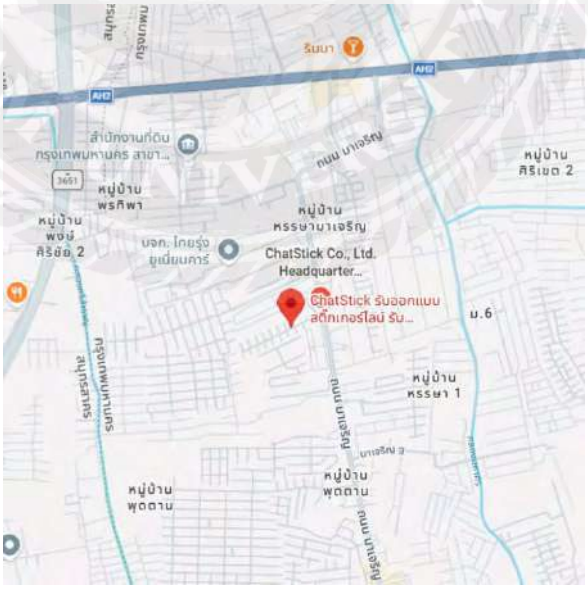
1.1 ข้อมูลของสถานประกอบการและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

1.1.1. ชื่อสถานประกอบการ บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด

1.1.2. ที่ตั้งสถานประกอบการ 324/12 เวิร์ฟ-เพชรเกษม 81 ถ.มาเจริญ แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กทม. 10160 หมายเลขโทรศัพท์ 095-8515825



รูปที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์ (Logo) บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด



รูปที่ 1.2 แผนที่ บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด

1.1.3 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ChatStick เป็น Partner ของบริษัท Apple Inc. และ Line Official Thailand ให้บริการในการออกแบบสติกเกอร์ สติกเกอร์แจกฟรีสำหรับองค์กรและช่วยกระตุ้นการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness), CRM ผ่านตัวละครสติกเกอร์ ทั้งในระบบ iOS และ Android สามารถส่งสติกเกอร์ไปได้ทุกแอพพลิเคชั่นที่มี keyboard นอกจากนี้ทางบริษัทยังมีการดูแล Social Media จัดทำภาพและ Content ยิงโฆษณา VDO Motion ชุดมาสคอต บริการที่ปรึกษาการตลาดออนไลน์ครบวงจร รวมไปถึงการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อเข้าถึงตลาดลูกค้าออนไลน์ในยุคปัจจุบันได้มากที่สุด



รูปที่ 1.3 เฟซบุ๊คเพจ บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด

1.1.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

การฝึกงานในตำแหน่ง Graphic Design และ Character Design มีลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายหลัก ได้แก่ การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ อีโมจิไลน์ ธีมไลน์ ทั้งการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่ทำการออกแบบคาแรคเตอร์เอง หรือคาแรคเตอร์ที่เคยถูกเจนเนอเรทจาก Ai ก่อนจะนำไปดัดแปลงให้สมบูรณ์อีกครั้งผ่านการไดคัทและรีทัช และยังมีหน้าที่ในการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อเสนอให้ลูกค้า โดยงานที่ได้รับมอบหมายนั้นจะทำผ่านโปรแกรม Photoshop(Ps) เป็นเครื่องมือหลักในการจัดวางคาแรคเตอร์และใส่ฟอนต์ ประกอบกับโปรแกรม Illustrator(Ai) และ Procreate และ Canva ในการปรับแต่งภาพต่างๆ

1.1.5 ชื่อ-สกุล และตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

1.1.5.1 นางปนัดดา เทียนแท้

1.1.5.2 ตำแหน่ง Managing Director

1.1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติสหกิจศึกษา

1.1.6.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 18 พฤษภาคม – 28 สิงหาคม 2569

1.1.6.2 วันเวลาในการปฏิบัติงาน วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 09.00 – 18.00 น.

1.2 ที่มาและความสำคัญของโครงงาน

การสื่อสารผ่านทางแอปพลิเคชันสนทนา (Messaging Application) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะแอพพลิเคชัน LINE ถือเป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันยอดนิยมที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก โดยในปี 2568 มีจำนวนผู้ใช้ไลน์ในประเทศไทยจำนวนมากถึง 56 ล้านคน ถือเป็นแอปพลิเคชันสนทนาที่คนไทยใช้มากที่สุด (Datareportal, 2568) นอกจากนี้ฟีเจอร์สติกเกอร์ไลน์ยังช่วยทำให้การสนทนาระหว่างบุคคลนั้นสามารถแสดงความรู้สึกของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้อีกด้วย ด้วยเหตุนี้การทำธุรกิจในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านแอปพลิเคชัน LINE และใช้สติกเกอร์ในการสื่อสารจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้สนทนาให้เข้าใจกันและทราบเจตนาของผู้ส่งสารมากยิ่งขึ้น

ในสายงานตัวแทนประกันภัย การสื่อสารกับลูกค้าเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การให้คำปรึกษา การเสนอผลิตภัณฑ์ การติดตามเอกสาร การแจ้งเตือนการชำระเบี้ยประกัน การต่ออายุกรมธรรม์ ไปจนถึงการให้บริการด้านการเคลมประกันภัย ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารเหล่านี้ส่วนใหญ่ดำเนินการผ่านแอปพลิเคชัน LINE เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้แบบเรียลไทม์ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารด้วยข้อความเพียงอย่างเดียวอาจทำให้ผู้รับสารตีความอารมณ์หรือเจตนาของผู้ส่งคลาดเคลื่อนส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารและความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ และไม่ใช่แค่การแสดงความรู้สึกเพียงเท่านั้น การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับบริบทหน้าที่ของกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน ในสติกเกอร์ไลน์จึงไม่ได้มีให้เห็นมากนัก การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่เหมาะสมกับหน้าที่อาชีพตัวแทนประกันที่ใช้งานเฉพาะด้าน สามารถช่วยลดความคลุมเครือของข้อความ และเพิ่มความชัดเจนในการสื่อสาร และทำให้การสนทนามีความเป็นมิตรและเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น (นริส พิเชษฐพันธ์, 2563)นอกจากนี้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการช่วยกระบวนการออกแบบสติกเกอร์ในรูปแบบ 3 มิติได้อย่างรวดเร็วและแปลงแนวคิดเป็นภาพ

และตัวละครได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สื่อสติกเกอร์มีความสร้างสรรค์และสื่อสารอารมณ์ความรู้สึก ของผู้ส่งสารได้อย่างชัดเจน (สิโรดม มณีแฮด และ วิสารท เดชกุล, 2568)

จากการสังเกตระหว่างการปฏิบัติสหกิจศึกษา พบว่าชุดสติกเกอร์ที่เกี่ยวข้องกับอาชีพตัวแทนประกันนั้นยังไม่สามารถตอบโจทย์บริบทหน้าที่ของตัวอาชีพตัวแทนประกันเนื่องจากขาดความเฉพาะด้านและความหลากหลายทางอารมณ์และรวมไปถึงท่าทางของตัวละครที่ซ้ำเดิมกันในชุดเดียว เนื่องจากเป็นสติกเกอร์ไลน์ที่ทำด้วย AI โดยไม่ได้ผ่านการออกแบบหรือคิดคอนเซปที่ตรงกับความหมายของข้อความมาก่อน ปัญหาดังกล่าวจึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้จัดทำออกแบบสติกเกอร์ตัวแทนอาชีพประกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของอาชีพตัวแทนประกันกับลูกค้า สร้างภาพลักษณ์ที่ทำให้เข้าถึงง่ายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งทางผู้จัดทำได้เพิ่มการทำสื่อประชาสัมพันธ์ของชุดสติกเกอร์ไลน์นี้เพื่อเพิ่มความสนใจให้กลุ่มอาชีพตัวแทนประกันมองเห็นบริบทสติกเกอร์ไลน์ในแต่ละภาพได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้จัดทำจึงแนวคิดในการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ “แอนประกันใจ” เพื่อให้กลุ่มอาชีพตัวแทนประกันได้สื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงงาน

1.3.1 เพื่อออกแบบสติกเกอร์ไลน์มาสคอต “แอนประกันใจ” เพื่อเป็นตัวแทนในการสื่อสารของกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน

1.3.2 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านสติกเกอร์ไลน์

1.4 ขอบเขตของโครงงาน

1.4.1 ออกแบบคาแรคเตอร์ “แอนประกันใจ” พร้อมใส่ข้อความจัดวางให้เป็นเป็นสติกเกอร์ไลน์จำนวน 40 ชิ้น

1.4.2 ทำวิดีโอประชาสัมพันธ์สื่อประชาสัมพันธ์แนวตั้งโฆษณาสติกเกอร์ไลน์ “แอนประกันใจ” ความยาว 1 นาที

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สามารถนำชุดสติกเกอร์ไลน์ไปใช้งานจริงและเผยแพร่ให้กลุ่มอาชีพตัวแทนประกันหรือผู้ที่สนใจใช้งานได้

1.5.2 ชุดสติกเกอร์ไลน์ที่ออกแบบมาจะสามารถช่วยสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และสื่อสารได้อย่างชัดเจน

1.5.3 สื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานการจัดทำ โครงงานสหกิจศึกษาในหัวข้อ “โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน” ในการดำเนินโครงงานมีการค้นคว้าข้อมูลอ้างอิงที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ โดยนำทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาศึกษาและประประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมโดยสามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อที่สำคัญดังนี้

2.1 แนวคิดทางด้านการออกแบบตัวละคร

2.2 ทฤษฎีสี

2.3 ทฤษฎีการสื่อสาร

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับตัวแทนประกัน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

2.6 แนวคิดสื่อประชาสัมพันธ์

2.7 แนวคิดการออกแบบสติกเกอร์

2.1 แนวคิดการออกแบบตัวละคร

การออกแบบตัวละครเป็นส่วนที่สำคัญของงานสร้างสรรค์ในสื่อหลากหลายประเภท เช่น ภาพยนตร์ แอนิเมชัน วิดีโอเกม หรือแม้แต่เป็นตัวแทนภาพจำของธุรกิจ เนื่องจากตัวละครทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการสื่อสารเรื่องราว ถ่ายทอดอารมณ์ และสร้างการจดจำให้แก่ผู้ชม (Enchev, 2020 อ้างถึงใน ปฤษฎี ศิลปสม, 2567) องค์ประกอบสำคัญของการออกแบบคาแรคเตอร์ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ การสร้างตัวละคร การแสดงออกของตัวละคร องค์ประกอบศิลป์และหลักการออกแบบ รวมถึงขั้นตอนการออกแบบตัวละคร ซึ่งทุกองค์ประกอบล้วนมีบทบาทในการพัฒนาคาแรคเตอร์ให้มีความสมบูรณ์และสามารถสื่อสารตัวตนของตัวละครได้อย่างมีประสิทธิภาพ (จรรยา เหตะโยธิน, 2564) เบอร์เกอร์แมน ได้บอกแนวทางในการออกแบบคาแรคเตอร์ที่มีประสิทธิภาพไว้หลายประการ เช่น การสร้างตัวละครให้โดดเด่น การสร้างบุคลิกภาพ การเลือกสีที่เหมาะสม การหาข้อมูล

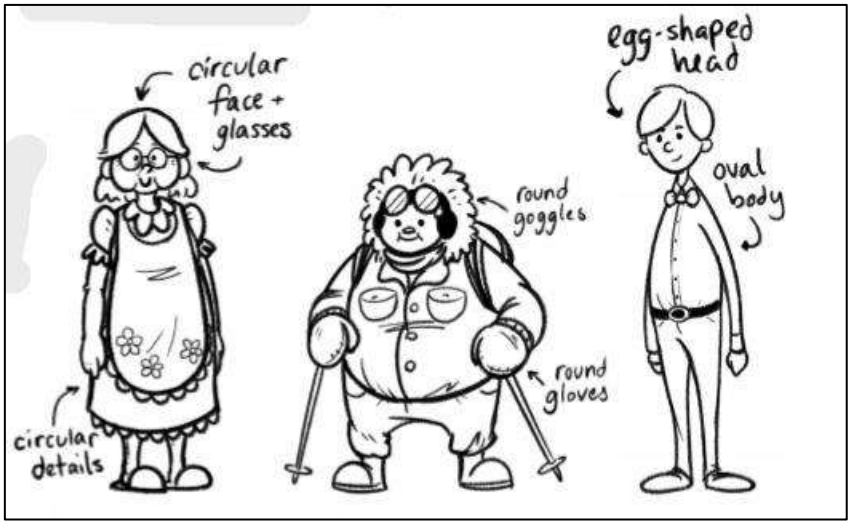
การทดลองการออกแบบ ซึ่งนอกเหนือที่กล่าวมาแล้ว พื้นฐานการออกแบบก็เป็นสิ่งสำคัญสำคัญในการออกแบบตัวละคร (Burgerman, 2009 อ้างถึงในปฤษฎี ศิลปสม, 2567)

กล่าวโดยสรุป ในการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการออกแบบคาแรคเตอร์ และสามารถแบ่งออกเป็นองค์ประกอบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้:

2.1.1 รูปร่างรูปทรง (Shape Form)

รูปร่างพื้นฐาน เช่น วงกลม สามเหลี่ยม และสี่เหลี่ยม ล้วนสื่อความหมายที่ต่างกันออกไป

1) รูปทรงกลม ให้ความรู้สึกที่เป็นมิตร ปลอดภัย เรียบง่าย บริสุทธิ์ และอาจสื่อถึงความเปราะบางได้เช่นกัน



รูปที่ 2.1 ตัวอย่างตัวละครที่สร้างจากวงกลม

ที่มา: https://dreamfarmstudios.com/blog/shape-language-in-character-design/

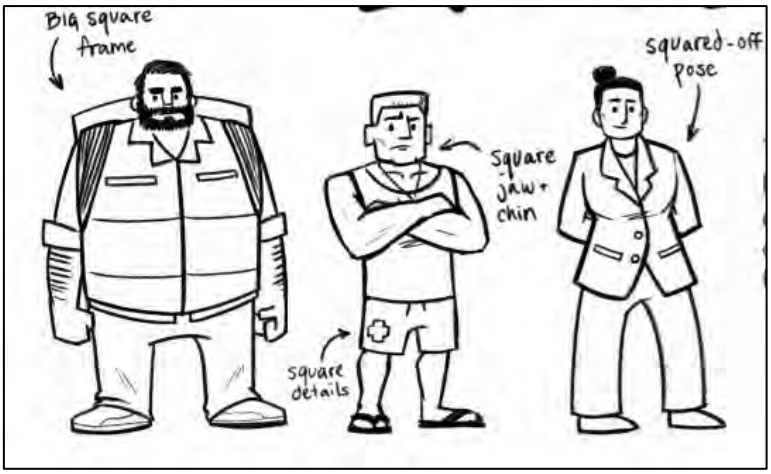
2) สามเหลี่ยม ให้ความรู้สึก ตื่นเต้น เข้มแข็ง อันตราย และ ความมั่นใจ



รูปที่ 2.2 ตัวอย่างตัวละครที่สร้างจากสามเหลี่ยม

ที่มา: https://dreamfarmstudios.com/blog/shape-language-in-character-design/

3) สี่เหลี่ยม สื่อถึงความรู้สึกที่มั่นคง หนักแน่น มั่นใจ และอาจมีความหมายถึงดื้อรั้นได้เช่นกัน



รูปที่ 2.3 ตัวอย่างตัวละครที่สร้างจากสี่เหลี่ยม

ที่มา: https://dreamfarmstudios.com/blog/shape-language-in-character-design/

2.1.2 รูปแบบร่างกาย (Body Types)

รูปแบบร่างกายสามารถแบ่งได้เป็นหลากหลายประเภท เช่น รูปร่างผอม รูปร่างสมส่วน รูปร่างอ้วน และรูปร่างเกินจริง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้:

1) รูปร่างผอม (Ectomorph) มีลักษณะลำตัวผอม แขนและขายาว ไหล่แคบ และมีกล้ามเนื้อไม่เด่นชัด



รูปที่ 2.4 ตัวอย่างตัวละครที่รูปร่างผอม

ที่มา:

https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Characters/HazbinHotelCharlieMorningstar

2) รูปร่างสมส่วน (Mesomorph) มีโครงสร้างร่างกายสมดุล ไหล่กว้าง กล้ามเนื้อชัดเจน และมีรูปร่างแข็งแรง สื่อถึงความมั่นใจ ความแข็งแกร่ง



รูปที่ 2.5 ตัวอย่างตัวละครที่รูปร่างสมส่วน

ที่มา: https://warnerbroscartoons.fandom.com/wiki/Fred_Jones

3) รูปร่างอ้วน (Endomorph) มีลักษณะลำตัวกว้าง รูปร่างกลม และมีไขมันสะสมมากกว่าประเภทอื่น โดยให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นมิตร น่าเข้าหา หรือมีอารมณ์ขัน



รูปที่ 2.6 ตัวอย่างตัวละครที่รูปร่างอ้วน

ที่มา: https://popeye.fandom.com/wiki/J._Wellington_Wimpy

4) รูปร่างเกินจริง (Exaggeration) รูปร่างที่มีขนาดใหญ่กว่าปกติ หรือมีบางส่วนในร่างกายที่ถูกทำให้ใหญ่เกินจริง

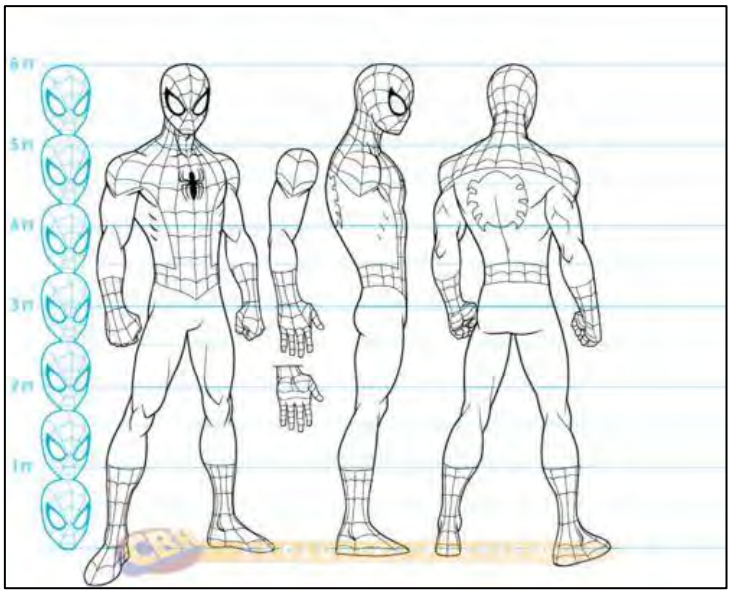


รูปที่ 2.7 ตัวอย่างตัวละครที่รูปร่างเกินจริงที่ช่วงลำตัวใหญ่กว่าช่วงขา

ที่มา: https://johnnybravo.fandom.com/wiki/Johnny_Bravo_(character)

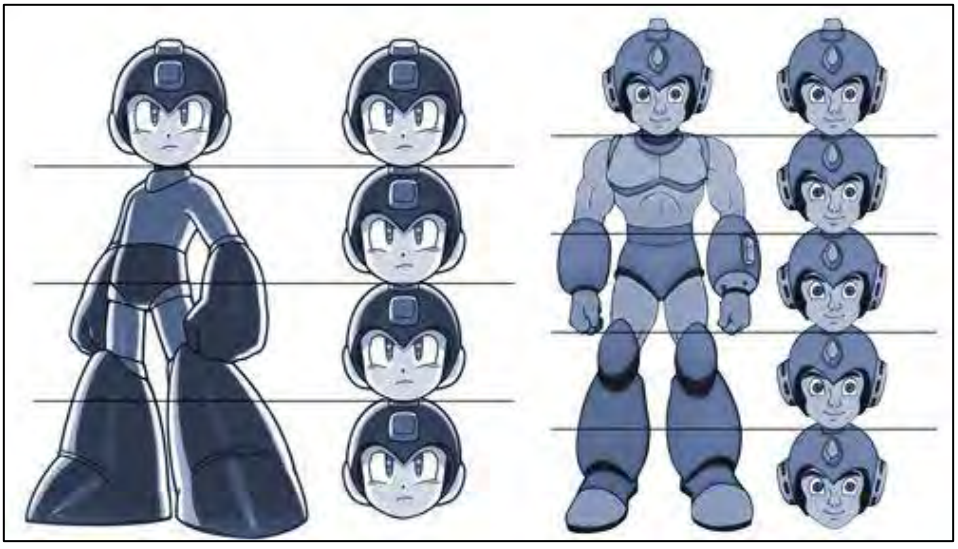
2.1.3 สัดส่วนตัวละคร (Proportion)

การกำหนดสัดส่วนของตัวละคร โดยอิงจากการสเก็ตช์คนทั่วไปส่วนหัวต่อส่วนหัวมักจะใช้ 1/8 ส่วนในงานเขียนภาพออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นจะใช้ 1/9 และงานประเภทการ์ตูนจะนิยมในสัดส่วนที่น้อยกว่า 1/8 (ธนพล จุลกะเศียน, 2566) ทิพย์สุคนธ์ เพชรโอภาส กล่าวว่า ตัวละครที่มีสัดส่วนผิดเพี้ยนไปจากจริงมากเท่าไร ก็ยิ่งมีความเป็นการ์ตูนมากขึ้นเท่านั้น (ทิพยสุคนธ เพชรโอภาส, 2559)



รูปที่ 2.8 ภาพแสดงสัดส่วนการเขียนตัวละครที่ใช้อัตราส่วน 1/7

ที่มา: https://www.pinterest.com/pin/117515871503208048/



รูปที่ 2.9 ภาพแสดงสัดส่วนการเขียนตัวละครที่ใช้อัตราส่วน 1/4 และ 1/5

ที่มา: https://www.pinterest.com/pin/296604325432097099/

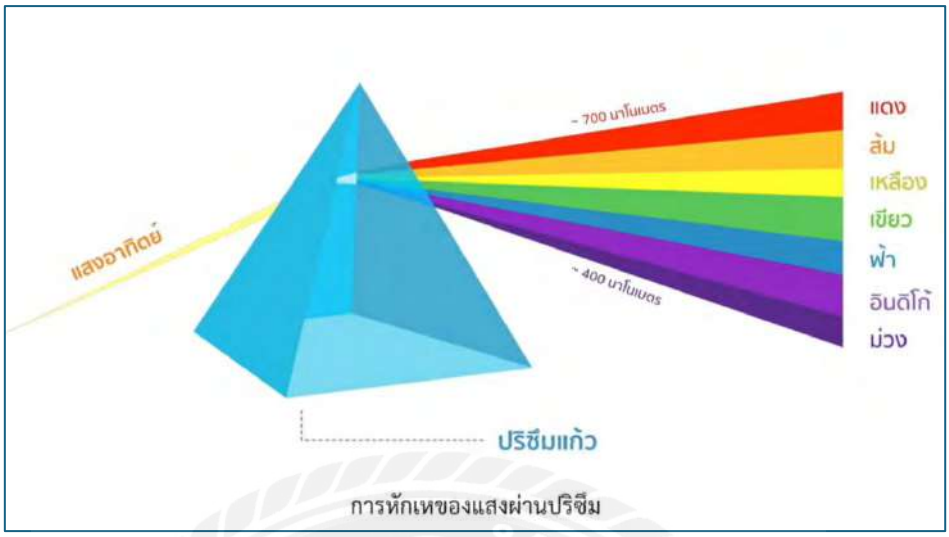


รูปที่ 2.10 ภาพแสดงสัดส่วนการเขียนตัวละครที่ใช้อัตราส่วน 1/2

ที่มา: https://skyryedesign.com/art/drawing/easy-anime-drawings/?utm_source=Pinterest&utm_medium=organic

2.2 ทฤษฎีสี

คือ หลักการที่อธิบายความสัมพันธ์ของสี ทั้งในด้านการกำเนิดสี การผสมสี การจัดกลุ่มสี และการใช้สีร่วมกันเพื่อให้เกิดความสวยงาม และสื่อสารอารมณ์หรือความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทฤษฎีสีเป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะ การออกแบบกราฟิก การออกแบบตัวละคร แอนิเมชัน สถาปัตยกรรม และสื่อดิจิทัล โดยจะมีสีตั้งต้น ซึ่งคือ “แม่สี” จะประกอบด้วย 3 สี คือ 1. สีแดง (Red, R) 2. สีเหลือง (Yellow, Y) 3. สีน้ำเงิน (Blue, B) การผสมแม่สีแต่ละสีให้เข้ากัน ก็จะทำให้เกิดเป็น “วงล้อสี” (Color Wheels) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้รวมสีเข้าด้วยกัน วงจรสีแรกถูกสร้างโดย Sir Isaac Newton ใน ค.ศ. 1666 จากการหักเหแสงอาทิตย์ ความเข้มของแสงที่ส่องไปตกกระทบบนวัตถุและสะท้อนเข้าสู่สายตาของมนุษย์ และต่อมา Louis Prang ก็ได้นำวงล้อสีมาพัฒนาเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการสอนศิลปะและการออกแบบ หรือที่เรียกว่า Prang System ที่จะกล่าวถึงลำดับชั้นของสีและวรรณะของสี (Graves,1952 อ้างถึงใน ซูฟียา เจะอารง,2547)



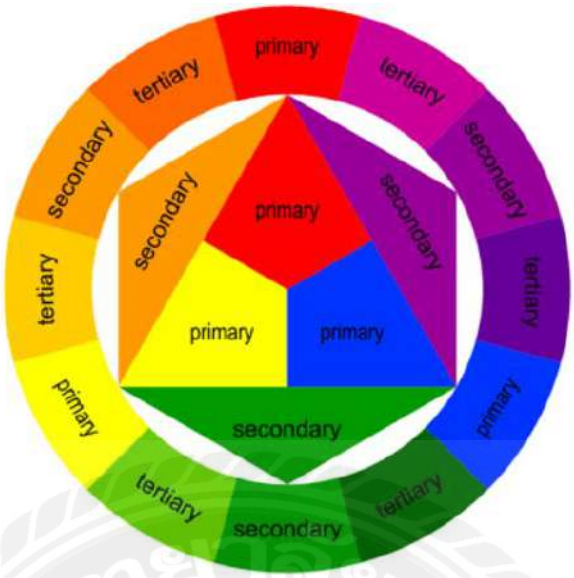
รูปที่ 2.11 ภาพการหักเหของแสงผ่านปริซึม

ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=gieF83O2aBA

2.2.1 ลำดับชั้นของสี

ตามที่กล่าวไปข้างต้นว่าวงจรสีนั้นเกิดจากการแม่สีแต่ละสีนั้นมาผสมกัน แต่การจะทำให้เกิดเป็นวงล้อสีได้นั้น จะต้องมีการผสมแม่สีถึง 2 ครั้งจึงจะเกิดเป็นวงล้อสีได้ ซึ่งมีทั้งหมด 3 ขั้น ดังนี้

- ขั้นที่ 1 Primary Colors แม่สีตั้งต้นของทุกสี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน
- ขั้นที่ 2 Secondary Colors สีที่เกิดจากแม่สีแต่ละสีมาผสมกันในอัตราส่วนที่เท่าๆ กัน จนได้สีใหม่ 3 สี ได้แก่ สีส้ม(แดง+เหลือง) สีม่วง(แดง+น้ำเงิน) สีเขียว(น้ำเงิน+เหลือง)
- ขั้นที่ 3 Tertiary สีที่เกิดจากการนำสีขั้นที่ 1 และ 2 มาผสมในอัตราส่วนที่เท่าๆ กัน จนได้สีใหม่ 6 สี ได้แก่ สีส้มแดง สีม่วงแดง สีเขียวเหลือง สีเขียวน้ำเงิน สีม่วงน้ำเงิน และสีส้มเหลือง



รูปที่ 2.12 ภาพลำดับชั้นของสีในวงล้อสี

ที่มา: https://riendee.wordpress.com/colour-theory/วงจรสี/

2.2.2 วรรณะของสี

ในวงล้อสีจะมีทั้งหมด 12 สีด้วยกัน และเมื่อทำการแบ่งสีในวงล้อสีด้วยความรู้สึกที่ส่งผลต่อการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งจะถูกเรียกว่า วรรณะของสี (Color Temperature) ก็จะแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลักได้แก่ วรรณะร้อน (Warm Colors) และ วรรณะเย็น (Cool Colors)

วรรณะร้อน (Warm Colors) ประกอบด้วยสีที่อยู่ในช่วงสีแดง สีส้ม และสีเหลือง รวมถึงเฉดสีที่อยู่ใกล้เคียง สีในกลุ่มนี้ให้ความรู้สึกอบอุ่น สดใส มีพลัง กระตือรือร้น และดึงดูดสายตาได้ดี จึงมักถูกนำมาใช้เพื่อเน้นจุดสนใจของภาพ สร้างความตื่นเต้น หรือสื่อถึงความสุข ความมั่นใจ และความมีชีวิตชีวา ในงานออกแบบตัวละคร สีวรรณะร้อนมักใช้เพื่อแสดงบุคลิกที่กล้าหาญ ร่าเริง กระฉับกระเฉง หรือมีความเป็นผู้นำ

วรรณะเย็น (Cool Colors) ประกอบด้วยสีเขียว สีน้ำเงิน และสีม่วง รวมถึงเฉดสีที่อยู่ในบริเวณเดียวกันของวงล้อสี สีในกลุ่มนี้ให้ความรู้สึกสงบ เย็น สบาย ผ่อนคลาย สุภาพ และมั่นคง จึงเหมาะสำหรับงานที่ต้องการสร้างบรรยากาศที่น่าเชื่อถือ เป็นมิตร หรือสื่อถึงธรรมชาติและความสงบ ในการออกแบบตัวละคร สีวรรณะเย็นมักใช้เพื่อสะท้อนบุคลิกที่สุขุม อ่อนโยน ฉลาด หรือมีเหตุผล

แต่ก็จะมีอยู่ 2 สีในวงล้อสีที่สามารถอยู่ได้ทั้ง 2 วรรณะคือ สีเหลืองและสีม่วง



รูปที่ 2.13 การแบ่งวรรณะในวงล้อสี

ที่มา: https://theluckyspace.com/การเลือกใช้สีจากทฤษฎีข/

2.2.3 องค์ประกอบของสี

คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ใช้ในการอธิบายลักษณะของสีแต่ละสี ทำให้สามารถจำแนก เปรียบเทียบ และนำสีไปใช้งานด้านศิลปะ การออกแบบ และงานกราฟิกได้อย่างเหมาะสม โดยทั่วไป องค์ประกอบของสีมี 3 ประการ ได้แก่ ค่าสี (Hue), ความอิ่มตัว (Saturation), ความสว่าง (Value) ซึ่งถูกคิดค้นโดย Albert H. Munsell ในปี ค.ศ. 1912 และถูกพัฒนาเป็นสูตรคณิตศาสตร์ใน คอมพิวเตอร์ โดย Alvy Ray Smith ในปี ค.ศ. 1978 ที่เรียกว่าโมเดล HSV ตามองค์ประกอบของสี 3 ประการ

1) ค่าสี (Hue) ลักษณะของสีที่สามารถจำแนกแต่ละสีได้ ซึ่งก็คือสีที่ปรากฏบนวงล้อสี
2) ความอิ่มตัว (Saturation) เป็นสิ่งที่แสดงความเข้มข้นของสี สีที่มีความอิ่มตัวสูงมาก ก็จะยิ่งเด่นและสดมาก และถ้าสีที่ความอิ่มตัวต่ำมากก็จะยิ่งหม่นหรือซีดลงมาก
3) ความสว่าง (Value) คือ ระดับความสว่างและมืดของสี สีที่สว่างมากสีนั้นจะยิ่งขาว มาก และสีที่มืดมากก็จะยิ่งดำมาก



รูปที่ 2.14 องค์ประกอบของสี

ที่มา: https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/

2.2.4 จิตวิทยาสี

สีและความรู้สึก (Psychology of color) คือศาสตร์ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สีกับอารมณ์ ความรู้สึก การรับรู้ และพฤติกรรมของมนุษย์ โดยอธิบายว่าสีแต่ละสีสามารถทำหน้าที่เป็น "สิ่งเร้า" (Stimulus) ที่ส่งผลต่อการตอบสนองของระบบประสาทและกระบวนการรับรู้ ทำให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึก และการตัดสินใจที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ผลกระทบของสีไม่ได้เกิดขึ้นกับทุกคนในลักษณะเดียวกัน แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประสบการณ์ส่วนบุคคล อายุ และบริบทของการใช้งานด้วย(สุมาลี เจียรสุนันท์,2544 อ้างถึงใน ซูฟียา เจะอารง,2547)

สีแต่ละสีจะก่อให้เกิดความรู้สึกต่างๆ มนุษย์จึงได้นิยามลักษณะของสีแต่ละสี และความหมายไว้ต่างกัน (Graves,1951 อ้างถึงใน ซูฟียา เจะอารง,2547) ดังนี้:

- สีแดง – สื่อถึงพลัง ความตื่นเต้น ความความรัก ความรุนแรง และความอันตราย



รูปที่ 2.15 ตัวอย่างตัวละครสีแดงที่สื่อถึง พลัง ความรุนแรง และความอันตราย

ที่มา: https://sonic.fandom.com/wiki/Knuckles_the_Echidna_(Sonic_X)

- สีส้ม – ให้ความรู้สึกสนุกสนาน กระตือรือร้น เป็นมิตร และสร้างพลังบวก



รูปที่ 2.16 ตัวอย่างตัวละครสีส้มที่สื่อถึง ความสนุกสนาน เป็นมิตร

ที่มา: https://cartoonica.fandom.com/wiki/Darwin_Watterson

- สีเหลือง – สื่อถึงความสดใส ความคิดสร้างสรรค์ ความสุข และความอ่อนแอ



รูปที่ 2.17 ตัวอย่างตัวละครสีส้มที่สื่อถึงความสดใส ความสุข

ที่มา: https://charactercommunity.fandom.com/wiki/Tweety

- สีเขียว – ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ ความผ่อนคลาย ความอิจฉา และความรังเกียจ



รูปที่ 2.18 ตัวอย่างตัวละครสีเขียวที่สื่อถึงความอิจฉา และความรังเกียจ

ที่มา: https://charactercommunity.fandom.com/wiki/Disgust

- สีน้ำเงิน – สื่อถึงความน่าเชื่อถือ ความมั่นคง ความสงบ และความเศร้า



รูปที่ 2.19 ตัวอย่างตัวละครสีน้ำเงินที่สื่อถึง ความน่าเชื่อถือ ความสงบ

ที่มา: https://cookierunkingdom.fandom.com/wiki/Moonlight_Cookie

- สีฟ้า – สื่อถึงความอ่อนโยน ความสดใส ความเรียบร้อย และความปลอดภัย



รูปที่ 2.20 ตัวอย่างตัวละครสีฟ้าที่สื่อถึง ความสดใส อ่อนโยน

ที่มา: https://powerpuffgirls.fandom.com/wiki/Bubbles_(1998_TV_series)

- สีม่วง – แสดงถึงความหรูหรา ความคิดสร้างสรรค์ ความลึกลับ และจินตนาการ



รูปที่ 2.21 ตัวอย่างตัวละครสีม่วงที่สื่อถึง ความลึกลับ

ที่มา: https://cookierunkingdom.fandom.com/wiki/Blackberry_Cookie

- สีดำ – สื่อถึงความสง่างาม ความลึกลับ ความเศร้า ความตาย และความเป็นทางการ



รูปที่ 2.22 ตัวอย่างตัวละครสีดำที่สื่อถึงความลึกลับ ความตาย

ที่มา: https://grimadventures.fandom.com/wiki/Grim

- สีขาว – สื่อถึงความสะอาด ความบริสุทธิ์ ความเรียบง่าย และความสงบ



รูปที่ 2.23 ตัวอย่างตัวละครสีขาวที่สื่อถึงความสะอาด เรียบง่าย

ที่มา: https://hero.fandom.com/wiki/Cinnamoroll

- สีน้ำตาล - สื่อถึงความมั่นคง ความเป็นผู้ใหญ่ ความเก่าแก่ และความอบอุ่น



รูปที่ 2.24 ตัวอย่างตัวละครสีน้ำตาลที่สื่อถึงความเป็นผู้ใหญ่ ความแก่

ที่มา: https://cookierunkingdom.fandom.com/wiki/Almond_Cookie

2.3 ทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร(Communication) มีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ กิจกรรมต่างๆ ต้องมีการสื่อสาร ทั้งในการทำงาน การเรียน การประกอบกิจชีวิตประจำวัน การสื่อสารมีหลายความหมายตามมุมมองของนักวิชาการ ในโลกธุรกิจ การสื่อสาร หมายถึง ข้อมูลข่าวสาร(Information) การสื่อสารจัดเป็นกระบวนการไหลของข้อมูลจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง (Axley, 1984 อ้างถึงใน ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี, 2566) ในบริบทขององค์กร อาจเป็นได้หลายหลาย ได้แก่ การวางแผน การควบคุม และการบริหาร (Deetz, 1994 อ้างถึงใน ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี, 2566) แต่พื้นฐานการสื่อสารเป็นกระบวนที่ซับซ้อนของการส่งสาร การรับสาร และการตีความสาร

2.3.1 แนวคิดการสื่อสารตามแบบจำลองของเดวิด เค เบอร์โล

เป็นแนวคิดที่นักการสื่อสารนิยมใช้เป็นต้นแบบในการศึกษารูปแบบหรือวิธีการสื่อสาร การวิเคราะห์องค์ประกอบทางการสื่อสาร ซึ่งถูกเรียกว่า SMCR Model ซึ่งประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1) S - Source ในการสื่อสาร เป็นองค์ประกอบแรกที่สำคัญ เป็นผู้ที่เริ่มต้นการสื่อสารกับผู้รับสาร มีทักษะในการถ่ายทอดสารที่ต้องการจะสื่อออกไปยังผู้รับสาร หรือที่เรียกว่าผู้ส่งสาร
2) M - Message คือ ข้อมูลที่มีความหมาย และถูกแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ผู้ส่งสารเป็นคนถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร
3) C - Channel ช่องทางที่นำสารไปสู่ประสาทรับรู้ทั้ง 5 ได้แก่ ตาสำหรับการมองเห็น หูสำหรับการรับฟัง จมูกสำหรับการรับกลิ่น ปากสำหรับการรับรส และกายสำหรับการสัมผัส
4) R – Receiver ผู้รับสาร เป็นบุคคลที่รับสารจากผู้ส่งสาร ในการสื่อสารจะประสบความสำเร็จหรือไม่ จะขึ้นอยู่กับผู้รับสารจะตีความ และทำความเข้าใจต่อสารที่ได้รับอย่างไร



รูปที่ 2.25 ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล

ที่มา: https://www.gotoknow.org/posts/674697

ขนิษฐา จิตแสง (2021) ได้กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลในบริบทการสื่อสารว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลยังมีบทบาทและความสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ และเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนทั้งในระดับบุคคล องค์การ สังคม และ Griffin, Ledbetter, and Sparks (2015) อธิบายว่าการสื่อสาร หมายถึง “กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ของการสร้างและการตีความสารที่ทำให้เกิดการตอบสนอง” ซึ่ง 5 องค์ประกอบหลักของการสื่อสาร ดังนี้

1) สาร (Messages) เป็นสิ่งที่สำคัญในการสื่อสาร การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการเขียน การอ่าน การฟัง การพูด ล้วนเกี่ยวข้องกับ”สาร”ที่ถ่ายทอดผ่านสื่อในสถานการณ์ต่างๆ
2) การสร้างสาร (Creation of Message) ผู้ส่งสารเป็นผู้ออกแบบและเลือกใช้คำพูด สัญลักษณ์ หรือการกระทำ เพื่อแปลงความคิดให้กลายเป็นเนื้อหาที่ต้องการส่งออกไป
3) การตีความหมายของสาร (Interpretation of Message) ผู้รับสารทำการถอดรหัสและแปลความหมายของสารที่ได้รับตามพื้นฐานประสบการณ์และความเข้าใจของตนเอง
4) กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ (Relation Process) การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และมีผลต่อความสัมพันธ์ของคู่สื่อสาร เช่นการพูดคุยผ่านแอพทำให้เกิดความคุ้นเคย หรือการชมละครทำให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์ต่อตัวละครนั้น

5) การตอบสนอง (Response) ผลกระทบของสารในการกระตุ้นปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสารในด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับตัวแทนประกัน

ศิริภรณ์ พุทธรักษ์ และ คณะ (2563) กล่าวว่า ตัวแทนประกันชีวิต คือ บุคคลที่บริษัทประกันชีวิตแต่งตั้งให้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างบริษัทกับลูกค้า มีบทบาทในการให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการประกันชีวิต รวมถึงให้คำปรึกษาด้านการเงินแก่ลูกค้า ดังนั้น ตัวแทนประกันชีวิตจึงควรมีความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ มีจรรยาบรรณวิชาชีพ และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

2.4.1 หน้าที่และความรับผิดชอบของตัวแทนประกัน

ตัวแทนประกันชีวิตมีหน้าที่และความรับผิดชอบที่สำคัญ 5 ประการ (เวหาหดใหญ่ดอทคอม, 2562) ได้แก่

1) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ให้บริการที่ดีและให้คำแนะนำที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ โดยคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจ
2) ความรับผิดชอบต่อสังคม งานของตัวแทนประกันชีวิตนั้น ไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะกับลูกค้าเท่านั้น แต่ผลจากการประกันชีวิตยังได้แผ่ขยายไปถึงบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า และสังคมอันเป็นส่วนรวมด้วย
3) ความรับผิดชอบต่อบริษัท ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ รักษาภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท รวมถึงมีส่วนช่วยสร้างความเชื่อมั่นและการเติบโตขององค์กร
4) ความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ ยึดมั่นในจรรยาบรรณ มีความซื่อสัตย์ และพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษามาตรฐานของวิชาชีพตัวแทนประกันชีวิต

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) บริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์ หรือสร้างความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าได้ตามคุณภาพการให้บริการ (service quality) 10 ประการ ดังนี้

1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้อำนวยความสะดวกต่อลูกค้าไม่ต้องทำให้ลูกค้ารอนาน
2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) การสื่อสารที่ทำให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย
3) ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน
4) ความสุภาพ (Courtesy) ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่เป็นกันเอง
5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการบริการให้กับลูกค้า
6) ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการ และแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8) ความปลอดภัย (Security) บริการต้องปราศจากอันตรายความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ
9) การสร้างบริการที่เป็นรู้จัก (Tangible) ทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้
10) การเข้าใจและรู้จักกับลูกค้า (Understanding customer) ต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจในการตอบสนองความต้องการดังกล่าว

2.6 แนวคิดสื่อประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารความคิดเห็นในด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปสู่กลุ่มประชาชนเป็นหลักการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานองค์กรกับกลุ่มประชาชน ที่เกี่ยวข้องเพื่อหวังผลในการให้ความร่วมมือในการสนับสนุน รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน ทำให้ประชาชนเชื่อมั่นในหน่วยงาน (ปิยวรรณ ศิริเดชขจร, 2564 อ้างถึงใน จิณห์นิภา แสงสุข,2567)

2.6.1 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

1) เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างทัศนคติ เพื่อโน้มน่าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมโดยการเผยแพร่ข้อมูลและภาพประชาสัมพันธ์ การสร้างความนิยมให้กับกลุ่มเป้าหมาย และสาธารณชนได้รับรู้ถึงบทบาท นโยบาย วิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์ขององค์กร

2) เพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์องค์กร โดยการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันกับกลุ่มเป้าหมาย
3) เพื่อรับฟังความคิดเห็น และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจองค์กร เช่น การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจและกลุ้มเป้าหมายด้วยการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าทางสังคม

2.6.2 การออกแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ณัฐกร สงคราม และ เนาวนิตย์ สงคราม (2565) ได้กล่าวถึง หลักการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไว้ว่า นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดีเพื่อจะได้วิเคราะห์ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใครและต้องการอะไร เพื่อจะได้สื่อสารได้ตรงเป้าหมายเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้นระหว่างส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนี้โดยพื้นฐานแล้วนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพหรือผู้ส่งสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพแล้วต้องมีความรู้กระบวนการขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดีสอดคล้องกับ Patrick Jackson (อ้างถึงใน ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, 2561) ได้กล่าวถึง การออกแบบสารประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพควรพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบสาร ดังนี้

1) เหมาะสมตรงประเด็น (appropriate) นักประชาสัมพันธ์ต้องออกแบบกับสอดคล้องความต้องการของผู้รับสาร
2) มีความสำคัญ (meaningful) นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและต้องตระหนักว่าเนื้อหานั้นเป็นสิ่งที่ผู้รับสารสนใจเป็นประโยชน์หรือมีความสำคัญต่อผู้รับสาร
3) จดจำง่าย (memorable) การออกแบบสื่อให้ผู้รับสารจดจำได้ง่ายการใช้เทคนิคการใช้คำซ้ำการเน้นขนาดตัวอักษรใช้สีเด่นสะดุดตาใช้คำที่สละสลวยมีสัมผัสคล้องจอง
4) เข้าใจได้ทันที (understandable) การออกแบบสารที่ดีต้องทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้โดยทันทีไม่ต้องตีความ

5) มีความน่าเชื่อถือ (believable) เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้รับสารเปิดรับข้อมูลข่าวสารยอมรับหรือคล้อยตาม มีความน่าเชื่อถือ มีข้อเท็จจริง พยานหลักฐานยืนยัน สามารถตรวจสอบได้

2.7 แนวคิดการออกแบบสติกเกอร์ไลน์

2.7.1 จำนวน ขนาดรูปแบบไฟล์ในการทำสติกเกอร์ไลน์

สิ่งที่จำเป็นในการออกแบบมีดังนี้

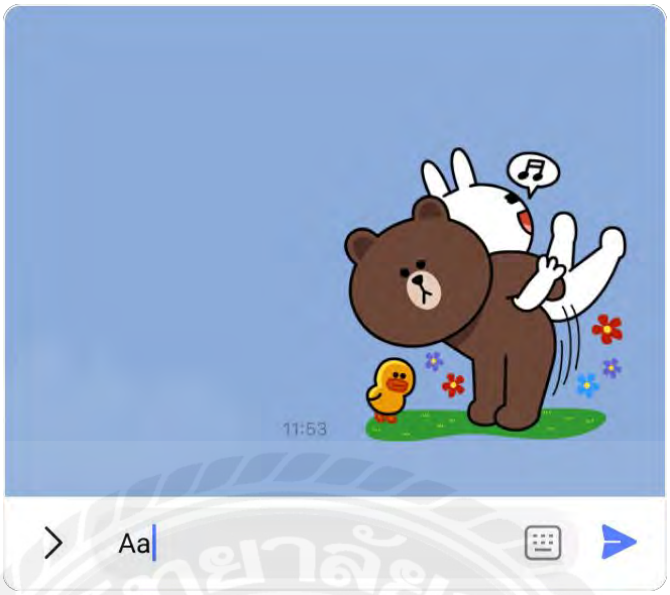
	จำนวน	ขนาด	ขนาด
รูปหลัก	1 รูป	กว้าง 240 x สูง 240	ไม่เกิน 1 MB
รูปสติกเกอร์ (เลือก)	8 รูป, 16 รูป, 24 รูป, 32 รูป, 40 รูป	กว้าง 370 พิกเซล x สูง 320 พิกเซล * สูงสุด	ไม่เกิน 1 MB * ต่อ 1 รูป
รูปบนแท็บห้องแชท	1 รูป	กว้าง 96 x สูง 74	ไม่เกิน 1 MB

รูปที่ 2.26 จำนวนรูป ขนาด และรูปแบบไฟล์

ที่มา: https://creator.line.me/th/guideline/sticker/

2.7.2 ข้อกำหนดเพิ่มเติมในการออกแบบสติกเกอร์ไลน์

1) กำหนดจำนวนสติกเกอร์ในชุดได้ที่หน้าจัดการสติกเกอร์ เปลี่ยนจำนวนสติกเกอร์ได้จนกว่าผู้จัดทำจะยื่นขอพิจารณาสติกเกอร์
2) ขนาดของรูปทั้งหมดต้องเป็นหน่วยพิกเซล
3) รูปทั้งหมดที่นำส่งต้องเป็นไฟล์ PNG
4) สติกเกอร์จะถูกลดขนาดโดยอัตโนมัติ โปรดตรวจสอบให้แน่ใจว่ารูปมีความสูงและความกว้างเป็นเลขคู่
5) รูปต้องมีความละเอียดตั้งแต่ 72 dpi ขึ้นไป และใช้โหมดสี RGB
6) ในกรณีนำส่งรูปทั้งหมดในไฟล์ ZIP ไฟล์เดียว ไฟล์นั้นต้องมีขนาดไม่เกิน 60 MB



รูปที่ 2.27 รูปสติกเกอร์ที่ปรากฏบนช่องแชท

ที่มา: https://creator.line.me/th/guideline/sticker/

2.7.3 ลักษณะภาพของสติกเกอร์ไลน์ที่ควรสร้าง

1) สติกเกอร์ที่ง่ายต่อการนำไปใช้ในบทสนทนาและการสื่อสาร
2) สติกเกอร์ซึ่งประกอบด้วยการแสดงอารมณ์ความรู้สึก ข้อความ และรูปที่เข้าใจได้ง่าย



รูปที่ 2.28 ภาพตัวอย่างสติเกอร์ไลน์ที่ควรออกแบบ

ที่มา: https://creator.line.me/th/guideline/sticker/

2.7.4 การพิจารณาสติกเกอร์ไลน์ในการวางจำหน่าย

ครีเอเตอร์ (ผู้จัดทำและผู้จำหน่ายสติกเกอร์) จะสร้างสรรค์และจำหน่ายได้เฉพาะสติกเกอร์ที่ได้รับการพิจารณาจาก LY Corporation (จากนี้เรียกว่า "บริษัท") แล้วว่ามีความเหมาะสมเท่านั้น สติกเกอร์ที่ บริษัท พิจารณาว่าอยู่ในขอบข่ายหรืออาจอยู่ในขอบข่ายที่ระบุไว้ด้านล่างจะถูกพิจารณาว่าไม่เหมาะสมแล้วอาจปฏิเสธหรือให้หยุดจำหน่าย บริษัทจึงใคร่ขอให้ครีเอเตอร์ศึกษาคู่มือการพิจารณานี้ก่อนยื่นเสนอผลงานของท่าน อย่างไรก็ตาม สติกเกอร์ในขอบข่ายที่ระบุไว้ด้านล่างบางชุดอาจได้รับการพิจารณาว่าสามารถจำหน่ายได้ โดยจะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสติกเกอร์ พื้นที่จำหน่าย คุณสมบัติของครีเอเตอร์ และอื่นๆ ในกรณีที่ใช้รูปภาพเป็นส่วนประกอบ บริษัทอาจขอเอกสารเพิ่มเติมเพื่อยืนยันสิทธิ์การใช้รูปเหล่านั้น

2.7.4.1 ข้อกำหนดเกี่ยวกับรูปสติกเกอร์ รูปหลัก และรูปสำหรับแท็บในห้องแชท

1) รูปสติกเกอร์ที่มีรูปแบบไม่ตรงกับที่ทางไลน์กำหนด
2) รูปสติกเกอร์ที่ไม่เหมาะสำหรับใช้ในการสนทนาหรือการสื่อสาร

3) รูปสติกเกอร์ที่มีสัดส่วนการมองเห็นไม่ดี เช่น รูปที่มีด้านยาวยาวเกินไป หรือตัวคาแรคเตอร์ที่มีช่วงตัวยาวมาก
4) รูปสติกเกอร์ที่ขาดความสมดุลอย่างเห็นได้ชัด เช่น รูปที่ใช้แต่สีอ่อน มีแต่ตัวเลขเรียงกัน
5) รูปสติกเกอร์ที่มีแต่โลโก้
6) รูปสติกเกอร์ที่มีแต่ข้อความ
7) รูปสติกเกอร์ที่มีตัวอักษรไม่ถูกต้อง
8) รูปสติกเกอร์ที่ขัดแย้งกับชื่อและคำอธิบาย
9) รูปหลักและรูปสำหรับแท็บแตกต่างจากรูปสติกเกอร์ที่จำหน่ายอย่างเห็นได้ชัด
10) รูปสติกเกอร์ที่คัดลอกจากสติกเกอร์ที่จำหน่ายที่ LINE STORE หรือสติกเกอร์ที่อยู่ระหว่างการพิจารณา

2.7.4.2 ข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อความในชื่อสติกเกอร์ คำอธิบาย ชื่อครีเอเตอร์ และข้อความลิขสิทธิ์

1) ข้อความที่มีรูปแบบไม่ตรงกับที่ บริษัท กำหนด
2) ข้อความที่สะกดผิดหรือมีความผิดพลาด
3) มีการโฆษณาอยู่ในชื่อหรือคำอธิบาย เช่น เริ่มจำหน่ายวันที่
4) ข้อความที่มีลิงก์อยู่ด้วย
5) ข้อความที่มีอิโมจิ เช่น รูปหัวใจ หรือตัวอักษรที่ดูได้บนอุปกรณ์บางชนิดเท่านั้น
6) ข้อความที่สั้นเกินไป
7) ข้อความที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับรูปสติกเกอร์

2.7.4.3 ข้อกำหนดเกี่ยวกับศีลธรรม

1) สติกเกอร์ที่ส่งเสริมหรือสนับสนุนอาชญากรรม
2) สติกเกอร์ที่แสดงถึงการใช้กำลัง การใช้ความรุนแรงต่อเยาวชน ภาพลามกเยาวชน
3) สติกเกอร์ที่มีรูปอนาจาร

4) สติกเกอร์ที่ส่งเสริมให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกินพอดีหรือใช้ยาเสพติด รวมถึงสติกเกอร์ที่สนับสนุนการดื่มแอลกอฮอล์หรือสูบบุหรี่ของเยาวชน
5) สติกเกอร์ที่ส่งเสริมให้ขับขี่รถยนต์ขณะเมาสุรา
6) สติกเกอร์ที่ส่งเสริมให้สร้างเลียนแบบอาวุธหรืออื่นๆ อย่างผิดกฎหมาย
7) สติกเกอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อฟิชชิ่งหรือสแปม
8) สติกเกอร์ที่มีภาพการทำร้ายหรือฆาตกรรม การถูกยิง ถูกแทง การทรมาน
9) สติกเกอร์ที่อาจให้ร้าย หมิ่นประมาท โจมตี ต่อบุคคล องค์กร ประเทศ กลุ่ม ฯลฯ ที่ระบุเฉพาะ
10) สติกเกอร์ที่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของบุคคลที่สามหรือครีเอเตอร์ หรือมีความเป็นไปได้ที่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูล
11) สติกเกอร์ที่ไม่สุภาพหรืออาจก่อให้เกิดความไม่พอใจ
12) สติกเกอร์ที่ให้ร้ายหรือสร้างความไม่พอใจเกี่ยวกับศาสนา วัฒนธรรม เชื้อชาติ สัญชาติ
13) สติกเกอร์ที่ชักชวนให้เข้าสู่ศาสนาหรือมีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาอย่างชัดเจน
14) สติกเกอร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการเมือง
15) สติกเกอร์ที่ออกแบบให้ผู้ใช้สับสนหรือเกิดความเกลียดชัง
16) สติกเกอร์ที่มีการแสดงออกทางเพศ
17) สติกเกอร์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมหรือเกี่ยวข้องกับการพนัน
18) สติกเกอร์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้ เช่น รหัสผ่าน ข้อมูลส่วนตัว และอื่นๆ
19) สติกเกอร์ที่ชักชวนหรือส่งเสริมการฆ่าตัวตาย การทำร้ายตัวเอง การใช้สารเสพติด

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 รายละเอียดการปฏิบัติงานตามโครงงาน

ตารางที่แสดงระยะเวลาและการพัฒนาการของโครงงานสหกิจศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินงาน	2569			
	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1.กำหนดหัวข้อ	←	→		
2.ออกแบบคาแรคเตอร์และกำหนดคำพูดทั้ง 40 คำ		↔		
3.ทำสติกเกอร์ไลน์พร้อมใส่คำพูดทั้ง 40 คำ			↔	
4.ทำสื่อประชาสัมพันธ์			↔	
5.ส่งมอบชิ้นงานให้ทางบริษัทเพื่อจัดจำหน่าย			←	→

ตารางที่ 3.1 แสดงระยะเวลาและการพัฒนาของโครงงาน

โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดหัวข้อ

ทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัดได้เล็งเห็นถึงกลุ่มอาชีพต่างๆ มีการสื่อสารกับลูกค้าของตนเองผ่านแชทไลน์เป็นหลัก แต่ไม่มีคำพูดหรือข้อความที่สามารถสื่อถึงบริบทและหน้าที่ของกลุ่มอาชีพนั้นๆ จึงได้มีการมอบหมายงานให้นักศึกษาฝึกงานได้เลือกกลุ่มอาชีพที่ตนเองสนใจและนำมาเสนอให้กับทางบริษัทเพื่อนำไปพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ที่สร้างมาจากไอเดียของนักศึกษาฝึกงานเอง



รูปที่ 3.1 ภาพการประชุมของบริษัทแจกแจงรายละเอียดหัวข้อสติกเกอร์ไลน์สำหรับกลุ่มอาชีพ

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้จัดทำจึงได้ลองสำรวจและศึกษากลุ่มอาชีพที่มีการสื่อสารผ่านแชทแชทไลน์เป็นหลัก และได้เลือกกลุ่มอาชีพตัวแทนประกันเนื่องจากเป็นกลุ่มอาชีพที่มีการติดต่อสื่อสารผ่านไลน์เป็นประจำและเสนอกับพนักงานที่ปรึกษาก่อนและเริ่มศึกษารูปลักษณ์ของอาชีพตัวแทนประกันและการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อใช้งานเป็นสติกเกอร์ไลน์



รูปที่ 3.2 นำ Reference ที่ศึกษามาวิเคราะห์ก่อนจะเริ่มทำการออกแบบ

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบคาแรคเตอร์และกำหนดคำพูดทั้ง 40 คำ

หลังจากที่ผู้จัดทำได้ปรึกษาเรียบร้อยแล้ว จึงเริ่มเข้าสู่กระบวนการออกแบบตัวละครโดยเริ่มจากการร่างภาพขึ้นมาก่อน ซึ่งการร่างภาพนี้จะให้ตัวละครที่ออกแบบมาแสดงท่าทางที่สื่อถึงการแนะนำที่พร้อมบริการลูกค้าทันทีเพื่อแสดงภาพลักษณ์ของตัวละครให้ชัดเจน



รูปที่ 3.3 ภาพวาดโครงร่างคาแรคเตอร์พร้อมท่าทางที่สื่อถึงการแนะนำ

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ต่อมาผู้จัดทำได้เริ่มวาดโครงร่างหน้าตาทรงผมและเครื่องแต่งกายโดยทางผู้จัดทำต้องการให้ตัวละครมีลักษณะดูเป็นทางการ น่าเชื่อถือ เรียบร้อย แต่ยังหน้ารักและเข้าถึงได้ง่าย



รูปที่ 3.4 ภาพวาดโครงร่างเครื่องแต่งกายและหน้าตาและทรงผมของคาแรคเตอร์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

จากนั้นทางผู้จัดทำจึงเริ่มทำการตัดเส้นและใส่รายละเอียดให้ชัดเจนมากขึ้นก่อนที่จะลงสีตัวละคร



รูปที่ 3.5 ภาพตัดเส้นและปรับแต่งตัวละคร

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ต่อมาทางผู้จัดทำจึงทำการลงสีให้กับตัวละครโดยสีเครื่องแต่งกายจะใช้สีฟ้าอ่อนซึ่งแสดงถึง ความอ่อนโยน ความจริงใจ ใจเย็น และความปลอดภัย และทางผู้จัดได้เลือกสีน้ำตาลที่แสดงถึง ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคง



รูปที่ 3.6 ภาพลงสีตัวละครอย่างสมบูรณ์โดยผ่านการคัดเลือกสีมาใช้ในการออกแบบ

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ต่อมานำภาพที่วาดไปเสนอกับทางพนักงานที่ปรึกษา ก็ได้ทำการปรับเปลี่ยนคาแรคเตอร์จาก 2D เป็น 3D โดยวิธีการ Generate ผ่าน Chat GPT จากคำแนะนำของพนักงานที่ปรึกษา



รูปที่ 3.7 Comment จากพนักงานที่ปรึกษาก่อนไป Generate AI

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569



รูปที่ 3.8 นำภาพที่วาดไป Generate เป็น 3D ด้วย Chat GPT

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

หลังจากได้นำคาแรคเตอร์ที่ถูก Generate เป็น 3D ไปเสนอกับพนักงานที่ปรึกษาแล้ว จึงทำการเลือกคำพูดที่เกี่ยวข้องกับบริบทการทำงานของอาชีพตัวแทนประกันมาทั้งหมด 40 คำดังนี้

1.สวัสดีค่ะ	11.ดีใจมากค่ะ	21.อนุมัติผ่านค่ะ	31.ยอดรวมทั้งหมด
2.ขอบคุณมากค่ะ	12.ไม่ต้องห่วงนะคะ	22.ขอรบกวนด้วยค่ะ	32.ผ่อนได้ค่ะ
3.OK	13.จัดการให้นะคะ	23.ต่ออายุกรมธรรม์ยังคะ	33.ส่งสลิบด้วยค่ะ
4.ขอโทษค่ะ	14.สะดวกวันไหนดีคะ	24.ดูแลเสมอค่ะ	34.แจ้งโปรโมชั่น
5.สู้ๆ	15.ยินดีให้คำปรึกษา	25.ส่งข้อมูลแล้วค่ะ	35.ตั้งงบไว้เท่าไรคะ
6.(ทำท่าหัวเราะ)	16.ตรวจสอบให้นะคะ	26.ยังสนใจอยู่มั้ยคะ	36.ข้อเสนอแบบนี้ค่ะ
7.แล้วพบกันนะคะ	17.สะดวกรับสายมั้ยคะ	27.เอกสารมีดังนี้ค่ะ	37.เช็คเบี้ยสักครู่ค่ะ
8.ดูแลสุขภาพด้วยนะคะ	18.สอบถามได้ค่ะ	28.เอกสารยังไม่ครบค่ะ	38.เคลมได้ค่ะ
9.ยินดีด้วยค่ะ	19.ดูรายละเอียดก่อนค่ะ	29.เอกสารครบแล้วค่ะ	39.HBD
10.เยี่ยมเลย	20.เรียบร้อยแล้วค่ะ	30.ได้รับกรมธรรม์ยังคะ	40.คุ้มมาก

ขั้นตอนที่ 3 ทำสติกเกอร์ไลน์พร้อมใส่คำพูดทั้ง 40 คำ

นำภาพตัวต้นแบบ 3D มา Generate ด้วย ChatGPT เพื่อสร้างท่าทางตัวละครให้สอดคล้องกับคำพูดที่ได้คัดเลือกมาแล้วทั้ง 40 คำ ซึ่งทางผู้จัดทำได้เริ่มต้นที่ท่า OK เป็นอันดับแรกและจะอธิบายกระบวนการตามลำดับเพื่อให้เห็นภาพ ในการสร้างท่าทาง OK ทางผู้จัดทำได้ใส่ Prompt รายละเอียดท่าทาง OK ที่ต้องการพร้อมกับใส่รูปตัวต้นแบบทุกครั้งเพื่อให้การ Generate มีความแม่นยำในรูปลักษณ์ของตัวละคร



รูปที่ 3.9 นำภาพ 3D ต้นแบบไป Generate ท่าทางที่สอดคล้องกับคำพูด เช่นท่า OK

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

นำภาพท่าทาง OK ที่ Generate มาไดคัทและรีทัชในส่วนที่บิดเบี้ยวและผิดสัดส่วน และปรับความสว่างและสีในภาพให้ใกล้เคียงกันใน Photoshop และหาสไตล์ฟอนต์พร้อมตกแต่งฟอนต์และจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดให้สวยงามและสื่อความหมายให้ชัดเจน



รูปที่ 3.10 ภาพหลังไดคัทและปรับสีของท่าทาง OK

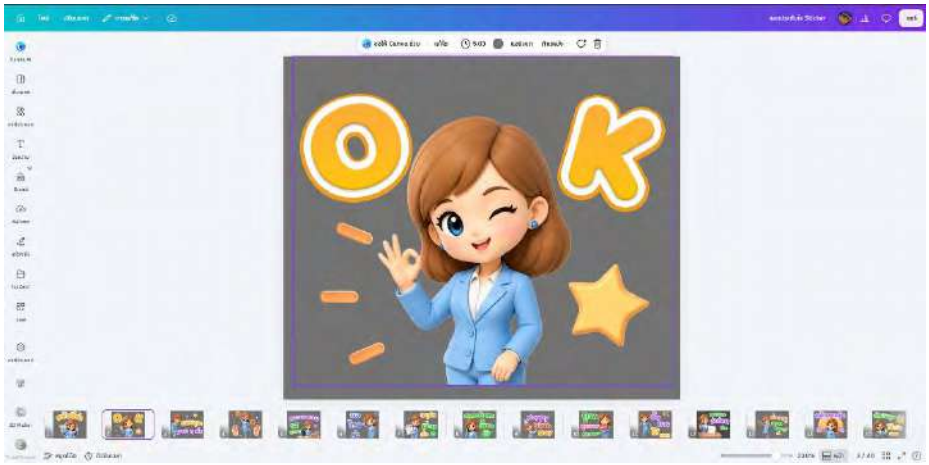
ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569



รูปที่ 3.11 ใส่ฟอนต์และจัดวางองค์ประกอบคำว่า OK ให้เป็นสติกเกอร์ไลน์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

เมื่อจัดวางเสร็จแล้วทางผู้จัดทำได้ Export ไฟล์เป็น PNG และนำมาเข้าใน Canva เพื่อทำการใส่ Effect เพื่อเพิ่มสีสันและความรู้สึกให้กับสติกเกอร์ท่า OK



รูปที่ 3.12 ใส่ Effect ในสติกเกอร์ไลน์ทท่าทาง OK

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ท่าทางถัดมาที่ทางผู้จัดทำได้เลือกทำคือ ยินดีให้คำปรึกษา ซึ่งทางผู้จัดได้สร้างท่าทางที่ตัวละครที่กำลังนั่งอยู่ที่โต๊ะและทำท่าที่สื่อถึงความพร้อมในรับฟังความต้องการของลูกค้า โดยนำตัวต้นแบบมา Generate AI เช่นเดิมและก่อนจะนำมาไดคัทใส่ฟอนต์และจัดวางองค์ประกอบบน Photoshop และใส่ Effect อีกครั้งใน Canva ซึ่งท่านี้เป็นท่าทางที่สื่อถึงภาพลักษณ์โดยรวมของโครงงานได้ดีที่สุดเพราะเป็นท่าทางที่สื่อถึงการบริการและการเข้าหาลูกค้าอย่างเป็นมิตร



รูปที่ 3.13 ท่าทางตัวละคร “ยินดีให้คำปรึกษา” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

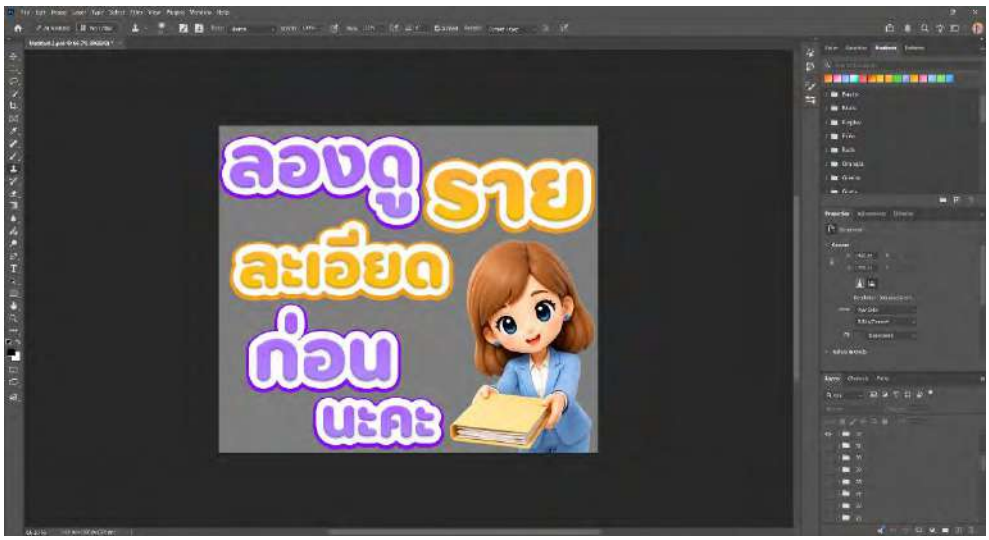
ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569



รูปที่ 3.14 ท่าทางตัวละคร “ยินดีให้คำปรึกษา” หลังจากใส่ Effect เพื่อส่งเสริมอารมณ์ของตัวละคร

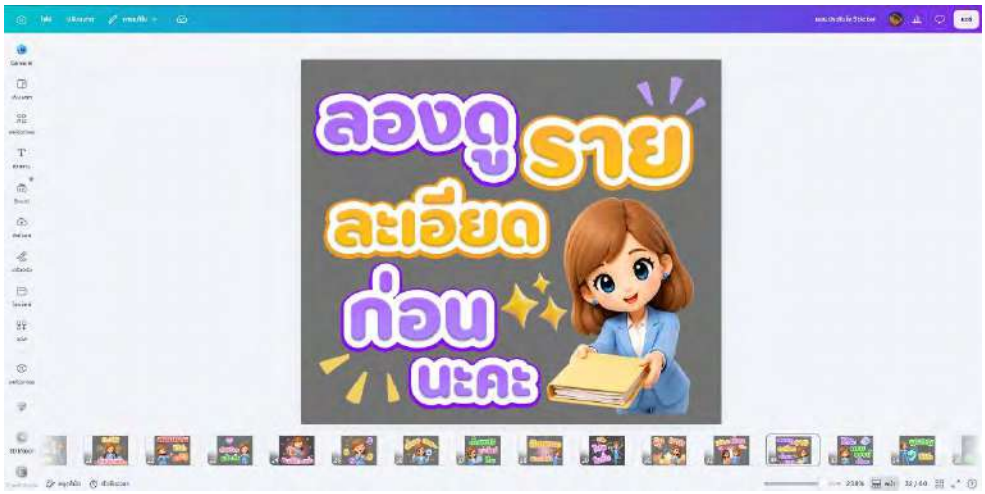
ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ท่าทางต่อมาที่ผู้จัดทำเลือกมาทำต่อคือ ลองดูรายละเอียดก่อนนะคะ เป็นการท่าทางที่สื่อถึงการให้ข้อมูลต่างๆ ที่มีอยู่เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบและเข้าใจ ซึ่งท่าทางที่ผู้ออกแบบได้สร้างมาคือท่าที่ตัวละครยื่นหนังสือมาให้ลูกค้าได้อยากรายละเอียดและข้อมูลต่างๆ ซึ่งสติกเกอร์ไลน์ชิ้นนี้นับว่าเป็นชิ้นที่จัดวางคำพูดยากที่สุดเพราะเป็นคำที่ยาวและการลดบางคำให้สั้นลงอาจจะทำให้อารมณ์ในการสื่อสารขาดความอ่อนโยนและความจริงใจในการบริการต่อลูกค้า



รูปที่ 3.15 ท่าทางตัวละคร “ลองดูรายละเอียดก่อนนะคะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

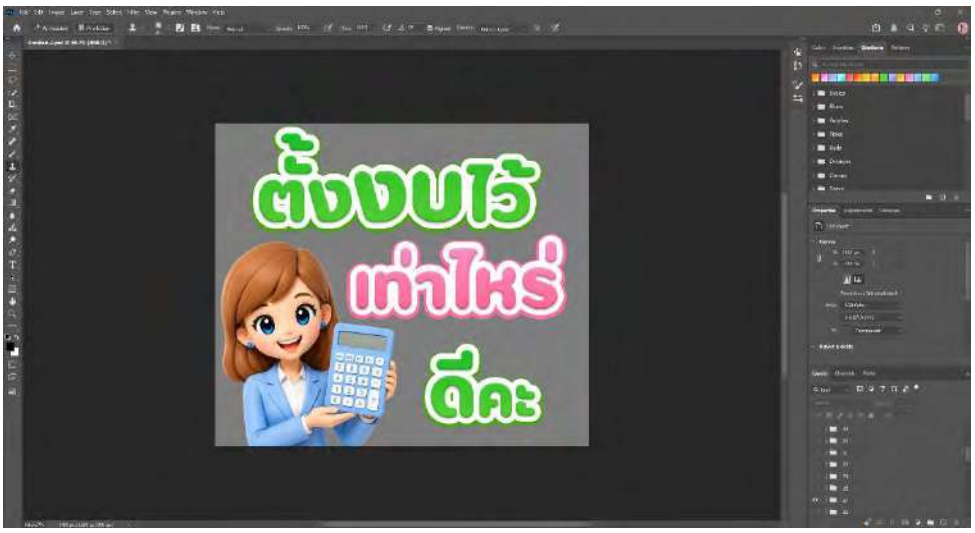
ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569



รูปที่ 3.16 ท่าทางตัวละคร “ลองดูรายละเอียดก่อนนะคะ” Effect เพื่อส่งเสริมอารมณ์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

คำพูดที่นำมาสร้างท่าทางต่อมาคือ ตั้งงบไว้เท่าไหร่ดีคะ เป็นคำพูดที่มีไว้ถามลูกค้าเพื่อวิเคราะห์ความต้องการและการออกแบบแผนประกันให้เหมาะสมกับทางการเงินของลูกค้า ซึ่งท่าทางที่สร้างมาจะเป็นท่าที่ตัวละครถือเครื่องคิดเลขเพื่อพร้อมคำนวณเกี่ยวกับการเงินของลูกค้าว่าเหมาะสมกับแผนประกันแบบไหนมากที่สุด



รูปที่ 3.17 ท่าทางตัวละคร “ตั้งงบไว้เท่าไหร่ดีคะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

คำพูดที่นำมาสร้างท่าทางต่อมาคือ ตรวจสอบให้นะคะ เป็นคำพูดที่มีไว้ใช้ในบริบทที่เกี่ยวกับการตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรงไม่ว่าจะเป็น ตรวจสอบเอกสารที่ลูกค้าส่งมาว่าครบถ้วนหรือไม่ หรือแม้แต่ตรวจสอบสิทธิต่างๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ ซึ่งทางผู้จัดทำได้ทำการสร้างให้ตัวละครนั่งอยู่ที่โต๊ะและตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ผ่านโน๊ตบุ๊คเพื่อสื่อความหมายดังกล่าว

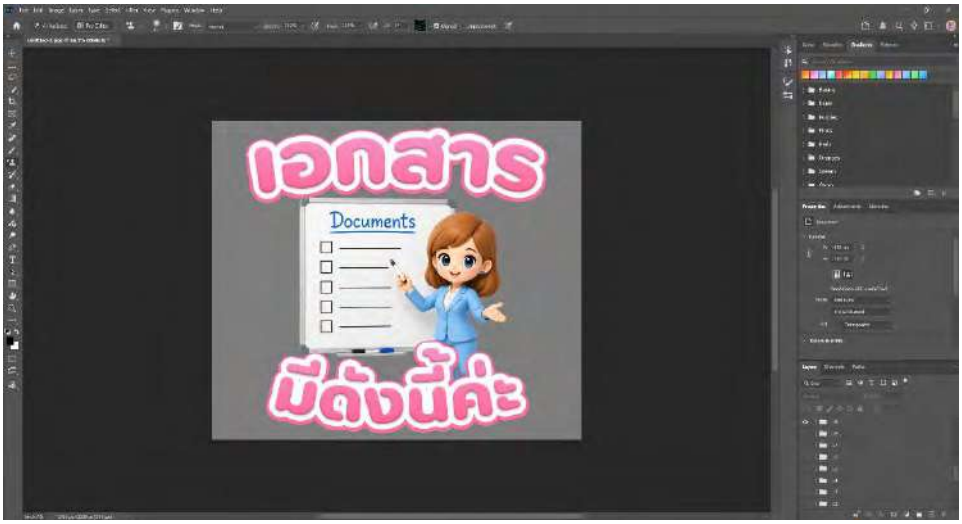


รูปที่ 3.18 ท่าทางตัวละคร “ตรวจสอบให้นะคะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

คำพูดต่อมาที่ทางผู้จัดทำได้เลือกทำคือ เอกสารมีดังนี้ค่ะ เนื่องจากการทำประกันจะต้องมีการส่งเอกสารต่างๆ เพื่อใช้ประกอบในการทำประกันให้ลูกค้า ดังนั้นทางผู้จัดทำจึงทำการสร้างภาพตัวละครถือปากกาไวท์บอร์ดและกระดานเอกสารที่ลูกค้าควรเตรียมส่งมาให้เพื่อทำประกันตามแผนที่

เลือกไว้ และเหตุผลที่ทางผู้จัดทำไม่เลือกท่าที่ถือเอกสารเนื่องจากมีท่าทางที่คล้ายกันอยู่แล้ว อย่างเช่น ท่าตั้งงบไว้เท่าไหร่ดีคะ ที่ตัวละครถือเครื่องเลขเช่นกัน ก็อาจจะทำให้ชิ้นงานมีความซ้ำกัน และขาดความมิติในการสื่อสารได้



รูปที่ 3.19 ท่าทางตัวละคร “เอกสารมีดังนี้ค่ะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

และคำพูดต่อมาที่เชื่อมโยงกับท่า เอกสารมีดังนี้ค่ะ คือ เอกสารยังไม่ครบค่ะ เป็นคำพูดที่มีไว้เพื่อแจ้งกับลูกค้าเมื่อลูกค้าส่งเอกสารมาแล้วแต่ยังมีเอกสารบางอย่างที่ลูกค้ายังไม่ได้ส่งมา ซึ่งอาจทำให้การทำประกันของลูกค้ายังไม่สำเร็จได้ ซึ่งทางผู้จัดทำได้ทำการสร้างท่าทางที่ตัวละครทำหน้าเศร้านิดๆ และมีรูปไอคอนเก็บเอกสารที่โชว์เอกสารที่หายไป เพื่อสื่อความหมายของสติกเกอร์ภาพนี้



รูปที่ 3.20 ท่าทางตัวละคร “เอกสารยังไม่ครบค่ะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

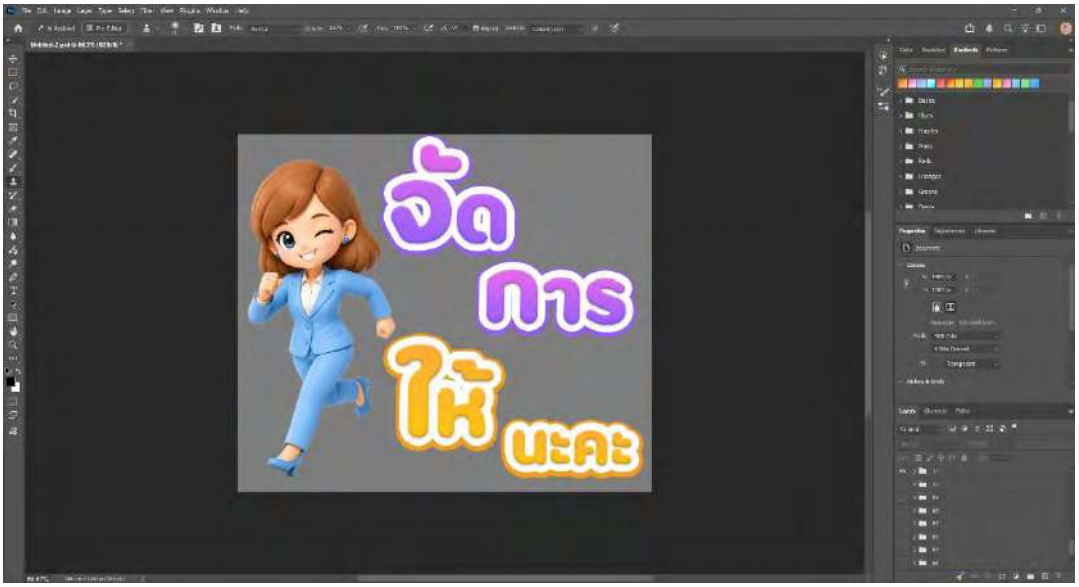
ต่อมายังเป็นคำพูดที่เกี่ยวข้องกับเอกสารเช่นกัน ซึ่งคือคำว่า เอกสารครบแล้วค่ะ เป็นคำพูดที่มีไว้เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าเอกสารที่ลูกค้าได้ส่งมานั้นครบถ้วนไม่ตกหล่นพร้อมสำหรับในการทำประกันเรียบร้อยแล้ว ซึ่งทางผู้จัดทำได้ทำการสร้างท่าทางโดยให้ตัวละครแบกกองเอกสารเพื่อสื่อว่าความพร้อมจริงๆ แต่ก็เป็นการสร้างที่เน้นความฮาเล็กน้อยที่ให้ตัวละครถือกองเอกสารเกินความเป็นจริงเพื่อสร้างสีสันในการสื่อสารกับลูกค้า



รูปที่ 3.21 ท่าทางตัวละคร “เอกสารครบแล้วค่ะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

คำพูดที่นำมาสร้างเป็นท่าทางต่อมาคือว่า จัดการให้นะคะ ไว้เพื่อใช้ในบริบทที่ตัวแทนประกันกำลังดำเนินการตามความต้องการหรือคำขอของลูกค้าอย่างตั้งใจเพื่อให้ลูกค้าสบายใจ ซึ่งท่าทางที่ผู้จัดทำได้สร้างมาคือท่าที่ตัวละครกำลังวิ่งและยิ้มให้เพื่อสื่อว่า ความต้องการของลูกค้านั้นสำคัญมาก จึงต้องเร่งดำเนินการให้ทันใจกับลูกค้า



รูปที่ 3.22 ท่าทางตัวละคร “จัดการให้นะคะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

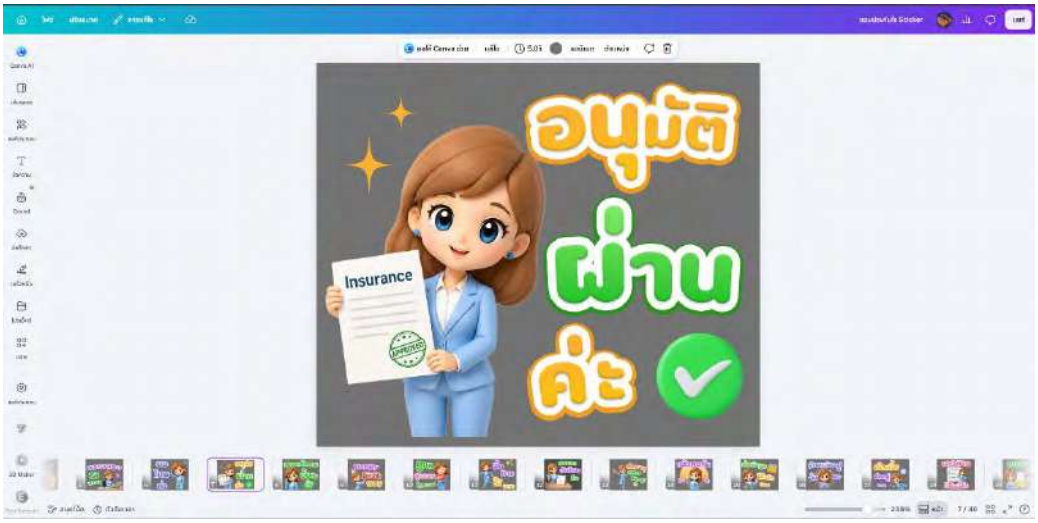
ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

คำพูดที่ทางผู้จัดทำได้เลือกทำต่อมาคือ อนุมัติผ่านค่ะ ซึ่งเป็นคำพูดที่ไว้แจ้งกับลูกค้าเมื่อดำเนินการบางอย่างที่ลูกค้าต้องการสำเร็จอย่างเรียบร้อยเช่น การอนุมัติทำสัญญาประกัน การอนุมัติคำขอเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขกรมธรรม์ เป็นต้น ซึ่งทำท่าที่ผู้จัดทำสร้างมาเพื่อสื่อความหมายคือท่าถือเอกสารที่มีตราอนุมัติประทับบนเอกสารดังกล่าว เพื่อสื่อว่าคำขอของลูกค้าถูกอนุมัติเรียบร้อยแล้ว



รูปที่ 3.23 ท่าทางตัวละคร “อนุมัติผ่านค่ะ” หลังจากไดคัทและใส่ฟอนต์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569



รูปที่ 3.24 ท่าทางตัวละคร “อนุมัติผ่านค่ะ” หลังจากใส่ Effect เพื่อส่งเสริมอารมณ์ของตัวละคร และความหมายสติกเกอร์ไลน์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

จากผลงานที่กล่าวมาคือตัวอย่างการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่อิงจากอาชีพตัวแทนประกันใช้ในการสื่อสารผ่านไลน์ที่นิยมใช้เป็นประจำ ซึ่งทางผู้จัดทำได้ทำการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่เหลือต่อด้วยหลักการวิธีคิดและเทคนิคเดียวกันจนครบ 40 ภาพ ตามรูปภาพดังนี้



รูปที่ 3.25 รูปทั้งหมด 40 ที่เสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

หลังจากที่สร้างสติกเกอร์ไลน์ครบทั้ง 40 ภาพ นำภาพบางส่วนมาทำเป็นภาพโปสเตอร์โปรโมทพร้อมตั้งชื่อผลงานตามนโยบายของทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด ซึ่งทางผู้จัดได้ตั้งชื่องานนี้ว่า “แอนประกันใจ”

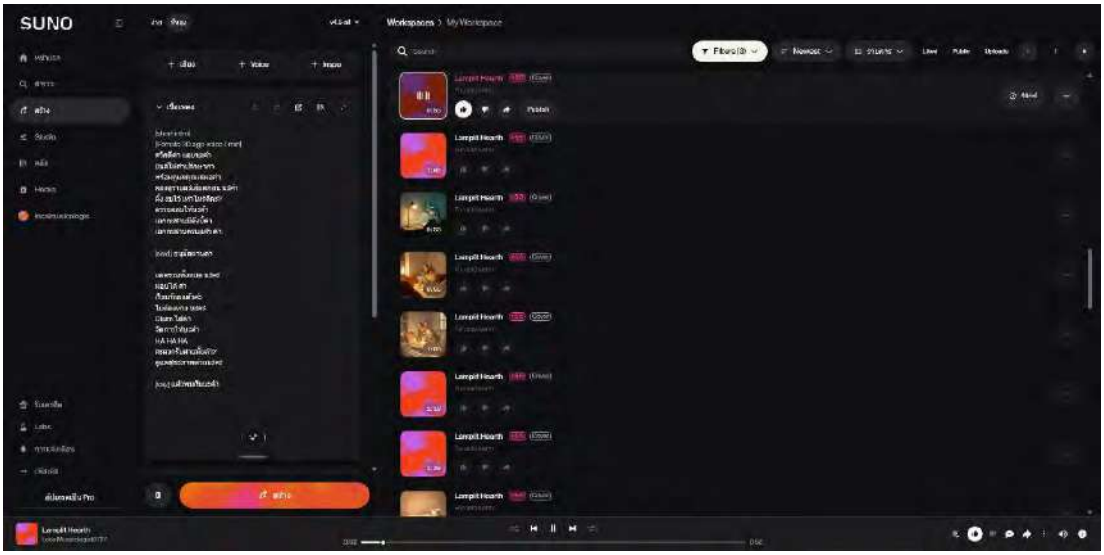


รูปที่ 3.26 ภาพโปสเตอร์โปรโมท

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ขั้นตอนที่ 4 ทำสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์

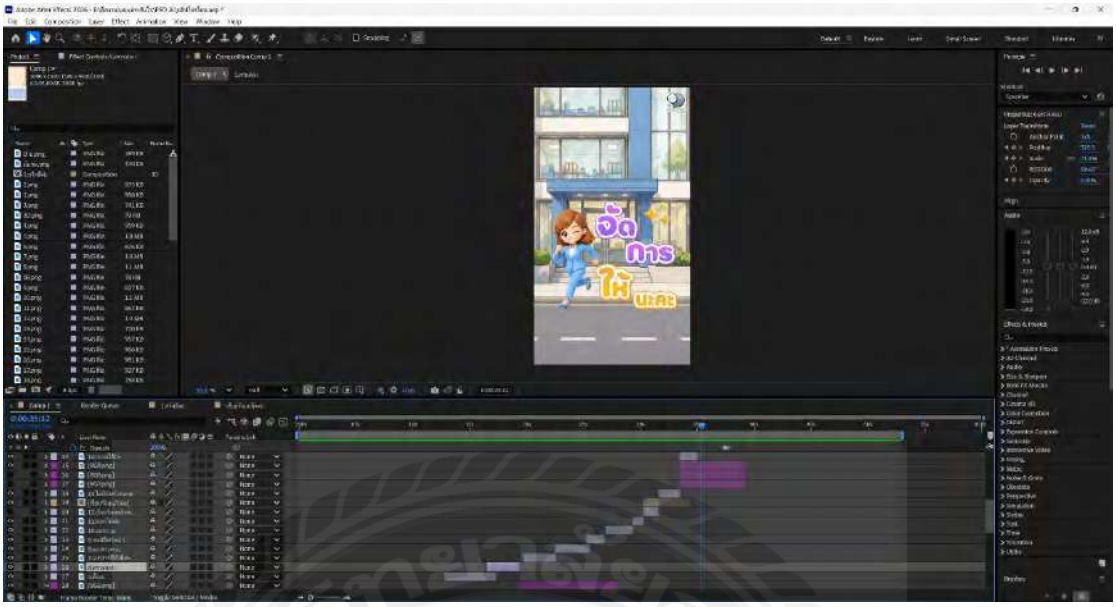
เมื่อทำสติกเกอร์ไลน์จนเสร็จสิ้นแล้ว ทางผู้จัดทำได้ปรึกษากับพนักงานที่ปรึกษาเพื่อทำการขอสร้างสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ของสติกเกอร์ไลน์ “แอนประกันใจ” โดยทำการเลือกคำพูดจากสติกเกอร์ไลน์มา 19 คำ มาจัดเรียงลำดับให้กลายเป็นเนื้อเพลงและสร้างเสียงเพลงที่ร้องด้วย Suno Ai



รูปที่ 3.27 เขียนเนื้อร้องและสร้างเพลงใน Suno Ai

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

นำเพลงที่สร้างมาใส่ใน After Effect และนำสติกเกอร์ไลน์ที่เลือกไว้และภาพพื้นหลังมาวางบน Timeline พร้อมใส่ Motion



รูปที่ 3.28 ตัดตต่อและใส่ Motion ใน After Effect

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ขั้นตอนที่ 5 ส่งมอบชิ้นงานให้ทางบริษัทเพื่อจัดจำหน่าย

เมื่อทำสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์เสร็จสิ้นทางผู้จัดทำได้ส่งมอบชิ้นงานทั้งหมดให้กับทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด เพื่อทำการนำสติกเกอร์ไลน์ “แอนประกันใจ” ทั้ง 40 ภาพขึ้นระบบเข้าสู่การพิจารณาเพื่อจัดจำหน่ายบนแอปพลิเคชันไลน์ต่อไป และได้ทำการเผยแพร่สื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม Facebook และ TikTok เพื่อโปรโมทสติกเกอร์ไลน์ “แอนประกันใจ”

3.2 รายละเอียดการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

3.2.1 งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 1



รูปที่ 3.29 ภาพออกแบบสติกเกอร์ไลน์เคลื่อนไหว 8 ชิ้น

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้ออกแบบสติกเกอร์ไลน์เคลื่อนไหวจากภาพ Ai Generate ทั้งหมด 8 ชิ้น ชื่อผลงานว่า “Neo Pixel 2026” ซึ่งกระบวนการเน้นการปรับแต่งใส่รายละเอียดภาพด้วยฟอนต์ ตกแต่ง Effect ให้เหมาะสมกับบริบทภาพสำหรับนำไปใช้งาน ซึ่งเริ่มจากนำมาไดคัท และลดจำนวนเฟรมภาพให้สอดคล้องกับคู่มือการสร้างสติกเกอร์ไลน์เคลื่อนไหวของทางไลน์ และใส่ข้อความ

3.2.2 งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 2-3



รูปที่ 3.30 ผลงานการออกแบบมาสคอต ให้ ธุรกิจสื่อ

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

มีส่วนร่วมในการดำเนินการออกแบบมาสคอต 3D ตามโจทย์ที่ได้รับมาจากลูกค้า โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์นำไปใช้พัฒนาต่อเป็นสติกเกอร์ไลน์สำหรับการใช้งาน ซึ่งทำผ่าน Chat GPT



รูปที่ 3.31 Collection ผลงานออกแบบสติกเกอร์ไลน์,อิโมจิ,ธีมไลน์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับมอบหมายให้นำคาแรคเตอร์ที่สร้างจาก AI มาทำเป็นผลงาน 3 แบบคือ สติกเกอร์ไลน์ จำนวน 24 ชิ้น อิโมจิ 24 ชิ้น และธีมไลน์ 1 ชุด และตั้งชื่อผลงานว่า “คาเฟ่ลูกเมี๊ยว” เพื่อจัดจำหน่ายบนทางไลน์ จัดทำผ่านโปรแกรม Photoshop Illustrator และ Canva

3.2.3 งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ 4-5



รูปที่ 3.32 ภาพสื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนออกแบบมาสคอต

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับมอบหมายให้ทำสื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนออกแบบมาสคอต ไว้ลงช่องทางหลังร้านของ แชทสติ๊ค



รูปที่ 3.33 ภาพรวมสติกเกอร์ไลน์ 40 ภาพ

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับมอบหมายให้ทำการออกแบบคาแรคเตอร์ที่มีลักษณะปากไม่ตรงกับใจ ซึ่งทางผู้จัดทำได้สร้างเป็น ตุ๊กตาหมีที่หน้าตาเบื่อหน่าย และนำมาทำเป็นสติกเกอร์ไลน์จำนวน 40 ภาพ ผ่านโปรแกรม Photoshop Illustrator และ Canva และใช้ชื่อผลงานว่า “เท็ดดี้หน้ามุ่ย”

3.2.4 งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 6-8



รูปที่ 3.34 Collection ผลงานออกแบบสติกเกอร์ไลน์,อิโมจิ,ธีมไลน์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับมอบหมายให้นำคาแรคเตอร์ที่สร้างจาก AI มาทำเป็นผลงาน 3 แบบคือ สติกเกอร์ไลน์ จำนวน 40 ชิ้น อิโมจิ 40 ชิ้น และธีมไลน์ 1 ชุด และตั้งชื่อผลงานว่า “แบร์รี่เค้ก” เพื่อจัดจำหน่ายบนทางไลน์ จัดทำผ่านโปรแกรม Photoshop, Illustrator, Procreate และ Canva



รูปที่ 3.35 Collection ผลงานออกแบบสติกเกอร์ไลน์,อิโมจิ,ธีมไลน์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับมอบหมายให้นำคาแรคเตอร์ที่สร้างจาก AI มาทำเป็นผลงาน 3 แบบคือ สติกเกอร์ไลน์ จำนวน 40 ชิ้น อิโมจิ 40 ชิ้น และธีมไลน์ 1 ชุด และตั้งชื่อผลงานว่า “สาวน้อยเนซึมิ” เพื่อจัดจำหน่ายบนทางไลน์ จัดทำผ่านโปรแกรม Photoshop, Illustrator, Procreate และ Canva

3.2.5 งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 9-10



รูปที่ 3.36 ผลงานการออกแบบมาสคอต ให้ ร้านขายผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

มีส่วนร่วมในการปรับดีไซน์การออกแบบมาสคอต ตามโจทย์ที่ได้รับมาจากลูกค้า โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์นำไปใช้พัฒนาต่อเป็นสติกเกอร์ไลน์สำหรับการใช้งาน ซึ่งทำผ่าน Chat GPT และ Procreate



รูปที่ 3.37 Collection ผลงานออกแบบสติกเกอร์ไลน์,อิโมจิ,ธีมไลน์

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับมอบหมายให้นำคาแรคเตอร์ที่สร้างจาก AI มาทำเป็นผลงาน 3 แบบคือ สติกเกอร์ไลน์ จำนวน 40 ชิ้น อิโมจิ 40 ชิ้น และธีมไลน์ 1 ชุด และตั้งชื่อผลงานว่า “วัยรุ่นเจนซ่า” เพื่อจัดจำหน่ายบนทางไลน์ จัดทำผ่านโปรแกรม Photoshop, Illustrator, Procreate และ Canva

3.2.6 งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 11-12



รูปที่ 3.38 คลิปรีวิวแอปพลิเคชันที่ทำโดย ChatStick

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับโจทย์มอบหมายให้ทำคลิปรีวิวแอปพลิเคชัน 2 แอป คือ Lawlens และ Vocablift โดยเป็นการแนะนำฟีเจอร์ต่างๆ ภายในแอปที่เน้นการเรียนรู้และแหล่งดาวน์โหลด ซึ่งทำผ่าน CapCut และ Canva



รูปที่ 3.39 ผลงานการออกแบบมาสคอต ให้ คลินิก

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

มีส่วนร่วมในการดำเนินการออกแบบมาสคอต 3D ตามโจทย์ที่ได้รับมาจากลูกค้า โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์นำไปใช้พัฒนาต่อเป็นสติกเกอร์ไลน์สำหรับการใช้งาน ซึ่งทำผ่าน Chat GPT



รูปที่ 3.40 ผลงานการออกแบบมาสคอต ให้ โรงเรียน

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

มีส่วนร่วมในการดำเนินการออกแบบมาสคอต 3D ตามโจทย์ที่ได้รับมาจากลูกค้า โดยลูกค้ามีวัตถุประสงค์นำไปใช้พัฒนาต่อเป็นสติกเกอร์ไลน์สำหรับการใช้งานและสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียน ซึ่งทำผ่าน Procreate

3.2.7 งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 13-14



รูปที่ 3.41 ผลงานการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ 40 ภาพ

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับมอบหมายให้ทำการออกแบบกลุ่มคาแรคเตอร์นำมาพัฒนาต่อเป็นสติกเกอร์ไลน์จำนวน 40 ภาพ ที่ใช้สำหรับภายในครอบครัว ซึ่งทางผู้จัดทำได้สร้างเป็น ลูกที่อยู่ห่างไหลจากบ้านแต่ยังมีความคิดถึงครอบครัวที่อยู่ต่างจังหวัด ซึ่งทำผ่านโปรแกรม Photoshop, Illustrator, Canva และ Chat GPT และใช้ชื่อผลงานว่า “บ้านนี้ที่สุขใจ”



รูปที่ 3.42 คลิปรีวิวแอปพลิเคชันที่ทำโดย ChatStick

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับโจทย์มอบหมายให้ทำคลิปรีวิวแอปพลิเคชัน 2 แอป คือ HSK Ready และ Psypath โดยเป็นการแนะนำฟีเจอร์ต่างๆ ภายในแอปที่เน้นการเรียนรู้และแหล่งดาวน์โหลด ซึ่งทำผ่าน CapCut และ Canva

3.2.8 งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 15



รูปที่ 3.43 ผลงานการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ 40 ภาพและคลิปโปรโมท

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ได้รับมอบหมายให้ทำการออกแบบคาแรคเตอร์นำมาพัฒนาต่อเป็นสติกเกอร์ไลน์จำนวน 40 ภาพ ที่ใช้สำหรับสื่อสาร ซึ่งทางผู้จัดทำได้สร้างเป็น สิงโตสไตล์ Rock ซึ่งทำผ่านโปรแกรม Photoshop, Illustrator, Canva และ Chat GPT และใช้ชื่อผลงานว่า “เจ้าสิงขาร็อค” พร้อมทำคลิปโปรโมทผ่านโปรแกรม CapCut และ Canva

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

4.1 ผลการปฏิบัติงานตามโครงงาน

โครงงานสหกิจศึกษา “โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน” มีไอเดียมาจากทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัดต้องการให้กลุ่มนักศึกษาฝึกงานรวมถึงตัวผู้จัดทำเอง ให้มานำเสนอโครงงานสติกเกอร์ไลน์กลุ่มอาชีพที่มีการสื่อสารกับลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์ที่ตนเองสนใจคนละ 1 อาชีพ เพื่อพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ที่สร้างจากไอเดียของตนเอง และกลายเป็นผลงานที่เหมาะสำหรับใช้ในการทำงานของกลุ่มเป้าหมายที่ประกอบอาชีพนั้นโดยเฉพาะ ซึ่งทางผู้จัดทำได้เลือกอาชีพตัวแทนประกันเนื่องจากเป็นอาชีพที่มีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักและได้ไปนำเสนอไอเดียกับพนักงานที่ปรึกษาเพื่ออนุมัติในการสร้างผลงาน

ต่อมาทางผู้จัดทำได้มีการศึกษาและค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกันทั้งบุคลิกภาพและลักษณะการทำงานของกลุ่มอาชีพตัวแทนประกันและยังศึกษาลักษณะการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อใช้งานเป็นสติกเกอร์ไลน์ว่าควรมีรูปลักษณ์แบบไหนถึงจะเหมาะกับการใช้งานบนแชทไลน์ ก่อนจะเริ่มทำงานออกแบบคาแรคเตอร์ที่มีลักษณะเป็นเหมือนอาชีพตัวแทนประกัน อีกทั้งยังปรับบุคลิกภาพให้มีความน่าเชื่อถือและเข้าถึงง่ายอีกด้วย



รูปที่ 4.1 วาดร่างตัวละครและนำมาตัดเส้นพร้อมลงสี

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

เมื่อออกแบบตัวต้นแบบเสร็จเรียบร้อยทางผู้จัดทำได้นำไปเสนอกับกับพนักงานที่ปรึกษาก่อนจะถูกปรับให้เปลี่ยนเป็นลักษณะ 3D โดยการ Generate AI ด้วย Chat GPT



รูปที่ 4.2 ภาพ Generate AI ตัวละครที่ออกแบบมาให้กลายเป็น 3D

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

หลังจากที่ได้ตัวละครแล้วทางผู้จัดจึงทำการเลือกคำพูดที่ทางอาชีพตัวแทนประกันมักสื่อสารกับลูกค้ามาทั้งหมด 40 คำ และนำภาพ 3D ที่ได้มา ไป Generate AI ต่อไปเพื่อสร้างท่าทางและสีหน้าที่สอดคล้องกับคำพูด ก่อนจะนำไปไดคัทและและปรับสีอีกครั้งก่อนจะใส่ฟอนต์และจัดวางให้กลายเป็น สติกเกอร์ที่สามารถสื่อความหมายได้ผ่านโปรแกรม Photoshop และใส่ Effect เพิ่มเติมผ่าน Canva



รูปที่ 4.3 ภาพตัวอย่างการดำเนินงานผ่านโปรแกรม Photoshop

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569



รูปที่ 4.4 ภาพตัวอย่างการดำเนินงานผ่าน Canva

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

ซึ่งเมื่อทำเสร็จจนครบ 40 ภาพแล้วทางผู้จัดทำได้นำรูปทั้งหมดมาวางใส่ในภาพรวมและตั้งชื่อผลงานเพื่อให้ทางพนักงานที่ปรึกษาตรวจสอบก่อนจะทำท่าปรับแก้ไขในบางภาพที่ยังสื่อสารได้ไม่ชัดเจนหรือมีท่าทางทำซ้ำบ่อยจนเกินไปและเมื่อแก้ไขเสร็จเรียบร้อยจึงทำการส่งภาพรวมที่แก้ไขใหม่อีกครั้งและได้รับการอนุมัติให้ผ่านจากพนักงานที่ปรึกษาก่อนจะนำไปทำภาพนิ่งสื่อประชาสัมพันธ์



รูปที่ 4.5 ภาพรวมของสติกเกอร์ไลน์แอนประกันใจทั้ง 40 ภาพที่ได้รับการอนุมัติแล้ว

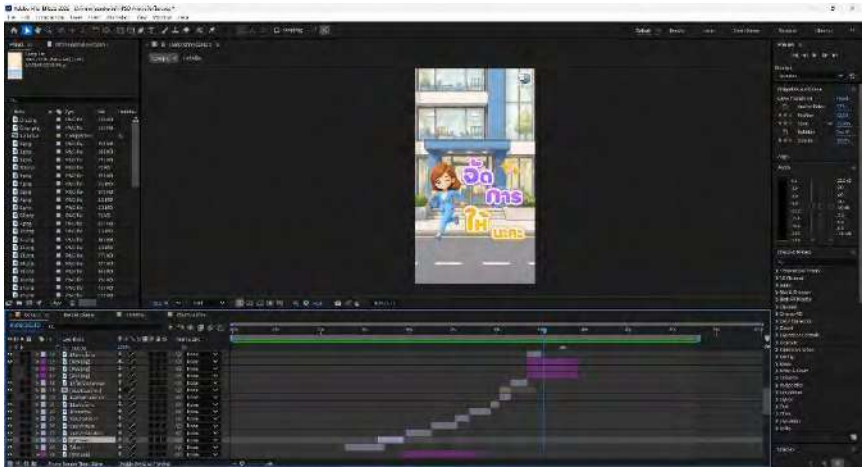
ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569



รูปที่ 4.6 ภาพนิ่งประชาสัมพันธ์ของชุดสติกเกอร์ไลน์ “แอนประกันใจ”

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

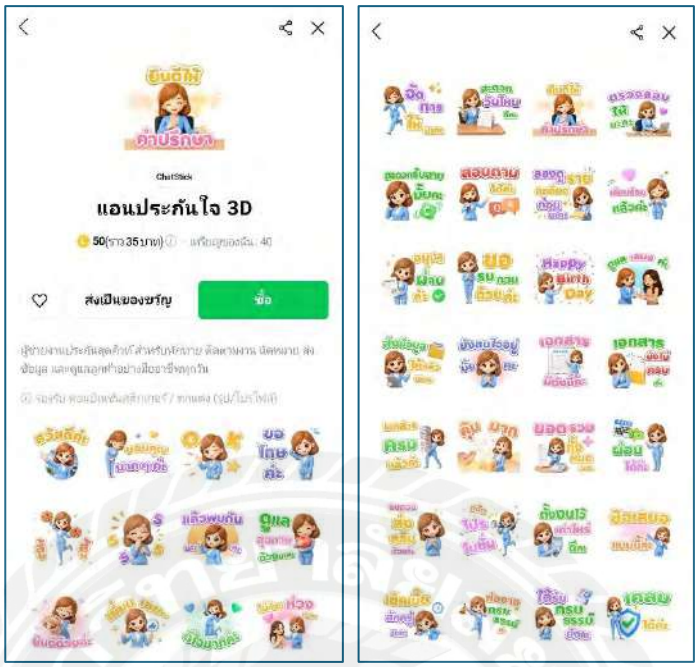
เมื่อสร้างสติกเกอร์ไลน์เสร็จเรียบร้อยทางผู้จัดทำจึงขออนุญาตกับพนักงานที่ปรึกษาเพื่อทำงานสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ให้กับชุดสติกเกอร์ไลน์ “แอนประกันใจ” เพื่อเพิ่มการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยการนำคำพูดในสติกเกอร์ไลน์บางส่วนมาสร้างเป็นเพลงผ่าน Suno AI และนำไปทำ Motion เพื่อสร้างเป็นสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ความยาวไม่เกิน 1 นาทีใน After Effect



รูปที่ 4.7 ภาพตัวอย่างการดำเนินงานผ่าน After Effect

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

เมื่อสร้างผลงานสำเร็จแล้วทางผู้จัดทำได้ส่งมอบชิ้นงานให้กับทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด เพื่อทำการส่งจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าสติกเกอร์ไลน์และเผยแพร่สื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, TikTok เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันผลงานได้ถูกเผยแพร่เป็นที่เรียบร้อยแล้ว



รูปที่ 4.8 ภาพชุดสติกเกอร์ไลน์ แอนประกันใจ ที่ได้จัดจำหน่ายบนร้านค้าสติกเกอร์ไลน์แล้ว

ที่มา: https://line.me/S/sticker/35882661/?lang=th&utm_source=gnsh_stickerDetail



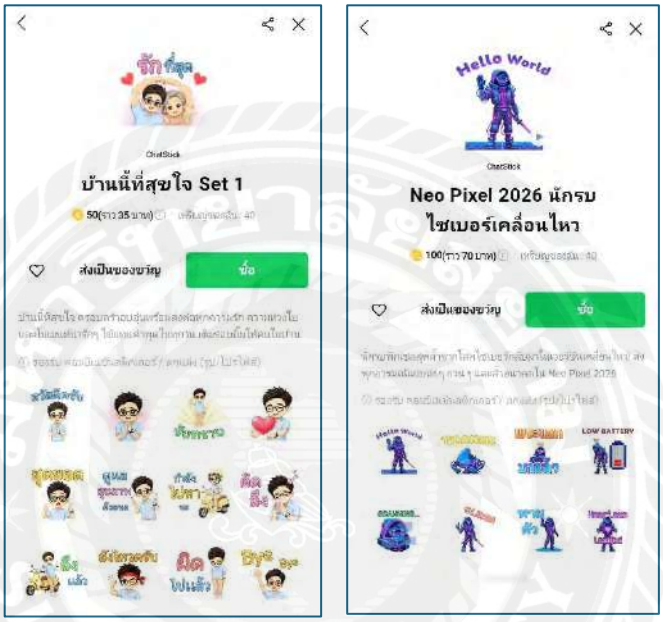
รูปที่ 4.9 ภาพสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ที่ถูกเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์

ที่มา: https://vt.tiktok.com/ZSqmry9kP/

4.2 ผลการปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย

การออกแบบผลงานการออกแบบชิ้นงานต่างๆ ที่ได้ทำภายในบริษัท แชทสติ๊ค จำกัดที่ได้รับมอบหมายมีดังนี้

4.2.1 การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ เพื่อใช้ในการสื่อสารผ่านแชทไลน์ ทั้งสติกเกอร์ไลน์ภาพนิ่งและเคลื่อนไหว

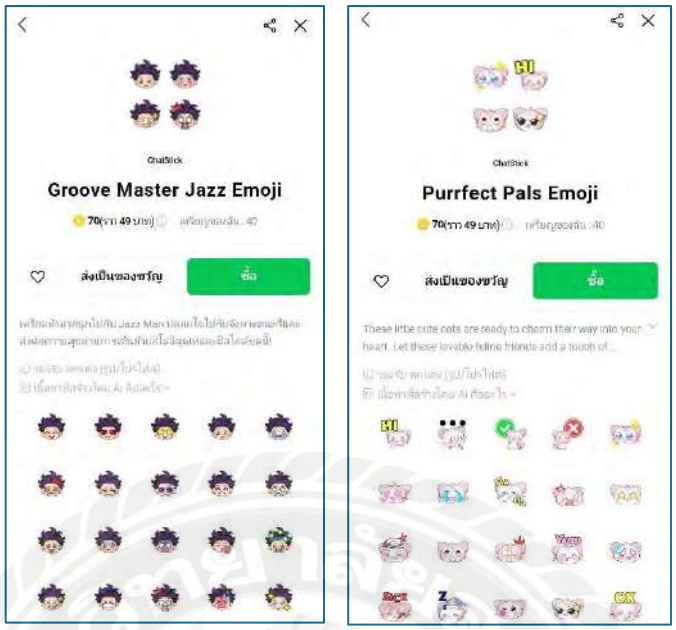


รูปที่ 4.10 ภาพผลงานการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่ได้จัดจำหน่ายบนร้านสติกเกอร์ไลน์

ที่มา:

https://line.me/S/shop/sticker/author/550272/top?lang=th&utm_source=gnsh_staut

4.2.2 การออกแบบอีโมจิเพื่อใช้แสดงความรู้สึกบนแชทไลน์



รูปที่ 4.11 ภาพผลงานการออกแบบอีโมจิที่ได้จัดจำหน่ายบนร้านค้าสติกเกอร์ไลน์

ที่มา:

https://line.me/S/shop/sticker/author/550272/top?lang=th&utm_source=gnsh_staut

4.2.3 การออกแบบธีมไลน์ เพื่อส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ในการใช้งานแอพไลน์สำหรับผู้ใช้งานผ่านสมาร์ทโฟนต่างๆ



รูปที่ 4.12 ภาพผลงานการออกแบบธีมไลน์ที่ได้จัดจำหน่ายบนร้านค้าธีมไลน์

ที่มา: https://line.me/S/shop/theme/detail?id=ce95139b-efe5-4b81-ad44-d616e7cf8993&lang=th&utm_source=gnsh_themeDetail

4.2.4 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ของแบรนด์ของบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด



รูปที่ 4.13 ภาพสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปโพสต์ลงเพจบน Facebook

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

4.2.5 การสร้างคลิปสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับสติกเกอร์ไลน์และแอปพลิเคชันของบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด



รูปที่ 4.14 ภาพผลงานสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ทั้งสติกเกอร์ไลน์และแอปพลิเคชัน

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

4.2.6 การออกแบบมาสคอต เพื่อเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจตามความต้องการของลูกค้าที่ได้รับมอบหมายจากบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด



รูปที่ 4.15 ภาพผลงานการออกแบบมาสคอตสำหรับใช้เป็นตัวเลือกตามความต้องการของลูกค้า

ที่มา: ผู้จัดทำ, 2569

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงงาน

การดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของการออกแบบสติกเกอร์ไลน์สำหรับตัวแทนกลุ่มอาชีพตัวแทนประกันจำนวน 40 ชิ้นและสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ อาจจะพบปัญหาในการทำงานอยู่บ้าง เช่น ทางท่าของแต่ละข้อความที่คล้ายกัน สีหน้าเดียวกันหลายภาพจนเกินไป ทำให้ขาดมิติและอารมณ์ของงาน แต่ก็ได้แก้ไขปรับตามคำแนะนำของพนักงานที่ปรึกษา จนสามารถสร้างท่าทางให้สอดคล้องกับข้อความที่คัดเลือกมาและสื่อสารข้อความนั้นได้อย่างชัดเจน เมื่อมาถึงงานทำสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ของสติกเกอร์ไลน์ชุดนี้ ก็ได้เรียนรู้ในการใช้โปรแกรมต่างๆ แม้ว่าจะยังไม่ชำนาญในการใช้เครื่องมือแต่ก็ลองทำและปรับแก้จนงานทั้งหมดที่ทำมาก็ได้ออกมาเป็นผลงานที่สมบูรณ์ และสามารถทำให้งานออกมาจำหน่ายได้สำเร็จ ประสบการณ์ในการทำโครงงานชิ้นนี้นับว่าเป็นประสบการณ์ที่ดีมาก แม้ว่าผลงานที่ทำออกมาสำเร็จแล้ว แต่ก็ทำให้รู้ว่ายังมีอีกหลายอย่างที่ผู้จัดทำต้องฝึกฝนและพัฒนาทักษะเพิ่มขึ้นเช่นกัน

5.2 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา

ในการปฏิบัติสหกิจศึกษาที่ผ่านมาทางผู้จัดทำได้รับประสบการณ์ในการทำงานและเทคนิคในการทำงานออกแบบในงานต่างๆ ทั้ง สติกเกอร์ไลน์ อีโมจิ ธีม คลิปวิดีโอ สื่อประชาสัมพันธ์ ออกแบบคาแรคเตอร์ ทำให้เข้าใจกระบวนการออกแบบในลักษณะงานที่มีความแตกต่างกัน แม้ว่าในช่วงการดำเนินงานจะมีอุปสรรคในการทำงานอยู่บ้างซึ่งบางครั้งก็อาจจะทำให้งานสำเร็จช้ากว่าที่กำหนด แต่เป็นบทเรียนที่ดี ปรับปรุงในส่วนที่ผิดพลาดและพัฒนาเพื่อให้ดีจนสำเร็จลุล่วง และดำเนินงานชิ้นต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีพนักงานที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำและรับฟังไอเดียงานใหม่ที่ตัวผู้จัดทำอยากลองทำและอยากเรียนรู้ ซึ่งทางผู้จัดทำจะนำประสบการณ์ที่มีค่าในช่วงเวลาปฏิบัติสหกิจศึกษาไปใช้พัฒนาในการทำงานต่อไปในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินโครงงานผู้จัดทำพบว่าการวางแผนและกำหนดแนวทางการออกแบบตั้งแต่เริ่มต้นเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการกำหนดรูปแบบตัวละคร สัดส่วน โทนสี ลักษณะท่าทาง และคำพูดที่นำมาใช้ในสติกเกอร์ เพื่อให้ผลงานแต่ละชิ้นมีรูปแบบที่สอดคล้องกัน และช่วยลดระยะเวลาในการ

แก้ไขงานในภายหลัง นอกจากนี้ควรศึกษาลักษณะการสื่อสารและความต้องการของกลุ่ม อาชีพ ตัวแทนประกันให้ชัดเจน เพื่อให้คำพูดและภาพประกอบสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

ในการนำ AI มาใช้ในการสร้างภาพประกอบ ควรใช้เป็นเครื่องมือช่วยสนับสนุนกระบวนการออกแบบเพื่อช่วยลดระยะเวลาในการสร้างภาพร่างและเพิ่มทางเลือกในการออกแบบ อีกทั้งภาพที่สร้างขึ้นจาก AI อาจมีรายละเอียดบางส่วนที่ไม่ตรงตามความต้องการ เช่น รูปร่างของตัวละคร สี ลายเส้น สัดส่วน หรือองค์ประกอบที่ผิดเพี้ยนควรมีการตรวจสอบและนำมาปรับแก้ด้วยโปรแกรมกราฟิกก่อนนำไปใช้งานจริงทุกครั้ง

ผู้จัดทำควรพัฒนาทักษะด้านการออกแบบ การใช้โปรแกรม และการผลิตสื่ออย่างต่อเนื่อง รวมถึงเรียนรู้เทคนิคและเครื่องมือใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติสหกิจศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริงในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

ขนิษฐา จิตแสง. (2564). การสื่อสารระหว่างบุคคลในบริบทการศึกษา. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, *39*(3), 91–107.

คริสซี่. (2566, 2 สิงหาคม). *การกระจายแสงของปริซึมการเกิดรุ้งและเซลล์สุริยะ* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=gieF83O2aBA

จรรยา เหตะโยธิน. (2564). *แนวทางการออกแบบตัวละคร กรณีศึกษา 'เดอะ คาแรคเตอร์ ดีไซน์ ชาเลนจ์'. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.*, 32(1), 1–15. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl/article/view/248380

จิณห์นิภา แสงสุข. (2567). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา*, *8*(2), 12–26. ru.ac.th

ซูฟียา เจะอารง. (2547). *การเชื่อมโยงสีกับสภาวอารมณ์ของวัยรุ่นตอนปลายและผู้ใหญ่ตอนต้น* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. คลังปัญญาจุฬาฯ เพื่อการพาณิชย์. chula.ac.th. https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2004.242

ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี. (2566). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐกร สงคราม และ เนาวนิตย์ สงคราม. (2565). *นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้และการนำเสนอ*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนพล จุลกะเศียน. (2566). *Character design การออกแบบตัวละคร* (ฉบับปรับปรุง). สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

นริส พิเชษฐพันธ์. (2563). การสื่อสารตราสินค้าจากการใช้ตัวแสดงที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นโฆษกสินค้า (Spoke-characters) ของไลน์สติกเกอร์ในประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, *12*(3), 165–177.

นินาท คณะนาม. (2563, 25 มกราคม). *ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล (Berio)*. GotoKnow. https://www.gotoknow.org/posts/674697

ปฤษฎี ศิลปสม. (2567). *การออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลสร้างสรรค์ไทยผ่านอารมณ์เชิงบวก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository. https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/74196

พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี. (2552). *ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลเด้น เพลซ* [ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. SWU IR. https://hdl.handle.net/20.500.14740/25278

ศิริภรณ์ พุทธรักษ์, ธรรศนรรฆ์ นนทเวช, และ สรเชษฐ์ สุคนธ์มณี. (2563). ผลสัมฤทธิ์ในการประกอบอาชีพตัวแทนประกันชีวิตในสังกัดสำนักงานตัวแทน บริษัท เอไอเอ จำกัด สาขากรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *3*(2), 221-233.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร (หรือ Diamond in Business World).

สิโรดม มณีแฮด, วิสารท เดชกุล. (2568). การพัฒนาชุดสื่อสติกเกอร์ไลน์ที่ออกแบบโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยสี่ภาค. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 9(7), 26 -39

อู่แก้ว สาณะเสน. (2555, 3 มิถุนายน). *วงจรสี*. RienDee. https://riendee.wordpress.com/colour-theory/วงจรสี/

Cookie Run: Kingdom Wiki. (n.d.). *Almond Cookie*. Fandom. Retrieved September 8, 2026, from https://cookierunkingdom.fandom.com/wiki/Almond_Cookie

Dream Farm Studios. (2026, April 6). *Shape language in character design*. https://dreamfarmstudios.com/blog/shape-language-in-character-design/

Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2015). *A first look at communication theory* (9th ed.). McGraw-Hill Education.

Heroes Wiki. (n.d.). *Cinnamoroll*. Fandom. Retrieved September 8, 2026, from https://hero.fandom.com/wiki/Cinnamoroll

LINE Creators Market. (ม.ป.ป.). *ข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติในการพิจารณาสติกเกอร์*. LINE Creators Market. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2569, https://creator.line.me/th/review_guideline/

Powerpuff Girls Wiki. (n.d.). *Bubbles (1998 TV series)*. Fandom. Retrieved September 8, 2026, from https://powerpuffgirls.fandom.com/wiki/Bubbles_(1998_TV_series)

Raybould, B. J. (2021). *Visual elements of art: The three components of color*. Virtual Art Academy. https://www.virtualartacademy.com/three-components-of-color/

Simon, K. (2025, November 8). *Digital 2026: Thailand.* Datareportal. https://datareportal.com/reports/digital-2026-thailand

The Grim Adventures of Billy and Mandy Wiki. (n.d.). *Grim*. Fandom. Retrieved September 8, 2026, from https://grimadventures.fandom.com/wiki/Grim

The Lucky Space. (2567, 23 กันยายน). *การเลือกใช้สีจากทฤษฎีของสี วงจรสี ในการออกแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์*. https://theluckyspace.com/การเลือกใช้สีจากทฤษฎีของ/

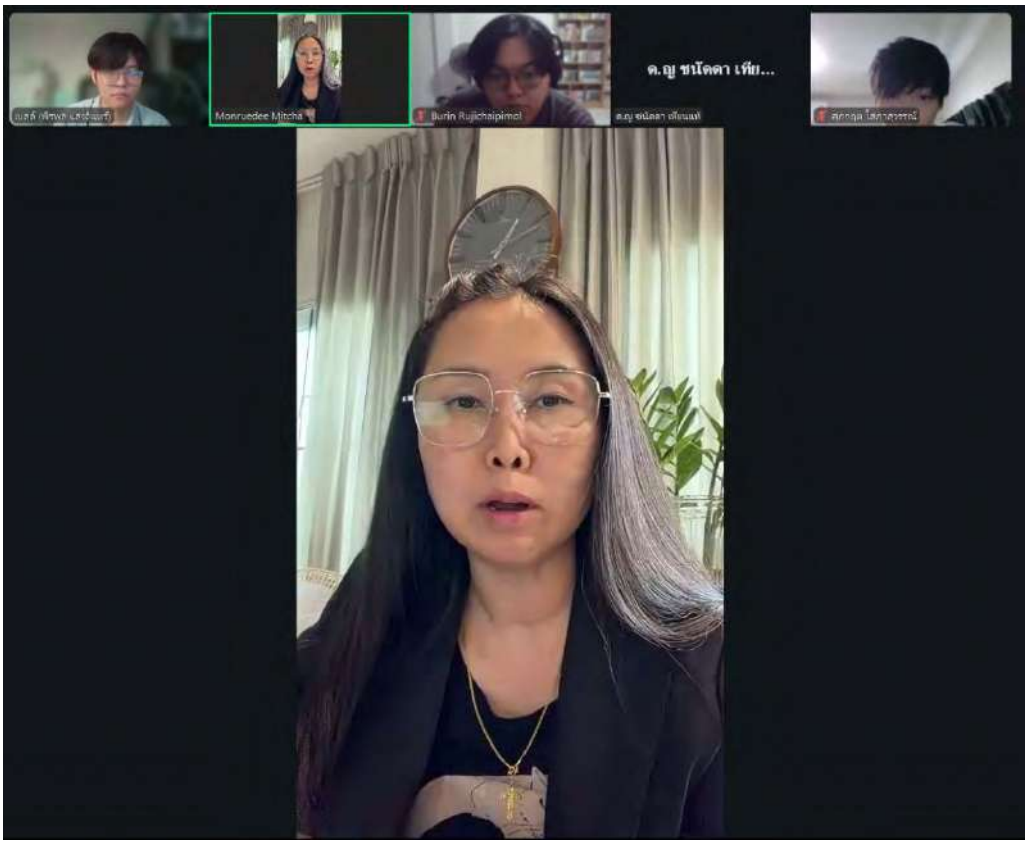
TV Tropes. (n.d.). *Hazbin Hotel: Charlie Morningstar*. Retrieved September 8, 2026, from https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Characters/HazbinHotelCharlieMorningstar

Warner Bros Wiki. (n.d.). *Fred Jones*. Retrieved September 8, 2026, from https://warnerbroscartoons.fandom.com/wiki/Fred_Jones

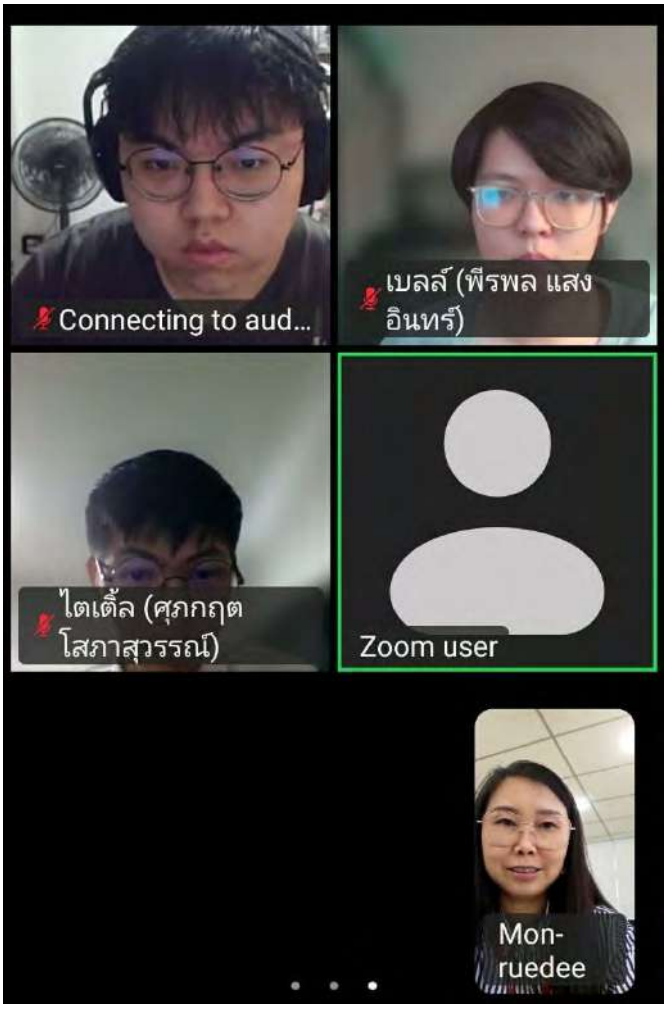
ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ภาพการนิเทศของอาจารย์



ภาพที่ 1 ภาพการนิเทศของอาจารย์ครั้งที่ 1



ภาพที่ 2 ภาพการนิเทศของอาจารย์ครั้งที่ 2

ภาคผนวก ข

ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 1 ภาพการประชุมของผู้จัดทำกับบริษัท



ภาพที่ 2 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 3 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 4 สถานที่และอุปกรณ์สำหรับปฏิบัติงาน



ภาพที่ 5 อุปกรณ์ใช้สำหรับปฏิบัติงาน



ภาพที่ 6 ภาพการประชุมของผู้จัดทำกับบริษัท

ประวัติผู้เขียน



รหัสนักศึกษา 6706400030

ชื่อ - นามสกุล นายพีรพล แสงอินทร์

คณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

สถานที่อยู่ปัจจุบัน 57/197 ซ.เอกชัย 87/1 แขวงคลองบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร 10150

ผลงาน โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน

แบบสรุปโครงงานสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE)

มหาวิทยาลัยสยาม

ข้อมูลของนักศึกษา

1. ชื่อ-สกุล : นายพีรพล แสงอินทร์

2. สาขาวิชา/คณะ : สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

3. E-mail นักศึกษา : Pheraphol.san@siam.edu

4. ชื่อโครงการ/ผลงาน : โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน

5. ชื่อสถานประกอบการ : บริษัท แชทสติ๊ค จำกัด

6. ที่อยู่สถานประกอบการ : 324/12 เวิร์ฟ-เพชรเกษม 81 ถ.มาเจริญ แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กทม. 10160 หมายเลขโทรศัพท์ 095-851-5825

7. ระยะเวลาปฏิบัติงาน : 18 พฤษภาคม 2569 ถึง 28 สิงหาคม 2569

8. ผู้นิเทศงานในสถานประกอบการ (พนักงานพี่เลี้ยง)

ชื่อ-สกุล : นางปนัดดา เทียนแท้

ตำแหน่ง : Managing Director

ข้อมูลโครงงาน/ผลงาน

1. โครงงาน/ผลงาน/งานประจำ ได้รับการจัดระบบการทำงานที่เหมาะสมจากสถานประกอบการทั้งลักษณะงานและระยะเวลา มีการจัดระบบพี่เลี้ยงสอนงาน

ทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด ได้มีการมอบหมายงานให้นักศึกษาอย่างเหมาะสม มีการกำหนดระยะเวลาในการทำงานของแต่ละชิ้นงานได้อย่างชัดเจน และสามารถถามพนักงานที่ปรึกษาได้ตลอดเมื่อเกิดข้อสงสัยในงานแต่ละชิ้นและได้รับการแนะนำในการแก้ไขปัญหาได้อย่างดี มีการเสนองานออกแบบประเภทต่างๆ ให้ทางนักศึกษาฝึกงานได้ทำเพื่อเรียนรู้และเข้าใจกระบวนการออกแบบในชิ้นงานแต่ละประเภททั้ง สติกเกอร์ไลน์ อีโมจิ ธีมไลน์ การออกแบบคาแรคเตอร์ สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งภาพนิ่งและสื่อเคลื่อนไหว และโครงงาน “โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน” ทางพนักงานที่ปรึกษา

ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบงานเหมาะสม ซึ่งงานที่ได้ทำช่วงการปฏิบัติสหกิจทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้เข้าใจกระบวนการทำงานจริงภายในองค์กร ซึ่งทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์จากการทำงานจริงในสายงานการออกแบบและการผลิตสื่อ

2. **การดำเนินงานมีความถูกต้อง มีระเบียบแบบแผนและทำให้นักศึกษามีโอกาสประยุกต์ใช้วิชาความรู้/ทักษะ ตามที่ได้เรียนมา โดยใช้ความรู้ทักษะในการศึกษากระบวนการ การวิเคราะห์และการแก้ปัญหา หรือสร้างแนวทางใหม่**

ทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด ได้เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ใช้เครื่องมือและโปรแกรมได้อย่างอิสระเพื่อให้นักศึกษาได้ทดลองเรียนรู้ และแนะนำการใช้เครื่องมือ AI เพื่อมาประยุกต์ในการออกแบบผลงาน แต่ทุกงานยังคงเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ใช้ทักษะและความรู้เกี่ยวกับการออกแบบที่ได้เรียนมานำมาใช้ได้อย่างเต็มที่ เพียงแค่ขอให้ผลลัพธ์งานที่ออกมานั้นสมบูรณ์และถูกต้องตรงตามมาตรฐานที่ทางแชทสติ๊คได้กำหนดเอาไว้ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้นำเสนอชิ้นงานที่ตนเองสนใจอยากทำในช่วงการฝึกสหกิจเพื่อให้นักศึกษาได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองอีกด้วย

3. **เป็นโครงงาน/ผลงานที่นำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรมในสถานประกอบการ**

เป็นผลงานที่ทางบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด สามารถนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะได้ และสามารถนำคาแรคเตอร์ที่ได้ทำการออกแบบไว้ไปต่อยอดในการสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ เพิ่มเติม หรือสามารถนำไปเป็นตัวอย่างในการออกแบบสติกเกอร์ไลน์กับสำหรับพนักงานหรือนักศึกษาฝึกงานคนอื่นๆที่พึ่งเข้ามาทำงานในบริษัท แชทสติ๊ค จำกัด ได้เช่นกัน

https://drive.google.com/drive/folders/15eh0rYggOFlBRYXja00dSBD2j1djvEE1?usp=drive_link

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการออกแบบสติกเกอร์ไลน์และสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัท แชทสติ๊ค สำหรับกลุ่มอาชีพตัวแทนประกัน

LINE Sticker and Promotional Media Design Project of ChatStick Company Limited for Insurance Agents

โดย

นายพีรพล แสงอินทร์ 6706400030

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 193-491 สหกิจศึกษา

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2568