

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์

สำหรับบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด

The Project to design of a 2D Mascot for LINE Sticker

Development for Bangkok Sunshine Co., Ltd.

โดย

นางสาว ศุจีภรณ์ ขอบชิต รหัส 6606400002

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 193-491 สหกิจศึกษา

หลักสูตรวิทยาศาตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2568

หัวข้อโครงงาน	โครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์สำหรับ บริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด The Project to design of a 2D Mascot for LINE Sticker Development for Bangkok Sunshine Co., Ltd.
รายชื่อผู้จัดทำ	นางสาวศุจีภรณ์ ขอบชิต
หลักสูตร	วิทยาศาตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
อาจารย์นิเทศ	อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร

อนุมัติโครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน หลักสูตรแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2568

คณะกรรมการสอบโครงการ

.....อาจารย์นิเทศ

(อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร)

.....ผู้นิเทศ

(คุณรณัฐ ปาริฉัตรกานนท์)

.....กรรมการกลาง

(ดร.วิเชษฐ์ แสงดวงดี)

.....รองอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิมปะวัฒนะ)

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่ ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติสหกิจศึกษา ในตำแหน่ง กราฟิกดีไซน์ ณ บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด ตั้งแต่ วันที่ 18 พฤษภาคม - 28 สิงหาคม 2569 ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยดี ส่งผลให้ผู้จัดทำ ได้รับความรู้ประสบการณ์ทำงานต่าง ๆ และความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริง ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและสามารถนำความรู้ประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด ที่ให้โอกาส ผู้จัดทำ เข้ามาปฏิบัติสหกิจศึกษา กรุราเสียสละเวลาอบรม สอนงาน และช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ จากการสนับสนุนหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณรณัฐ ปาริฉัตรกานนท์ (ผู้นิเทศ)

2. อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร (อาจารย์นิเทศ)

และบุคคลที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้จัดทำ หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อ บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด และผู้สนใจปฏิบัติสหกิจศึกษาของบริษัทเพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำความเข้าใจและพัฒนาโครงงานต่อไป รวมทั้งในการค้นคว้าของผู้สนในทั่วไปด้วย หากรายฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำ ขออภัยมา ณ ที่นี่

ศุจีภรณ์ ขอบชิต

ผู้จัดทำ

29 / สิงหาคม / 2569

หัวข้อโครงงาน : โครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์สำหรับบริษัท บางกอก ซันซายน์ จำกัด
หน่วยกิต : 5
ผู้จัดทำ : นางสาวศุจีภรณ์ ขอบชิต
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร
ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี
หลักสูตร : วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์
คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา : 3/2568

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการสื่อสารผ่านอัตลักษณ์ของแบรนด์ องค์กร หรือกิจกรรม มีบทบาทสำคัญในการสร้างการจดจำ รวมถึงความประทับใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การออกแบบมาสคอต จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ช่วยถ่ายทอดบุคลิก แนวคิด และคุณค่าให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายผ่านตัวละครที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งมาสคอตสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ ใช้ในงานอีเวนต์ และของที่ระลึก ส่งผลให้เกิดการรับรู้และสร้างความภาพจำระหว่างองค์กรกับผู้บริโภค

ผู้จัดทำเล็งเห็นว่าบริษัท บางกอก ซันซายน์ จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรที่บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด รับหน้าที่ดูแลภาพลักษณ์แบรนด์ และเป็นบริษัทที่ผู้จัดทำดำเนินฝึกงานสหกิจศึกษาในตำแหน่ง Graphic Design ยังขาดมาสคอต จึงจัดทำรายงานสหกิจศึกษาในหัวข้อการออกแบบมาสคอต เพื่อช่วยในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำเป็นมาสคอตจำนวน 1 ตัว และสติกเกอร์ไลน์ สำหรับใช้ใน LINE Official Account จำนวน 8 ท่าทาง ผ่านกระบวนการผลิตด้วยโปรแกรม Clip Studio Paint ให้สอดคล้องกับความต้องการของบริษัท เพื่อสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ให้โดดเด่นเป็นที่จดจำผ่านตัวละครมาสคอต

คำสำคัญ: มาสคอต, การออกแบบมาสคอต, สติกเกอร์ไลน์

Project Title : The Projet to design of a 2D Mascot for LINE Sticker Development for Bangkok Sunshine Co., Ltd.

Credits : 5

By : Miss Sujeeporn Khobchit

Advisor : Miss Monruedee Mitcharoenthavorn

Degree : Bachelor's of Science

Major : Animation and Creative Media

Faculty : Information Technolcgy

Semester / Academic year : 3/2568

Abstract

At present, communication through the identity of a brand, organization, or activity plays an important role in creating recognition and making an impression on the target audience. Mascot design is therefore another tool that helps convey personality, concepts, and values, making them more accessible to customers through a distinctive character. Mascots can be applied in various ways, such as in online media, events, and souvenirs. This can lead to greater awareness and create a memorable image between the organization and consumers.

The author recognized that Bangkok Sunshine Co., Ltd., an organization whose brand image is managed by Regular Plus Co., Ltd., and the company where the author undertook cooperative education training as a Graphic Design intern, did not yet have a mascot. Therefore, this cooperative education report was conducted on the topic of mascot design to support communication and public relations. The project involved creating mascot character and 8 LINE sticker poses for use on the LINE Official Account. The production process was carried out using Clip Studio Paint in accordance with the company's requirements to create a distinctive and memorable brand identity.

Keywords: Mascot, Mascot Design, LINE Stickers

สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน ก

กิตติกรรมประกาศ ข

บทคัดย่อ ค

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) ง

สารบัญตาราง จ

สารบัญรูปภาพ ช

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ข้อมูลของสถานประกอบการและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย.....1

1.2 ที่มาและความสำคัญของโครงงาน.....3

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงงาน.....4

1.4 ขอบเขตโครงงาน.....4

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....4

บทที่ 2 เอกสารและรายงานประกอบ

2.1 แนวคิดหลักการใช้สีในการออกแบบ.....6

2.2 แนวคิดและหลักการออกแบบมาสคอต.....11

2.3 แนวคิดการออกแบบและการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์.....15

2.4 แนวคิดการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์.....19

บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน.....23

3.2 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....32

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน

4.1 ผลสรุปการสำรวจความคิดเห็น.....41

4.2 ผลงานที่ได้จัดทำตลอดระยะเวลาการฝึกสหกิจศึกษา.....42

บทที่ 5 อภิปรายผลข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินโครงการ.....47

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....47

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ภาพการนิเทศงานของอาจารย์

ภาคผนวก ข บรรยากาศการทำงาน

ประวัติผู้จัดทำ

สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปภาพที่ 1.1 ตรา (Logo) บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด....1
รูปภาพที่ 1.2 แผนที่ บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด....1
รูปภาพที่ 1.3 รูปแบบโครงสร้างของ บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด....2
รูปภาพที่ 2.1 Duo (ดูโอ้) มาสคอตอย่างเป็นทางการของ Duolingo....6
รูปภาพที่ 2.2 ตัวอย่างทฤษฎีสีของแสง....7
รูปภาพที่ 2.3 ตัวอย่างการจัดชุดสี....9
รูปภาพที่ 2.4 ภาพวัฒนาการของ "มิชลินแมน" (Michelin Man)....11
รูปภาพที่ 2.5 ตัวอย่างมาสคอตในประเทศไทย....12
รูปภาพที่ 2.6 มาสคอตของผลิตภัณฑ์นม ดีมอลต์ (Dmalt)....13
รูปภาพที่ 2.7 ตัวละคร LINE FRIENDS – Brown & Friends....15
รูปภาพที่ 2.8 มาสคอตกีฬาซีเกมส์ประเทศไทย ครั้งที่ 33 (SEA Games 2025)....16
รูปภาพที่ 2.9 ตัวอย่างมาสคอตดีไซน์....18
รูปภาพที่ 2.10 สติกเกอร์ไลน์ LINE Characters: Cuter Is Better....19
รูปภาพที่ 2.11 ตัวอย่างการเปรียบเทียบสัดส่วน....22
รูปภาพที่ 2.12 ตัวอย่างการออกแบบท่าทาง....23
รูปภาพที่ 2.13 ตัวอย่างการแสดงสีหน้า....24
รูปภาพที่ 3.1 ภาพร่างมาสคอตครั้งที่ 1....26
รูปภาพที่ 3.2 นำเสนอมาสคอตที่ลงสีเรียบร้อยแล้ว ในครั้งที่ 1....26
รูปภาพที่ 3.3 ภาพร่างมาสคอตครั้งที่ 2....27
รูปภาพที่ 3.4 นำเสนอมาสคอตที่ลงสีเรียบร้อยแล้ว ในครั้งที่ 2....28
รูปภาพที่ 3.5 ภาพมาสคอตที่ปรับแก้ครั้งที่ 3....29
รูปภาพที่ 3.6 ภาพมาสคอตที่ปรับแก้ครั้งที่ 4....30
รูปภาพที่ 3.7 ภาพสติกเกอร์ไลน์ที่ลงสีเรียบร้อย....31

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

รูปภาพที่ 3.9 เมาส์ปากกา รุ่น XPPen Star 03 v2.....32
รูปภาพที่ 3.10 โลโก้โปรแกรม Clip Studio Paint.....33
รูปภาพที่ 3.11 โลโก้โปรแกรม Adobe Illustrator.....33
รูปภาพที่ 3.12 ตัวอย่างการสอนใช้โปรแกรม Adobe Illustrator.....34
รูปภาพที่ 3.13 ออกแบบนามบัตรครั้งที่ 1.....35
รูปภาพที่ 3.14 ออกแบบนามบัตรครั้งที่ 2.....35
รูปภาพที่ 3.15 ถ่ายภาพ-ตัดต่อสินค้าที่จะลงขายใน Shopee.....36
รูปภาพที่ 3.16 ศึกษาข้อมูล Shopee.....36
รูปภาพที่ 3.17 จัดทำ Artwork สำหรับลง Shopee.....37
รูปภาพที่ 3.18 ลงสินค้าบนช่องทาง Shopee.....38
รูปภาพที่ 3.19 จัดทำ Artwork สำหรับลง Shopee.....39
รูปภาพที่ 3.20 จัดทำ Artwork สำหรับลง Shopee.....39
รูปภาพที่ 3.21 ลงสินค้าบนช่องทาง Shopee.....40
รูปภาพที่ 4.1 ภาพการนำเสนอผลงานและการสำรวจความคิด.....34
รูปภาพที่ 4.2 ภาพตัวอย่างการออกแบบนามบัตร.....35
รูปภาพที่ 4.3 ภาพการถ่ายแบบสินค้า.....35
รูปภาพที่ 4.4 ภาพการตัดต่อ.....36
รูปภาพที่ 4.5 ทำ Artwork สำหรับลงในแพลตฟอร์ม Shopee 37
รูปภาพที่ 4.6 ภาพตัวอย่างสินค้าที่ได้นำไปลงขายจริงในแพลตฟอร์ Shopee.....38
รูปภาพที่ ก.1 การนิเทศงานครั้งที่ 1.....53
รูปภาพที่ ก.2 การนิเทศงานครั้งที่ 2.....53
รูปภาพที่ ข.1 สถานที่ปฏิบัติงาน.....55
รูปภาพที่ ข.2 ภาพขณะปฏิบัติงาน.....56
รูปภาพที่ ข.3 ภาพขณะปฏิบัติงาน.....56
รูปภาพที่ ข.4 ภาพขณะปฏิบัติงานจัดฉากเพื่อถ่ายภาพสินค้า.....57

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

หน้า

รูปภาพที่ ข.5 ภาพขณะปฏิบัติงาน.....58

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ข้อมูลของสถานประกอบการและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

1.1.1 ข้อมูลของสถานประกอบ บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด

1.1.2 ที่ตั้งสถานประกอบการ 481/175 ซ จรัญสนิทวงศ์ 37 ถ.จรัญสนิทวงศ์ บางขุนศรี บางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700



รูปที่ 1.1 ตรา (Logo) บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด



รูปที่ 1.2 แผนที่ บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด

1.1.3 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด ให้บริการธุรกิจในรูปแบบบริษัทที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์แบรนด์และออกแบบงานต่างๆ ให้แบรนด์มีทิศทางเดียวกัน โดยมีการวิเคราะห์แบรนด์และกลุ่มเป้าหมายเพื่อวางแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับธุรกิจ การบริการครอบคลุมตั้งแต่การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ การออกแบบกราฟิก สื่อโฆษณาต่างๆ สื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อดิจิทัลครบวงจร รวมทั้งให้บริการด้านการตลาดและกำหนดแนวทางเป้าหมาย เพื่อช่วยให้แบรนด์มีความโดดเด่นเป็นที่จดจำ เพื่อมุ่งเน้นการออกแบบที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

1.1.4 รูปแบบการจัดการองค์กรและการบริการงานขององค์กร



รูปที่ 1.3 รูปแบบโครงสร้างของ บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด

1.1.5 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

การฝึกงานในตำแหน่ง Graphic Design มีลักษณะงานได้แก่ การออกแบบนามบัตร การออกแบบภาพปกสินค้าสำหรับแพลตฟอร์ม Shopee การถ่ายภาพและตัดต่อรูปภาพสินค้า โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ในการออกแบบ การทำเทมเพลต Artwork ร่วมกับการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ในการตัดต่อภาพเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

1.1.6 ชื่อ-สกุล และตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

คุณรณัฐ ปาริฉัตรกานนท์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัด

1.1.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติสหกิจศึกษา

ระยะเวลาในการดำเนินงาน 18 พฤษภาคม - 28 สิงหาคม 2569

วันเวลาในการปฏิบัติงาน วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 09:30 - 17:30 น.

1.2 ที่มาและความสำคัญของโครงงาน

ในปัจจุบันมาสคอตเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ช่วยถ่ายทอดบุคลิก แนวคิด และคุณค่าให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายผ่านตัวละครที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งมาสคอตสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ ใช้ในงานอีเวนต์ และของที่ระลึก ส่งผลให้เกิดการรับรู้และสร้างความภาพจำระหว่างองค์กรกับผู้บริโภค ซึ่งบริษัท บางกอก ซันซายน์ จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรที่บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด รับหน้าที่ดูแลภาพลักษณ์แบรนด์ และเป็นบริษัทที่ผู้จัดทำดำเนินฝึกงานสหกิจศึกษาในตำแหน่ง Graphic Design ยังขาดมาสคอตที่เป็นตัวแทนในการสื่อสารและสะท้อนเอกลักษณ์ขององค์กรผ่านตัวละครที่มีการใช้ท่าทาง สีหน้า ในการบอกเล่าความรู้สึก ทำให้การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านสื่อออนไลน์ยังขาดความโดดเด่นและความเป็นกันเอง รวมถึงอาจส่งผลต่อการสร้างการจดจำของกลุ่มลูกค้าได้ยาก เนื่องจากยังไม่มีตัวละครมาสคอตที่สามารถทำหน้าที่เป็นอัตลักษณ์ช่วยเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเป้าหมายและองค์กร

การออกแบบมาสคอต 2 มิติ จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นตัวแทนที่สะท้อนเอกลักษณ์ของบริษัท โดยกำหนดรูปลักษณ์ บุคลิก สี และลักษณะเด่นของตัวละครให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้มาสคอตทำหน้าที่เป็นตัวแทนที่สามารถถ่ายทอดภาพลักษณ์และสร้างการจดจำได้ง่าย การใช้รูปทรงที่เรียบง่ายและมีลักษณะเฉพาะช่วยให้ตัวละครสามารถจดจำได้แม้แสดงผลในขนาดเล็ก (ศริญญา คงเที่ยง และ จิตรกร ผดุง, 2566) โดยเริ่มจากการกำหนดแนวคิดของตัวละคร จากนั้นจึงเริ่มพัฒนารูปร่างและกำหนดสัดส่วนให้มีเอกลักษณ์ จดจำง่าย เหมาะสมกับการนำเสนอในรูปแบบสติกเกอร์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสื่อต่าง ๆ ได้ หลังนั้นจึงออกแบบท่าทางและสีหน้าให้สามารถแสดงอารมณ์ในการสื่อสารสื่อสารได้อย่างชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับการทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการสื่อสาร โดยใช้โปรแกรม Clip Studio Paint PRO ในการจัดทำ

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้จัดจึงมีแนวคิดในการประยุกต์ใช้กับโครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ให้แก่บริษัท บางกอก ซันซายน์ จำกัด โดยมีจุดประสงค์ช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์องค์กรผ่านตัวละครมาสคอต 2 มิติให้โดดเด่น เป็นที่จดจำ และสามารถนำไปใช้งานได้จริงเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารให้เกิดการรับรู้ และสร้างความภาพจำระหว่างผู้บริโภคกับบริษัท บางกอก ซันซายน์ จำกัด

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงงาน

1.3.1 เพื่อศึกษาแนวคิดการออกแบบมาสคอตสำหรับองค์กร

1.3.2 เพื่อออกแบบมาสคอตที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์องค์กร และสื่อสารกับกลุ่มหมายได้อย่างเหมาะสม

1.4 ขอบเขตโครงงาน

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา: ศึกษาแนวคิดในการออกแบบ (Concept) การร่างแบบตัวละคร การเลือกสี รูปทรง และองค์ประกอบที่เหมาะสม

1.4.2 ขอบเขตด้านผลผลิตของโครงงาน: มาสคอตจำนวน 1 ตัว และมาสคอลพร้อมท่าทางในรูปแบบสติกเกอร์ LINE จำนวน 8 ภาพ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ช่วยสร้างอัตลักษณ์ให้กับบริษัทผ่านมาสคอต ให้เป็นตัวแทนของบริษัท บางกอก ซันซายน์ จำกัด

1.5.2 ช่วยเพิ่มการจดจำภาพลักษณ์แบรนด์ และเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ สามารถนำมาสคอต ไปใช้ในการสื่อสารผ่าน LINE Sticker สื่อประชาสัมพันธ์ หรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ ได้

บทที่ 2
การทบทวนเอกสารงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

รายงานการจัดทำ โครงงานสหกิจในหัวข้อ “โครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ สำหรับบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด” เพื่อออกแบบมาสคอตที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์องค์กร สร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับกลุ่มลูกค้า โดยแบ่งออกเป็นหัวข้องานวิจัย ดังนี้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดหลักการใช้สีในการออกแบบ

- 2.1.1 ความหมายของสี
- 2.1.2 ทฤษฎีสีแสง
- 2.1.3 การเลือกและจัดชุดสี
- 2.1.4 จิตวิทยาสี

2.2 แนวคิดและหลักการออกแบบมาสคอต

- 2.2.1 ความหมายของมาสคอต
- 2.2.2 ความสำคัญของมาสคอต
- 2.2.3 มาสคอตกับการสื่อสารอัตลักษณ์
- 2.2.4 ประเภทและลักษณะการนำมาสคอตไปใช้งาน
- 2.2.5 หลักการประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

2.3 แนวคิดการออกแบบและการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์

- 2.3.1 ความหมายและลักษณะของสติกเกอร์ไลน์
- 2.3.2 แนวคิดในการออกแบบ
- 2.3.3 การออกแบบตัวละครและบุคลิกภาพ
- 2.3.4 การสื่อสารผ่านท่าทางและข้อความ
- 2.3.5 การพัฒนาและประเมินต้นแบบสติกเกอร์ไลน์

2.4 แนวคิดการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์

2.4.1 การกำหนดแนวคิดและกลุ่มเป้าหมาย

2.4.2 การออกแบบรูปร่างและสัดส่วนตัวละคร

2.4.3 การออกแบบท่าทางและการแสดงอารมณ์

2.1 แนวคิดหลักการใช้สีในการออกแบบ

2.1.1 ความหมายของสี

สีเป็นองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ที่มีความสำคัญต่อการรับรู้และการสื่อสารในงานออกแบบ โดยสีสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างความแตกต่าง เน้นส่วนสำคัญ และช่วยถ่ายทอดความรู้สึกหรือความหมายของผลงาน การเลือกใช้สีจึงไม่ได้พิจารณาเฉพาะความสวยงามเท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงความหมายและความสัมพันธ์ของสีที่นำมาใช้ร่วมกัน รวมถึงวัตถุประสงค์ของผลงานด้วย

เนื้อหาเกี่ยวกับความหมายของสีควบคู่กับทฤษฎีแม่สีและการนำสีไปใช้สร้างสรรค์งานด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะงานออกแบบทัศนศิลป์ แสดงให้เห็นว่าสีเป็นองค์ประกอบที่สามารถนำมาใช้ในการสร้างสรรค์และกำหนดลักษณะของผลงานให้สอดคล้องกับแนวคิดที่ต้องการสื่อได้ ดังนั้น ในการออกแบบจึงควรเลือกใช้สีอย่างมีวัตถุประสงค์ และพิจารณาความเหมาะสมของสีให้สัมพันธ์กับเนื้อหา ลักษณะของงาน และกลุ่มเป้าหมาย (กิตติธัช ศรีฟ้า, 2566)



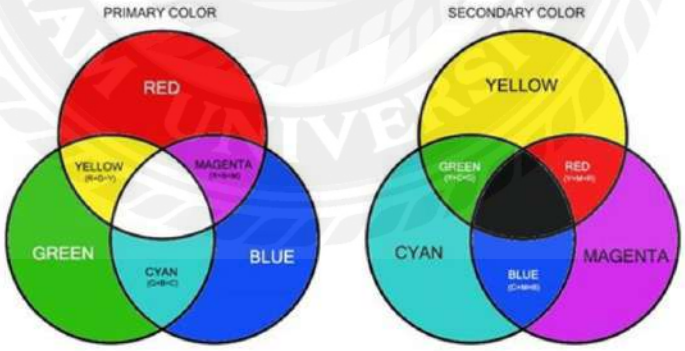
รูปภาพที่ 2.1 Duo (ดูโอ้) มาสคอตอย่างเป็นทางการของ Duolingo

ที่มา : https://note.com/foof_echium484/n/n659026bea405

สำหรับการออกแบบมาสคอต สีมีบทบาทในการช่วยกำหนดบุคลิกและสร้างความโดดเด่นให้กับตัวละคร โดยสามารถกำหนดสีหลัก สีรอง และสีที่ใช้เน้นส่วนสำคัญของตัวละครให้มีความสัมพันธ์กัน การเลือกใช้สีที่มีความเหมาะสมจะช่วยให้มาสคอตมีเอกลักษณ์และสามารถนำไปใช้งานต่อเนื่องในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะเมื่อนำมาสคอตไปพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ ซึ่งจำเป็นต้องคงลักษณะของตัวละครและชุดสีให้มีความสม่ำเสมอในทุกภาพ

2.1.2 ทฤษฎีสีแสง

ทฤษฎีสีแสงเป็นหลักการที่อธิบายการเกิดสีจากการรวมกันของแสงหลายสี โดยเรียกว่าการผสมสีแบบบวก (Additive Color) ซึ่งเป็นหลักการสำคัญสำหรับงานออกแบบที่นำเสนอผ่านสื่อดิจิทัล เช่น หน้าจอคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์แสดงผลประเภทต่าง ๆ เนื่องจากการแสดงสีของอุปกรณ์เหล่านี้อาศัยการควบคุมปริมาณแสงสีเพื่อสร้างเฉดสีที่แตกต่างกัน ระบบสีที่ใช้เป็นพื้นฐานคือ RGB ซึ่งประกอบด้วยแสงสีแดง (Red) สีเขียว (Green) และสีน้ำเงิน (Blue) โดยสามารถปรับระดับความเข้มของแสงแต่ละช่องเพื่อสร้างสีที่หลากหลายได้ เมื่อแสงทั้งสามสีมีค่าความเข้มสูงพร้อมกัน จะปรากฏเป็นสีขาว ในขณะที่การลดระดับของแสงลงจะทำให้เกิดสีและความเข้มในลักษณะที่แตกต่างกัน หลักการดังกล่าวจึงมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการกำหนดและแสดงผลสีของงานกราฟิกบนหน้าจอ (กิตติธัช ศรีฟ้า, 2566)



รูปภาพที่ 2.2 ตัวอย่างทฤษฎีสีของแสง

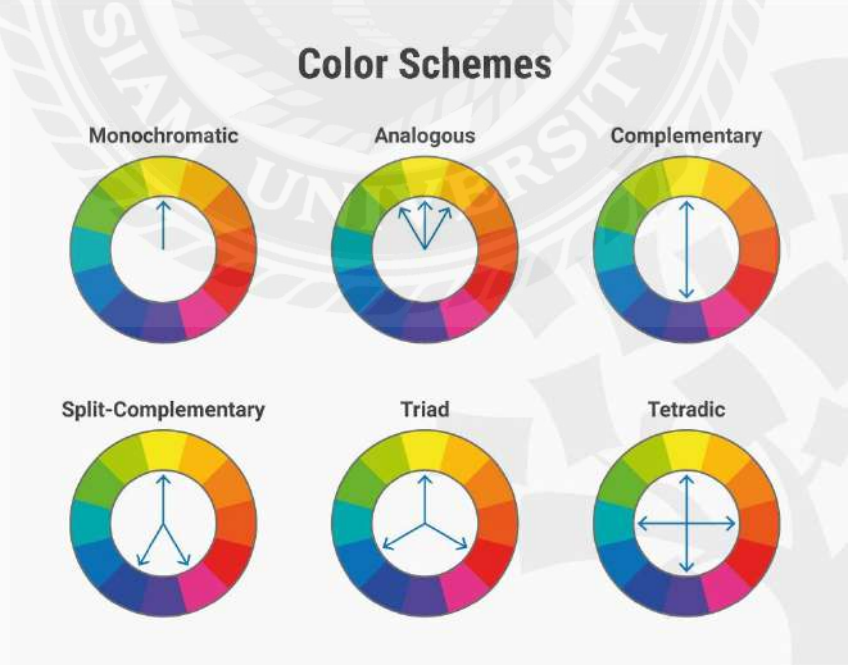
ที่มา : https://arnoldbangkok.wordpress.com/2014/09/09/ทฤษฎีสีของแสง

สำหรับโครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ การออกแบบเป็นงานที่นำไปใช้งานในรูปแบบดิจิทัล จึงควรคำนึงถึงการใช้ระบบสี RGB ตั้งแต่กระบวนการสร้างผลงาน เพื่อให้สามารถกำหนดและควบคุมสีของมาสคอตได้เหมาะสมกับการแสดงผลบนหน้าจอ และช่วยให้ชุดสีของตัวละครมีความต่อเนื่องเมื่อนำไปใช้กับสติกเกอร์ไลน์และสื่อดิจิทัลอื่น ๆ นอกจากนี้การเข้าใจความแตกต่างระหว่างสีแสงกับสีวัตถุธาตุยังช่วยให้สามารถเลือกใช้

ระบบสีได้ถูกต้องตามประเภทของงาน โดยสีแสงเหมาะกับงานที่แสดงผลผ่านหน้าจอหรือสื่อดิจิทัล ขณะที่การผสมสีวัตถุธาตุเกี่ยวข้องกับสีรงควัตถุและงานพิมพ์ ดังนั้น การออกแบบควรพิจารณาลักษณะของสื่อปลายทางตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อให้การจัดการสีสอดคล้องกับรูปแบบการนำเสนอผลงาน

2.1.3 การเลือกและจัดชุดสี

การเลือกและจัดชุดสีเป็นขั้นตอนสำคัญในการออกแบบ เนื่องจากการใช้สีหลายสีร่วมกันจำเป็นต้องพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสี เพื่อให้ผลงานเกิดความกลมกลืนและมีเอกภาพ การเลือกสีจึงควรสัมพันธ์กับแนวคิด เนื้อหา และวัตถุประสงค์ของงาน ไม่ควรเลือกสีจากความสวยงามเพียงอย่างเดียว แต่ควรพิจารณาว่าสีที่เลือกสามารถช่วยสื่อสารลักษณะหรือบุคลิกของผลงานในการจัดชุดสีสำหรับงานออกแบบ สามารถกำหนดลำดับความสำคัญของสีโดยแบ่งเป็น สีหลัก สีรอง และสีเน้น สีหลักใช้เป็นสีที่สร้างภาพรวมและเอกลักษณ์ของผลงาน สีรองใช้สนับสนุนและสร้างความสัมพันธ์กับสีหลัก ส่วนสีเน้นใช้สำหรับดึงดูดความสนใจไปยังรายละเอียดหรือองค์ประกอบที่ต้องการให้ผู้ชมสังเกต การกำหนดบทบาทของสีแต่ละสีอย่างชัดเจนจะช่วยให้ผลงานมีความเป็นระบบและสามารถควบคุมทิศทางของภาพได้ง่ายขึ้น (กิตติธัช ศรีฟ้า, 2566)



รูปภาพที่ 2.3 ตัวอย่างการจัดชุดสี

ที่มา : https://damom73.github.io/digital-solutions-text/2_develop/1_design_ui_ux/unit_2.html

สำหรับการออกแบบมาสคอต ควรเลือกชุดสีที่สอดคล้องกับบุคลิกและแนวคิดของตัวละคร โดยกำหนดสีที่เป็นเอกลักษณ์ของมาสคอตและนำไปใช้ซ้ำอย่างสม่ำเสมอในส่วนต่าง ๆ ของตัวละคร เช่น สีของเสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือองค์ประกอบประกอบตัวละคร เพื่อให้ผู้ชมสามารถจดจำตัวละครได้ง่าย เมื่อพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ ควรรักษาชุดสีหลักให้มีความต่อเนื่องในทุกภาพ แม้ว่าตัวละครจะมีท่าทางและอารมณ์ที่แตกต่างกัน เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของมาสคอต นอกจากนี้ การจัดชุดสีควรคำนึงถึงความชัดเจนของตัวละครเมื่อแสดงผลในขนาดเล็ก เนื่องจากสติกเกอร์ไลน์เป็นสื่อที่ผู้ใช้มองเห็นในพื้นที่จำกัด สีของตัวละครจึงควรมีความแตกต่างจากพื้นหลังและมีความชัดเจนเพียงพอ เพื่อไม่ให้รายละเอียดสำคัญของตัวละครกลืนไปกับพื้นหลัง การเลือกใช้สีที่มีความสัมพันธ์และความแตกต่างอย่างเหมาะสมจึงช่วยให้ตัวละครสามารถมองเห็นได้ชัด สื่ออารมณ์ได้ดี และยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของมาสคอต (กิตติธัช ศรีฟ้า, 2566)

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้จัดทำจึงนำหลักการใช้สีมาเป็นแนวทางในการออกแบบมาสคอต 2 มิติ โดยพิจารณาความหมายของสี ระบบสีสำหรับสื่อดิจิทัล และการจัดชุดสีให้เหมาะสมกับบุคลิกของตัวละคร จากนั้นกำหนดชุดสีหลักและสีรองที่สามารถนำไปใช้กับสติกเกอร์ไลน์ทุกภาพอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มาสคอตมีความโดดเด่น จดจำง่าย และสามารถสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรได้อย่างต่อเนื่อง

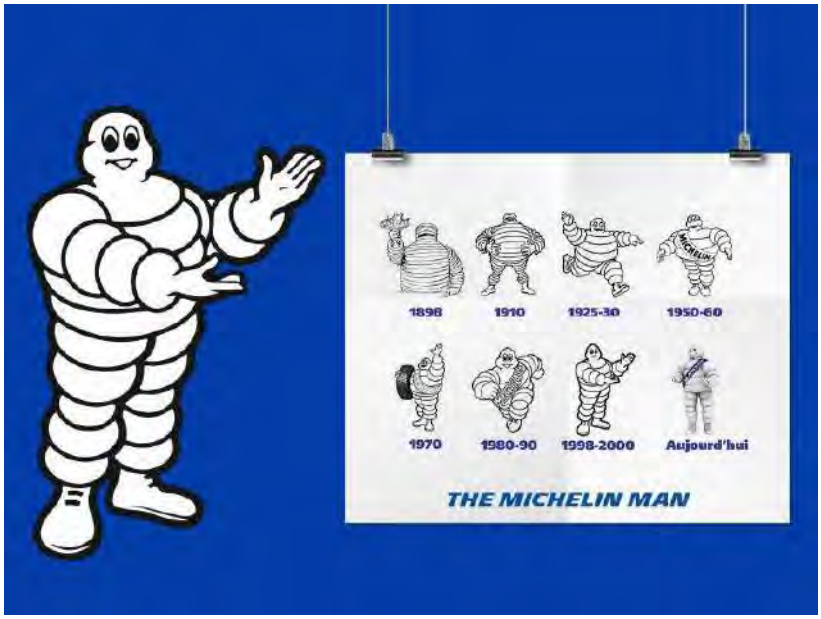
2.1.4 จิตวิทยาสี

จิตวิทยาสี (Color Psychology) เป็นแนวคิดที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสีและการรับรู้ของมนุษย์ โดยสีสามารถมีส่วนเกี่ยวข้องกับความรู้สึก อารมณ์ ความสนใจ และการตีความของผู้รับสาร การเลือกใช้สีในการออกแบบจึงควรพิจารณาทั้งความหมายและความรู้สึกที่ต้องการสื่อ รวมถึงบริบทและกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากการรับรู้และการตอบสนองต่อสีอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ วัฒนธรรม และบริบทของการใช้งาน นอกจากนี้ สีไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสร้างความสวยงาม แต่ยังสามารถใช้เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างบรรยากาศและสนับสนุนการสื่อสารทางอารมณ์ของงานออกแบบได้ (Zhao, 2026)

ในการออกแบบตัวละครและมาสคอต สีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถนำมาใช้เพื่อสร้างบุคลิกและเอกลักษณ์ของตัวละคร โดยสีแต่ละสีสามารถสร้างความรู้สึกหรือการรับรู้ที่แตกต่างกันได้ เช่น สีแดงมักถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความรู้สึกถึงพลัง ความกระตือรือร้น หรือความโดดเด่น สีส้มสามารถสร้างความรู้สึกเป็นมิตรและสนุกสนาน สีเหลืองให้ความรู้สึกสดใสและร่าเริง สีเขียวมีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติและความสดชื่น สีฟ้าสามารถสร้างความรู้สึกสงบและน่าเชื่อถือ ส่วนสีม่วงอาจ

นำมาใช้เพื่อสื่อถึงความสร้างสรรค์และความมีเอกลักษณ์ ขณะที่สีดำและสีขาวสามารถใช้สร้างความแตกต่างทางอารมณ์และภาพลักษณ์ เช่น ความหรูหรา ความเรียบง่าย หรือความชัดเจน อย่างไรก็ตาม ความหมายและความรู้สึกที่เกิดจากสีไม่ได้เป็นสิ่งตายตัว เนื่องจากการรับรู้สีอาจได้รับอิทธิพลจากบริบทของการใช้งาน รวมถึงสีอื่นที่อยู่โดยรอบ ดังนั้น การเลือกสีจึงควรพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสีต่าง ๆ

สำหรับการออกแบบมาสคอตเพื่อพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ การใช้สีที่มีความชัดเจนและมีความแตกต่างระหว่างองค์ประกอบจะช่วยให้ตัวละครสามารถมองเห็นและแยกแยะได้ง่าย โดยเฉพาะเมื่อสติกเกอร์ถูกแสดงในขนาดเล็ก นอกจากนี้ การกำหนดชุดสีหลักและสีรองให้มีความสอดคล้องกันในทุกภาพ ยังช่วยสร้างความเป็นเอกภาพของตัวละครและสนับสนุนการจดจำมาสคอตของผู้ใช้งาน ดังนั้น การเลือกใช้สีจึงควรสัมพันธ์กับบุคลิกของตัวละคร อัตลักษณ์ขององค์กร และลักษณะการสื่อสารที่ต้องการนำเสนอ



รูปภาพที่ 2.4 ภาพวัฒนาการของ "มิชลินแมน" (Michelin Man)

ที่มา : https://x.com/Michelin/status/725260882901610496

2.2 แนวคิดและหลักการออกแบบมาสคอต

2.2.1 ความหมายของมาสคอต

มาสคอต (Mascot) เป็นตัวละครหรือสัญลักษณ์ที่ถูกนำมาใช้เป็นตัวแทนขององค์กร ตราสินค้า ธุรกิจ ชุมชน สถานที่ หรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีบทบาทในการสื่อสารภาพลักษณ์และแนวคิดไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านการสื่อสารด้วยภาพและสัญลักษณ์ มาสคอตจึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นองค์ประกอบเพื่อสร้างความน่าสนใจเท่านั้น แต่ยังสามารถเป็นตัวแทนที่ช่วยถ่ายทอดอัตลักษณ์และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย งานวิจัยเกี่ยวกับมาสคอตในประเทศไทยจำนวน 13 บทความ พบว่า มาสคอตถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางธุรกิจและการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้าและธุรกิจ รวมถึงใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนและสถานที่ ตลอดจนใช้ในกิจกรรมและการรณรงค์ต่างๆ (ศริญญา คงเที่ยง และ จิตรกร ผดุง, 2566)



รูปภาพที่ 2.5 ตัวอย่างมาสคอตในประเทศไทย

ที่มา : https://adaddictth.com/knowledge/thai-brand-mascots

2.2.2 ความสำคัญของมาสคอต

มาสคอตมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางระหว่างองค์กรหรือผู้ส่งสารกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากสามารถนำเสนอข้อมูลหรือแนวคิดในรูปแบบของตัวละครที่เข้าใจง่ายและมีความน่าสนใจ การใช้มาสคอตจึงสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มความโดดเด่นให้กับองค์กรหรือกิจกรรม รวมถึงช่วยให้การสื่อสารมีลักษณะเป็นมิตรและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น มีการนำมาสคอตไปใช้ในหลายวัตถุประสงค์ เช่น การส่งเสริมภาพลักษณ์ของตราสินค้า การส่งเสริมการท่องเที่ยว การสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน งานวิจัยเกี่ยวกับมาสคอตในประเทศไทยพบว่า มีการนำมาสคอตไปใช้ในหลากหลายวัตถุประสงค์ เช่น การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตราสินค้าและธุรกิจ การสื่อสารด้านการท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนและสถานที่ การประชาสัมพันธ์กิจกรรม และการรณรงค์ในประเด็นต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นว่ามาสคอตสามารถประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้งาน (ศริญญา คงเที่ยง และจิตรกร ผดุง, 2566)



รูปภาพที่ 2.6 มาสคอตของผลิตภัณฑ์นม ดีมอลต์ (Dmalt)

ที่มา : https://www.2spotstudio.com/service

2.2.3 มาสคอตกับการสื่อสารอัตลักษณ์

การออกแบบมาสคอตควรมีความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานที่ต้องการสื่อสาร โดยสามารถนำลักษณะเฉพาะ แนวคิด หรือองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับองค์กรมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดลักษณะของตัวละคร เพื่อให้มาสคอตสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนขององค์กรและช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำได้ การศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับมาสคอตในประเทศไทย พบว่า มาสคอตถูกนำมาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชน สถานที่ และธุรกิจ ตลอดจนใช้ในกิจกรรมการสื่อสารและการรณรงค์

การพัฒนามาสคอตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์สามารถเริ่มจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของหน่วยงานหรือพื้นที่ แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และคัดเลือกประเด็นสำคัญเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ โดยองค์ประกอบในการพัฒนามาสคอตสามารถพิจารณาได้ทั้งด้านรูปลักษณ์ องค์ประกอบเสริม และการกำหนดบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัย และความสามารถของตัวละคร ทั้งนี้ ประเด็นหรือที่มาที่นำมาใช้ในการออกแบบควรมีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ที่ต้องการสื่อ เพื่อให้มาสคอตสามารถถ่ายทอดลักษณะเฉพาะของสิ่งที่เป็นตัวแทนได้ (เอกลักษณ์ โภคทรัพย์ไพบูลย์, 2562)

จากแนวคิดดังกล่าว การออกแบบมาสคอตจึงควรนำอัตลักษณ์ที่ได้จากการศึกษามาแปลงเป็นองค์ประกอบทางภาพและบุคลิกภาพของตัวละคร เช่น รูปร่าง สัดส่วน สี รูปทรง เครื่องแต่งกาย ลักษณะนิสัย ท่าทาง และการแสดงออก โดยองค์ประกอบเหล่านี้ควรมีความสอดคล้องกันและคงลักษณะสำคัญของตัวละครเมื่อนำไปใช้งานในสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงตัวละครกับองค์กรหรือหน่วยงานได้อย่างต่อเนื่อง



รูปภาพที่ 2.7 ตัวละคร LINE FRIENDS – Brown & Friends

ที่มา : https://techsauce.co/pr-news/10-years-line-friends

2.2.4 ประเภทและลักษณะการนำมาสคอตไปใช้งาน

จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับมาสคอตในประเทศไทย พบว่ามาสคอตส่วนใหญ่ได้รับการออกแบบขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลากหลายตามบริบทขององค์กรหรือหน่วยงาน โดยพบการนำมาสคอตไปใช้ในการสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ของ ชุมชน จังหวัด และสถานที่ รวมถึงการนำไปใช้ใน กิจกรรม การรณรงค์ การท่องเที่ยว ธุรกิจ และการสื่อสารทางการตลาด เพื่อช่วยถ่ายทอดแนวคิดหรือข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านรูปแบบตัวละครที่มีความน่าสนใจและจดจำได้ง่าย (ศริญญา คงเที่ยง และจิตรกร ผดุง, 2566)

ลักษณะการนำมาสคอตไปใช้งานจึงสามารถแบ่งตามบริบทได้เป็นหลายประเภท ได้แก่ มาสคอตสำหรับชุมชนและสถานที่ ใช้เป็นตัวแทนในการสื่อสารอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของพื้นที่ มาสคอตสำหรับองค์กรและธุรกิจ ใช้สร้างภาพลักษณ์และช่วยสื่อสารบุคลิกขององค์กรหรือสินค้า มาสคอตสำหรับกิจกรรมและการรณรงค์ ใช้เป็นตัวแทนของกิจกรรมหรือประเด็นที่ต้องการสื่อสาร และมาสคอตสำหรับการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ ใช้ส่งเสริมการรับรู้และสร้างความน่าสนใจให้แก่สถานที่หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ดังนั้น การออกแบบมาสคอตควรพิจารณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน กลุ่มเป้าหมาย และบริบทขององค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อให้สามารถนำตัวละครไปประยุกต์ใช้กับสื่อและกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม และช่วยให้การสื่อสารแนวคิดหรือภาพลักษณ์ที่ต้องการมีความชัดเจนและเป็นที่จดจำมากยิ่งขึ้น



รูปภาพที่ 2.8 มาสคอตกีฬาซีเกมส์ประเทศไทย ครั้งที่ 33 (SEA Games 2025)

ที่มา : https://shorturl.asia/aioe3k

2.2.5 หลักการประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

การประยุกต์ใช้ในการออกแบบมาสคอตควรเริ่มจากการทำความเข้าใจข้อมูลและอัตลักษณ์ของสิ่งที่ต้องการนำเสนอ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และคัดเลือกประเด็นที่สามารถถ่ายทอดผ่านตัวละครได้อย่างเหมาะสม จากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นองค์ประกอบของมาสคอต ทั้งด้านรูปลักษณ์ องค์ประกอบประกอบตัวละคร และบุคลิกภาพ โดยองค์ประกอบเหล่านี้ควรมีความสัมพันธ์กันและสามารถสะท้อนแนวคิดหรืออัตลักษณ์ที่ต้องการสื่อได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ การกำหนดบุคลิก ลักษณะนิสัย หรือความสามารถของตัวละครยังช่วยให้มาสคอตมีลักษณะเฉพาะและสามารถนำไปพัฒนาต่อในรูปแบบสื่อต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม (เอกลักษณ์ โภคทรัพย์ไพบูลย์, 2562)

สำหรับโครงการนี้ ผู้จัดทำจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบมาสคอต 2 มิติ โดยศึกษาข้อมูลและอัตลักษณ์ขององค์กรเพื่อนำมากำหนดแนวคิด รูปลักษณ์ บุคลิก และองค์ประกอบของตัวละคร จากนั้นนำมาสคอตที่ได้ไปพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ โดยออกแบบท่าทางและการแสดงอารมณ์ให้เหมาะสมกับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน เพื่อให้มาสคอตสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนขององค์กร ช่วยสร้างความน่าสนใจในการสื่อสาร และส่งเสริมการจดจำภาพลักษณ์ขององค์กรได้

2.3 แนวคิดการออกแบบและการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์

2.3.1 ความหมายและลักษณะของสติกเกอร์ไลน์

สติกเกอร์ไลน์เป็นรูปแบบหนึ่งของสื่อดิจิทัลที่ใช้ประกอบการสนทนาผ่านแอปพลิเคชัน LINE โดยนำภาพ ตัวละคร สี เส้น และตัวอักษรมาประกอบกันเพื่อสื่อความหมาย อารมณ์ และความรู้สึกของผู้ส่งสาร สติกเกอร์สามารถใช้แทนข้อความหรือใช้ร่วมกับข้อความในการสนทนา ทำให้การสื่อสารมีความน่าสนใจและสามารถถ่ายทอดอารมณ์ได้มากกว่าการใช้ข้อความเพียงอย่างเดียว

ลักษณะของสติกเกอร์ไลน์ควรมีรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน โดยองค์ประกอบทางภาพ เช่น ตัวละคร สี ท่าทาง และตัวอักษร ควรมีความสัมพันธ์กันและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่ต้องการสื่อสาร สติกเกอร์สามารถนำเสนอในรูปแบบของภาพการ์ตูนกราฟิก ซึ่งช่วยให้เกิดความเป็นมิตรและเข้าถึงผู้ใช้งานได้ง่าย นอกจากนี้ การออกแบบควรคำนึงถึงบริบทการใช้งานจริง เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้สติกเกอร์ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันและการทำงาน (อีซอ และคณะ, 2564)

2.3.2 แนวคิดในการออกแบบ

การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ควรเริ่มต้นจากการกำหนดแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการออกแบบให้ชัดเจน โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมาย อัตลักษณ์ของหน่วยงานหรือองค์กร และลักษณะการนำไปใช้งาน เพื่อกำหนดรูปแบบของตัวละคร บุคลิกภาพ โทนสี และรูปแบบการสื่อสารให้มีความสอดคล้องกัน การกำหนดแนวคิดที่ชัดเจนจะช่วยให้ชุดสติกเกอร์มีเอกลักษณ์และสามารถสื่อสารภาพลักษณ์ของสิ่งที่ต้องการนำเสนอได้อย่างเป็นระบบ

แนวทางการออกแบบควรให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถใช้ภาพการ์ตูนกราฟิกเป็นรูปแบบหลัก และกำหนดลักษณะของตัวละครให้มีความสดใส เป็นมิตร และมีความเหมาะสมกับบริบทของผู้ใช้งาน นอกจากนี้ การเลือกใช้โทนสีควรมีความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อช่วยสร้างความต่อเนื่องและการจดจำให้แก่ผู้รับสาร (อีซอ และคณะ, 2564) การออกแบบสติกเกอร์ไลน์จึงไม่ควรพิจารณาเฉพาะความสวยงามของภาพ แต่ควรคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง แนวคิด กลุ่มเป้าหมาย อัตลักษณ์ ตัวละคร สี และรูปแบบการสื่อสาร เพื่อให้ผลงานสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ของการใช้งานได้อย่างเหมาะสม



รูปภาพที่ 2.9 ตัวอย่างคาแรคเตอร์ดีไซน์

ที่มา : https://fastwork.co/user/budsarin.na/character-design-97762069

2.3.3 การออกแบบตัวละครและบุคลิกภาพ

ตัวละครเป็นองค์ประกอบสำคัญของสติกเกอร์ไลน์ เนื่องจากเป็นส่วนที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์และทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการสื่อสาร การออกแบบตัวละครควรกำหนดลักษณะทางกายภาพและบุคลิกภาพให้ชัดเจน เช่น รูปลักษณ์ อายุ เพศ ลักษณะการแต่งกาย และบุคลิกของตัวละคร เพื่อให้สามารถนำไปใช้สร้างสติกเกอร์หลายรูปแบบได้อย่างต่อเนื่อง (วรากร ใช้เทียมวงศ์ และภานุวัฒน์ สิทธิโชค, 2568)

บุคลิกภาพของตัวละครควรมีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของสติกเกอร์ เช่น การกำหนดบุคลิกให้มีความสดใส เป็นมิตร หรือดูคล่องแคล่วและทันสมัย สามารถช่วยสร้างความรู้สึกที่เหมาะสมต่อผู้ใช้งานได้ การกำหนดบุคลิกที่ชัดเจนยังช่วยให้ตัวละครสามารถแสดงอารมณ์และท่าทางที่แตกต่างกันได้โดยยังคงเอกลักษณ์เดิมของตัวละคร สำหรับการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่พัฒนาจากมาสคอต ควรรักษารูปลักษณ์และลักษณะสำคัญของมาสคอตให้มีความสม่ำเสมอในทุกภาพ ทั้งรูปร่าง ใบหน้า สี และองค์ประกอบเฉพาะของตัวละคร เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถจดจำตัวละครได้ แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงท่าทางหรืออารมณ์ในแต่ละสติกเกอร์

2.3.4 การสื่อสารผ่านท่าทางและข้อความ

การสื่อสารในสติกเกอร์ไลน์สามารถใช้ภาพ ท่าทาง สีหน้า และข้อความร่วมกัน เพื่อถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และความหมายที่ต้องการสื่อ โดยท่าทางของตัวละครควรมีความชัดเจนและสอดคล้องกับข้อความ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจความหมายของสติกเกอร์ได้อย่างรวดเร็ว เนื้อหาของสติกเกอร์ควรเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันและการทำงาน เช่น การทักทาย การขอบคุณ การขอโทษ การแสดงความยินดี การตอบรับ การปฏิเสธ หรือการแสดงอารมณ์ต่าง ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการนำสติกเกอร์ไปใช้งานจริงและทำให้ชุดสติกเกอร์มีความหลากหลายในการสื่อสาร (อีซอ และคณะ, 2564)

การเลือกใช้ข้อความควรมีความกระชับ อ่านง่าย และสัมพันธ์กับท่าทางของตัวละคร โดยสามารถใช้ตัวอักษรเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบภาพเพื่อช่วยเน้นความหมายของสติกเกอร์ ขณะเดียวกันท่าทางและสีหน้าควรช่วยสนับสนุนข้อความ เพื่อให้ภาพและข้อความทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารอย่างชัดเจน ดังนั้น การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวละคร ท่าทาง สีหน้า และข้อความ โดยแต่ละองค์ประกอบควรช่วยเสริมความหมายซึ่งกันและกัน เพื่อให้สติกเกอร์สามารถสื่อสารได้ทั้งด้านเนื้อหาและอารมณ์



รูปภาพที่ 2.10 สติกเกอร์ไลน์ LINE Characters: Cuter Is Better
ที่มา : https://store.line.me/stickershop/product/2281/th

2.3.5 การพัฒนาและประเมินต้นแบบสติกเกอร์ไลน์

การพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ควรเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลและกำหนดแนวคิดในการออกแบบ จากนั้นจึงนำแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบหลายรูปแบบ เพื่อเปรียบเทียบและพิจารณาความเหมาะสมของรูปแบบตัวละคร องค์ประกอบภาพ สี และการสื่อสาร ก่อนนำไปพัฒนาเป็นผลงานฉบับสมบูรณ์

การประเมินต้นแบบสามารถใช้ความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และใช้ปรับปรุงรูปแบบให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น กระบวนการดังกล่าวช่วยลดข้อผิดพลาดในการพัฒนาผลงานและทำให้สติกเกอร์ที่ผลิตขึ้นมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน จากแนวทางการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์พบว่าสามารถพัฒนาต้นแบบหลายรูปแบบและประเมินความคิดเห็นจากกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ก่อนเลือกต้นแบบที่มีความเหมาะสมที่สุดไปพัฒนาเพิ่มเติมเป็นชุดสติกเกอร์ โดยผสมผสานองค์ประกอบ ได้แก่ ภาพ เส้น สี และตัวอักษร ให้มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งช่วยให้ผลงานมีความสมบูรณ์และพร้อมสำหรับการนำไปใช้งานจริง (อีซอ และคณะ, 2564)

สำหรับโครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติเพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ สามารถประยุกต์ใช้กระบวนการดังกล่าวโดยเริ่มจากการศึกษาอัตลักษณ์และกลุ่มเป้าหมาย กำหนดแนวคิดและบุคลิกของมาสคอต ออกแบบต้นแบบตัวละคร จากนั้นพัฒนาท่าทาง สีหน้า และข้อความให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ก่อนนำต้นแบบไปประเมินและปรับปรุง เพื่อให้ได้ชุดสติกเกอร์ที่สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน มีเอกลักษณ์ และเหมาะสมกับการนำไปใช้งานจริง

2.4 แนวคิดการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์

2.4.1 การกำหนดแนวคิดและกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดแนวคิดและกลุ่มเป้าหมายเป็นขั้นตอนพื้นฐานของการออกแบบตัวละคร เนื่องจากช่วยกำหนดทิศทางของตัวละครให้มีความเหมาะสมกับผู้ใช้งานและวัตถุประสงค์ของสติกเกอร์ไลน์ การออกแบบควรศึกษาลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เช่น อายุ ความสนใจ พฤติกรรม และบริบทการใช้งาน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดแนวคิด บุคลิก และลักษณะของตัวละครให้สามารถเป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายได้ แนวคิดหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดตัวละครคือ Persona ซึ่งเป็นการสร้างตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายขึ้นมา เพื่อช่วยให้นักออกแบบเข้าใจลักษณะและความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาใช้กำหนดลักษณะของตัวละครให้มีความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านรูปลักษณ์ บุคลิกภาพ และรูปแบบการแสดงออก (วรากร ใช้เทียมวงศ์ และภานุวัฒน์ สิทธิโชค, 2568)

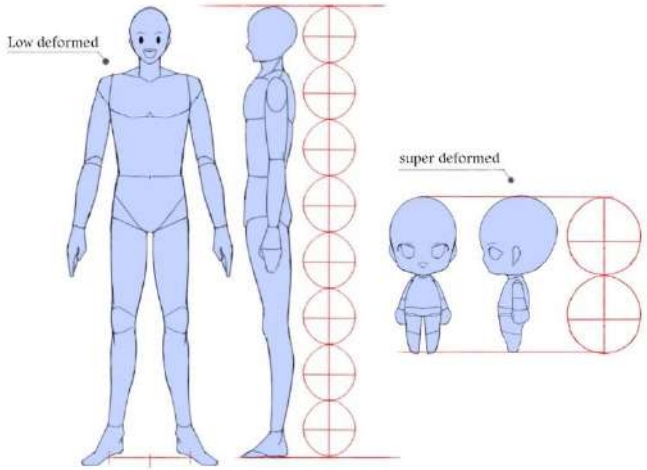
นอกจากนี้ ควรกำหนดแนวคิดหลักของตัวละครให้ชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อให้สามารถพัฒนาตัวละครในทิศทางเดียวกันตลอดกระบวนการ โดยแนวคิดดังกล่าวควรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้งาน และสามารถนำไปต่อยอดเป็นสถานการณ์หรืออารมณ์ที่หลากหลายสำหรับการสร้างสติกเกอร์ไลน์ได้ งานวิจัยกรณีศึกษาการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์ใช้การสร้างตัวแทนกลุ่มเป้าหมายร่วมกับหลักการออกแบบตัวละคร เพื่อให้ตัวละครสามารถสื่อสารและสะท้อนลักษณะของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

2.4.2 การออกแบบรูปร่างและสัดส่วนตัวละคร

รูปร่างและสัดส่วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ของตัวละคร โดยควรกำหนดรูปทรงให้มีความชัดเจนและสามารถจดจำได้ง่าย การออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์ควรคำนึงถึงลักษณะการนำเสนอในพื้นที่ขนาดเล็ก จึงควรลดรายละเอียดที่ไม่จำเป็นและเน้นองค์ประกอบที่สามารถสื่อถึงตัวละครได้อย่างชัดเจน (รากร ใช้เทียมวงศ์ และภานุวัฒน์ สิทธิโชค, 2568)

สัดส่วนของตัวละครสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามแนวคิดและบุคลิกที่ต้องการนำเสนอ เช่น การใช้สัดส่วนแบบ Super Deformed (SD) ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีการปรับสัดส่วนร่างกายให้มีลักษณะเฉพาะและช่วยสร้างความน่ารัก เป็นมิตร และเข้าถึงง่าย การเลือกใช้สัดส่วนจึงควรพิจารณาให้สัมพันธ์กับแนวคิดและกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงความสามารถในการนำตัวละครไปแสดงท่าทางต่างๆ

การกำหนดรูปร่างและสัดส่วนควรคงลักษณะสำคัญของตัวละครให้มีความสม่ำเสมอในทุกภาพ เช่น รูปทรงศีรษะ ลักษณะใบหน้า ทรงผม เครื่องแต่งกาย หรือองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถจดจำตัวละครได้แม้ตัวละครจะมีการเปลี่ยนแปลงท่าทางหรืออารมณ์ ในกรณีศึกษาการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์ มีการนำหลักการออกแบบตัวละครร่วมกับสัดส่วนแบบ SD มาใช้ในการพัฒนารูปลักษณ์ของตัวละคร เพื่อให้สามารถสื่อบุคลิกภาพและนำไปใช้สร้างสติกเกอร์ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม



รูปภาพที่ 2.11 ตัวอย่างการเปรียบเทียบสัดส่วน

ที่มา : https://tips.clip-studio.com/th-th/articles/4899

2.4.3 การออกแบบท่าทางและการแสดงอารมณ์

ท่าทางและการแสดงอารมณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์ เนื่องจากสติกเกอร์มีหน้าที่ช่วยสื่อสารความรู้สึกและความหมายในการสนทนา ตัวละครจึงควรสามารถแสดงอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ ผ่านสีหน้า ท่าทาง และภาษากายได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจความหมายของสติกเกอร์ได้อย่างรวดเร็ว การออกแบบท่าทางควรพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างท่าทางกับอารมณ์ที่ต้องการสื่อ เช่น การยิ้มและยกมือสามารถใช้สื่อถึงการทักทาย การก้มศีรษะหรือประนมมือสามารถสื่อถึงการขอบคุณหรือขอโทษ ส่วนท่าทางที่มีการเคลื่อนไหวมากสามารถใช้สื่อถึงความตื่นเต้น ดีใจ หรือประหลาดใจ (วรากร ใช้เทียมวงศ์ และ ภานุวัฒน์ สิทธิโชค, 2568)

ทั้งนี้ ท่าทางควรมีลักษณะที่ชัดเจนและไม่ซับซ้อนจนทำให้ผู้รับสารตีความได้ยาก นอกจากท่าทางแล้ว การแสดงอารมณ์ผ่านใบหน้าเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มความชัดเจนให้กับตัว

ละคร เช่น การเปลี่ยนแปลงของดวงตา คิ้ว และรูปปาก สามารถช่วยแสดงอารมณ์ได้หลากหลาย ทั้งความสุข ความเศร้า ความโกรธ ความตกใจ ความเขินอาย หรือความเหนื่อยล้า การออกแบบจึงควรสร้างความแตกต่างของสีหน้าในแต่ละอารมณ์ให้เห็นได้อย่างชัดเจน ท่าทาง สีหน้า และข้อความควรทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความหมายเดียวกันหรือช่วยเสริมความหมายซึ่งกันและกัน โดยการออกแบบสติกเกอร์ควรเลือกสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันและสามารถนำไปใช้งานจริงได้ กรณีศึกษาการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์พบว่าการใช้สีหน้า ท่าทาง และข้อความร่วมกันช่วยให้ตัวละครสามารถสื่อสารความรู้สึกและบุคลิกภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่สามารถเข้าใจความหมายของการสื่อสารผ่านตัวละครได้

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับโครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ โดยเริ่มจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายและกำหนดแนวคิดของตัวละคร จากนั้นพัฒนารูปร่างและสัดส่วนให้มีเอกลักษณ์ จดจำง่าย และเหมาะสมกับการนำเสนอในรูปแบบสติกเกอร์ ก่อนออกแบบท่าทางและสีหน้าให้สามารถแสดงอารมณ์และสื่อสารสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้มาสคอตสามารถคงเอกลักษณ์ของตัวละครไว้ได้ในทุกภาพ และสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม



รูปภาพที่ 2.12 ตัวอย่างการออกแบบท่าทาง

ที่มา : https://store.line.me/stickershop/product/446/th



รูปภาพที่ 2.13 ตัวอย่างการแสดงสีหน้า

ที่มา : https://dribbble.com/shots/14354211-Mitto-Mitra-Tokopedia-Mascot

บทที่ 3
รายละเอียดการปฏิบัติงาน

3.1 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงาน

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานโครงงาน

ในขั้นตอนแรกได้สอบถามกับบริษัทลูกค้าของบริษัทเรกูล่าร์ที่ผู้จัดทำมาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา พบว่าบริษัท บางกอก ซันชายนที่เป็นบริษัทลูกค้ายังขาดคาแรคเตอร์มาสคอต ซึ่งเป็นตัวแทนภาพจำจึงได้ทำการเสนอจัดทำมาสคอตกับทางพนักงานที่ปรึกษาและหารือร่วมกับบริษัท บางกอก ซันชายน์ เพื่อสร้างภาพจำที่เข้าถึงงานผ่านคาแรคเตอร์ตัวแทน ซึ่งทางพนักงานที่ปรึกษาได้ทำการเสนอแนะให้ทำเป็นสติกเกอร์ไลน์ท่าพื้นฐานเพิ่มเติม อีก 8 ท่า

หลังจากได้รับคำแนะนำจากทางพนักงานที่ปรึกษา รวมถึงสำรวจความต้องการของบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัดแล้ว จึงได้นำข้อมูลมาปรับใช้กับการออกแบบคาแรคเตอร์มาสคอต จัดองค์ประกอบศิลป์ ออกแบบท่าทาง สีหน้าการแสดงออกให้เหมาะสม เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

3.1.2 ขั้นตอนการออกแบบมาสคอต

ผู้จัดทำได้การร่างภาพเสนอขนาดตัวมาสคอตให้ที่ปรึกษาแนะนำและคัดเลือกแบบที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

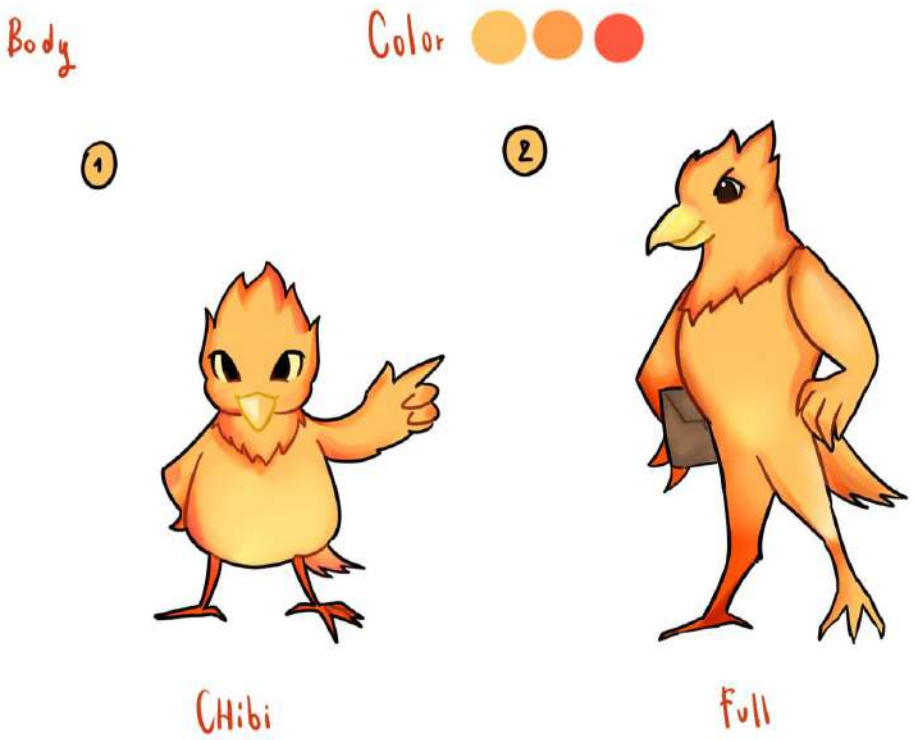
3.1.2.1 ภาพร่างมาสคอตครั้งที่ 1



รูปที่ 3.1

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

3.1.2.2 นำเสนอมาสคอตที่ลงสีเรียบร้อยแล้ว ในครั้งที่ 1



รูปที่ 3.2

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

หลังจากผ่านการนำเสนอกับพนักงานที่ปรึกษาแล้ว ได้คัดเลือกแบบรูปที่ 1 เป็นลักษณะตัวละคร Chibi และได้แนะนำเพิ่มเติมมาปรับให้ดูมีความเข้าถึงง่ายมากขึ้น มีความกลมดูน่ารัก และปรับให้โทนสีคล้ายกับโลโก้ให้มากขึ้น หลังจากได้รับคำแนะนำผู้จัดทำจึงได้ดำเนินการต่อในการแก้ไขมาสคอตครั้งที่ 2

3.1.2.3 ร่างภาพมาสคอต ครั้งที่ 2



รูปที่ 3.3

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

ภาพร่างหลังจากปรับแก้ตามข้อเสนอแนะจากแบบเดิม โดยมีการปรับสัดส่วนของตัวละครให้มีความกลมมนและสมดุลมากขึ้น เพื่อเสริมภาพลักษณ์ของตัวละครให้ดูเป็นมิตร เข้าถึงง่าย และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ละปรับรายละเอียดของรูปทรงให้เหมาะสมกับการนำไปพัฒนาเป็นมาสคอตก่อนนำไปลงสี

3.1.2.4 นำเสนอมาสคอตที่ลงสีเรียบร้อยแล้ว ในครั้งที่ 2



รูปที่ 3.4

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

หลังจากลงสีด้วยโทนเดียวกับโลโก้ของบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด และปรับให้มีความน่ารักมากขึ้นและได้นำไปเสนอกับบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด ได้เสนอแนะให้มาสคอตความเป็นช่างโซล่าร์ เซลล์มากขึ้น โดยประกอบไปด้วยหมวกช่างและเอี๊ยมเสริมความน่ารัก โดยเน้นไปที่ความน่ารักสดใส

3.1.2.5 ภาพมาสคอตที่ปรับแก้ ครั้งที่ 3



รูปที่ 3.5

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

ผู้จัดทำได้สร้างเอี๊ยมและหมวกช่างตามที่ทางบริษัท บางกอก ซันชายน์ได้เสนอแนะ โดยทำเอี๊ยมมาในสามรูปแบบให้เลือก 3 แบบ และหมวกช่างอีก 2 แบบ ซึ่งได้ทำการปรับแก้ไขเพิ่มเติมให้แก้ไขดวงตาให้ดูมีความสดใส

3.1.2.6 ภาพมาสคอตที่ปรับแก้ ครั้งที่ 4



รูปที่ 3.6

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

เมื่อได้รับคำแนะนำให้ปรับแก้กระเป๋าส่วนหน้าและปรับส่วนเท้าให้มีความเหมือนสัตว์ปีกมากขึ้น จึงได้ทำการปรับแก้ไขเป็นครั้งสุดท้าย รวมถึงกระเป๋าหน้าให้เปลี่ยนเป็นชื่อตัวมาสคอตในชื่อ “น้องดิ๊งด่อง” ตามความต้องการของทางเจ้าหน้าที่พนักงาน

ขั้นตอนที่ 3.1.3 นำเสนอมาสคอตแก่พนักงานที่ปรึกษาและทีมงานบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด

หลังจากได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบของมาสคอตแล้ว จึงนำมาพัฒนาเป็นสติกเกอร์ไลน์ จำนวน 8 ท่าทาง โดยกำหนดให้แต่ละท่าทางสามารถสื่อความหมายและนำไปใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารได้อย่างชัดเจน มีการออกแบบท่าทาง สีหน้า และข้อความให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในการใช้งาน ดังนี้

3.1.3.1 ท่าสวัสดี

3.1.3.2 ท่าขอบคุณ

3.1.3.3 ท่าโอเค

3.1.3.4 ท่าดีใจ

3.1.3.5 ท่ายินดีให้บริการ

3.1.3.6 ท่ารับทราบ

3.1.3.7 ท่ากรุณาขอสักครู่

3.1.3.8 ท่าขอโทษ

โดยคัดเลือกจากการศึกษาความต้องการสำหรับบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด ไว้สำหรับใช้ใน LINE OA เพื่อเป็นตัวแทนในการตอบโต้กับลูกค้า

ขั้นตอนที่ 3.1.4 การสร้างสติกเกอร์ไลน์

3.1.4.1 ร่างภาพสติกเกอร์ไลน์



รูปที่ 3.7

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

3.1.4.2 ภาพสติกเกอร์ไลน์ที่ตัดเส้นแล้ว



รูปที่ 3.8

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

3.1.4.3 ภาพสติกเกอร์ไลน์ที่ลงสีแล้ว



รูปที่ 3.9

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

ภาพรวมของสติกเกอร์ทั้ง 8 ท่าทางหลังจากดำเนินการตัดเส้นเรียบร้อยแล้ว โดยปรับเส้นให้มีความเรียบร้อยและสม่ำเสมอในแต่ละส่วนของตัวละคร กำหนดน้ำหนักเส้นให้เหมาะสมกับรูปแบบของมาสคอต เพื่อให้ตัวละครมีความชัดเจนและสามารถมองเห็นรายละเอียดได้ง่าย แต่ละท่าทางถูกออกแบบให้มีความแตกต่างกันทั้งด้านท่าทาง สีหน้า และการแสดงอารมณ์ เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังคงรักษารูปแบบและบุคลิกของมาสคอตให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันตลอดทั้งชุด เพื่อให้สติกเกอร์มีความต่อเนื่องและเป็นเอกลักษณ์เดียวกัน

3.2 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.2.1 เมาส์ปากกา



รูปที่ 3.9 เมาส์ปากกา รุ่น XPPen Star 03 v2

ที่มา : https://xp-pen.co.th/

3.2.2 Clip Studio Paint



รูปที่ 3.10 โลโก้โปรแกรม Clip Studio Paint

ที่มา : https://de.wikipedia.org/wiki/Clip_Studio_Paint

3.2.3 Adobe Illustrator



รูปที่ 3.11 โลโก้โปรแกรม Adobe Illustrator

ที่มา : https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator

งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 1-2



รูป 3.12 รูปตัวอย่างการสอนใช้โปรแกรม Adobe Illustrator

ที่มา : https://www.168training.com/e-learning_new/illustratorCC/lesson1/index.php

ศึกษาการใช้โปรแกรม Adobe Illustrator เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่บริษัทเรกูล่าร์ พลัส จำกัด ใช้เป็นหลักในการทำงานกราฟิก โดยศึกษาวิธีการใช้งานตั้งแต่พื้นฐาน เช่น การใช้เครื่องมือวาดและสร้างรูปทรง การจัดวางองค์ประกอบ การใช้สี การจัดการเลเยอร์ และการสร้างเส้นและรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงศึกษาคีย์ลัดที่จำเป็น ไปถึงการปฏิบัติจริง

งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 3



รูป 3.13 ออกแบบนามบัตรครั้งที่ 1

ได้รับมอบหมายให้ออกแบบนามบัตรให้กับบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด โดยผ่านกระบวนการทำงานในโปรแกรม Adobe Illustrator โดยคัดเลือกสามแบบจากภาพร่างก่อนจะนำเสนอกับลูกค้าแล้วนำมาปรับแก้ไขตามความต้องการของกลุ่มผู้ใช้

งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 4



รูป 3.14 ออกแบบนามบัตรครั้งที่ 2

นำรูปแบบนามบัตรที่ลูกค้าคัดเลือกมาปรับใช้งานตามความต้องการของลูกค้า พร้อมแบบฟอนต์ต่าง ๆ ให้เลือกใช้ตามความต้องการของลูกค้า ปรับแก้ไขตัวอักษรชัดเจนมากขึ้น เน้นความเรียบง่าย และชัดเจน

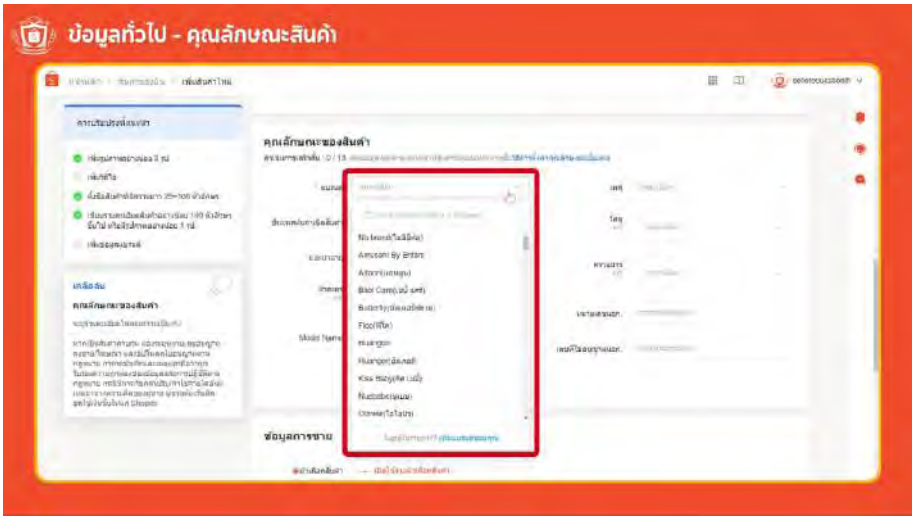
งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 5



รูป 3.15 ถ่ายภาพ-ตัดต่อสินค้าที่จะลงขายใน Shopee

รับหน้าที่การถ่ายภาพสินค้า ตั้งแต่การจัดฉาก จัดวางองค์ประกอบสินค้า จัดแสงไฟก่อนจะนำมาตัดต่อ และปรับแต่ง เพื่อนำมาทำเป็นภาพ Artwork สำหรับลงช่องทาง Shopee

งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 6-7



รูป 3.16 ศึกษาข้อมูล Shopee

ที่มา : https://www.youtube.com/watch?v=KX9dupNXiNE&t=3s

ศึกษาข้อมูลในการใช้แพลตฟอร์ม Shopee ศึกษาตลาดศึกษา รูปแบบการจัดวางงานในการทำกราฟิก ศึกษาประเภทสินค้า การใส่รายละเอียดต่าง ๆ เช่น ชื่อสินค้า ขนาดความกว้าง-ยาว น้ำหนัก เป็นต้น

งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 8-10



รูป 3.17 จัดทำ Artwork สำหรับลง Shopee

จัดทำ Artwork นำสินค้าที่จะใช้ลงในแพลตฟอร์ม Shopee โดยเริ่มตั้งแต่ศึกษาข้อมูลสินค้าอะไหล่อุปกรณ์ชุดแรก จำนวน 20 รายการ โดยผ่านกระบวนการออกแบบกราฟิก จัดวางภาพสินค้า ข้อความ และองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความเป็นระเบียบ พร้อมทั้งปรับรูปแบบ Artwork ให้มีความสอดคล้องกันทั้งชุด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นเอกภาพและเหมาะสมสำหรับนำไปใช้งานบนช่องทางออนไลน์

งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 11



รูป 3.18 ลงสินค้าบนช่องทาง Shopee

นำภาพ Artwork สำหรับนำเสนอสินค้าที่จัดทำไว้ในสัปดาห์ก่อนนำเสนอให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายช่างของบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด ตรวจสอบความถูกต้องของรายละเอียดสินค้า โดยตรวจสอบทั้งรูปภาพ ข้อมูลทางเทคนิค ข้อความ และรายละเอียดของอุปกรณ์อะไหล่ที่ได้รวบรวมไว้ จากนั้นนำข้อเสนอแนะและข้อมูลที่ได้รับมาปรับแก้ Artwork ให้มีความถูกต้องและเหมาะสมกับการใช้งาน เมื่อดำเนินการปรับแก้เรียบร้อยแล้ว จึงนำ Artwork ไปใช้ประกอบกับข้อมูลสินค้าเพื่อเตรียมเผยแพร่และลงขายผ่านแพลตฟอร์ม Shopee

งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 12-14



รูป 3.19 จัดทำ Artwork สำหรับลง Shopee



รูป 3.20 จัดทำ Artwork สำหรับลง Shopee

จัดทำ Artwork นำสินค้าที่จะใช้ลงในแพลตฟอร์ม Shopee สินค้าอะไหล่อุปกรณ์ชุดที่สอง จำนวน 45 รายการ โดยเริ่มจาก ดำเนินการออกแบบรูปกราฟิก จัดวางภาพสินค้า ข้อความ และองค์ประกอบต่าง ๆ ใน Artwork ให้มีความสอดคล้องกับชุดข้อมูลเดิม

งานที่ได้รับมอบหมายสัปดาห์ที่ 15



รูป 3.21 ลงสินค้าบนช่องทาง Shopee

หลังจากนำ Artwork ข้อมูลสินค้าชุดที่สองตรวจสอบถูกต้องของสินค้าจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายช่างแล้ว จึงนำภาพสินค้ามาลงขายบนแพลตฟอร์ม Shopee จำนวน 45 รายการ

บทที่ 4
ผลการปฏิบัติงาน

เมื่อได่แนวทางการสร้างและการออกแบบแล้ว จึงได้นำตัวคาแรคเตอร์มาสคอตไปนำเสนอกับทางบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด และได้ขอความคิดเห็นเกี่ยวกับคาแรคเตอร์ที่ใช้

4.1 ผลสรุปการสำรวจความคิดเห็น



รูป 4.1 ภาพการนำเสนอผลงานและการสำรวจความคิด

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

จากความคิดเห็นของพนักงานที่ปรึกษาบริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด ร่วมกับทีมงานของบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด เสนอในเรื่องของตัวมาสคอต มีภาพลักษณะที่ดูมีความเป็นมิตรน่ารัก เห็นแล้วอยากพูดคุย ดูเข้าถึงง่าย แต่ความคิดเห็นเพิ่มเติมเสนอให้สามารถนำมาปรับให้ดูสดใสขึ้นได้ เพื่อให้ดูมีความน่ารักากขึ้น รวมถึงอยากให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของคาแรคเตอร์มาสคอตให้มากขึ้น

4.2 ผลงานที่ได้จัดทำตลอดระยะเวลาการฝึกสหกิจศึกษา



รูป 4.2 ภาพตัวอย่างการออกแบบนามบัตร

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

ภาพนามบัตรที่ผ่านการแก้ไขและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะและความต้องการของลูกค้า โดยดำเนินการปรับรายละเอียดขององค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ ทั้งในด้านการจัดวางข้อมูล รูปแบบตัวอักษร ขนาด และองค์ประกอบกราฟิก เพื่อให้นามบัตรมีความเป็นระเบียบและสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างชัดเจนตอบเสนอกับคววามต้องการของกลุ่มเป้าหมาย



รูป 4.3 ภาพการถ่ายแบบสินค้า

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

ถ่ายภาพสินค้า โดยเริ่มตั้งแต่การจัดฉากและเตรียมพื้นที่สำหรับการถ่ายภาพ จัดวางสินค้าและองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบของสินค้า รวมถึงการจัดตำแหน่งและทิศทางของแสงไฟ เพื่อให้สินค้าเห็นรายละเอียดครบถ้วน รวมถึงจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความเรียบร้อยและเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการจัดทำ Artwork และเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์



รูป 4.4 ภาพการตัดต่อ

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

ภาพการถ่ายภาพสินค้า การจัดองค์ประกอบของภาพ รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคนิคต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการจัดไฟ จากนั้นนำภาพที่ได้มาดำเนินการตัดต่อและปรับแต่งภาพ เช่น การตัดพื้นหลัง ปรับแสงและสี รวมถึงจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความเรียบร้อยและเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการจัดทำ Artwork ลงบนแพลตฟอร์ม Shopee



รูปที่ 4.5 ทำ Artwork สำหรับลงในแพลตฟอร์ม Shopee

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

ภาพผลงาน Artwork ที่ลงขายลงบนแพลตฟอร์ม Shopee ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนทั้งข้อมูลทางเทคนิค และการจัดวางองค์ประกอบภาพกราฟิก



รูปที่ 4.6 ภาพตัวอย่างสินค้าที่ได้นำไปลงขายจริงในแพลตฟอร์ม Shopee

ที่มา : ผู้จัดทำ, 2569

ภาพผลงาน Artwork สินค้าที่ผ่านการตรวจสอบและปรับแก้รายละเอียดเรียบร้อยแล้ว ก่อนนำไปเผยแพร่บนแพลตฟอร์ม Shopee โดยตรวจสอบความถูกต้องของภาพสินค้า รายละเอียดข้อมูล ข้อความ และองค์ประกอบต่าง ๆ ให้ครบถ้วนและเหมาะสมกับการนำเสนอสินค้า จากนั้นจึงนำภาพและข้อมูลที่จัดเตรียมไว้ลงบนหน้าสินค้า เพื่อใช้ประกอบการนำเสนอและจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทลูกค้า

บทที่ 5
อภิปรายผลข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินงานในการทำการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ สำหรับบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด ผู้จัดได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานที่มีค่า แม้จะมีส่วนที่ผิดพลาดและอุปสรรค์ระหว่างการดำเนินงาน แต่ก็ได้รับคำแนะนำที่ดีจากพนักงานที่ปรึกษาและเรียนรู้วิธีแก้ไข รวมถึงพัฒนาทักษะต่างๆ อาทิ การทำงานร่วมกับผู้อื่น ประสบการณ์ทำงานกับลูกค้า การเก็บฟีดแบคความต้องการของลูกค้า และการนำเสนองานหรือการร่วมแสดงความคิดเห็นระหว่างการทำงาน ทั้งยังช่วยในด้านการพัฒนาแนวคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผล การทำงานที่มีลำดับขั้นตอน และช่วยส่งเสริมทักษะการวิเคราะห์ในมุมมองต่างๆ จากประสบการณ์ทำงานจริง

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1.1 ผู้จัดทำได้ประสบการณ์และความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดในอุสาหกรรมการทำงานจริง

5.2.1.2 ผู้จัดทำได้เรียนรู้การใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ที่เป็นโปรแกรมสากล รวมถึงทักษะต่างๆ ในด้านการทำ Artwork การจัดองค์ประกอบภาพ การจัดสตูดิโอและการถ่ายภาพ

5.2.2 ปัญหาที่พบของโครงงานสหกิจศึกษา

5.2.2.1 ยังขาดประสบการณ์ด้านเทคนิคการใช้โปรแกรมที่ไม่คุ้นเคย ซึ่งได้พัฒนาทักษะการใช้โปรแกรมในระหว่างการทำงาน

5.2.2.2 การบริหารเวลาในงานทำงานที่มีรายละเอียดปริมาณมากภายใต้เวลาที่กำหนด

5.3 สรุปผลการปฏิบัติสหกิจศึกษา

จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท เรกูล่าร์พลัส จำกัด ตั้งแต่วันที่ 18 พฤษภาคม 2569 ถึงวันที่ 28 สิงหาคม 2569 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ผู้จัดทำได้ประสบการณ์ทำงานไม่เพียงแต่ในด้านการออกแบบกราฟิก รวมถึงด้านทักษะการบริหารงาน การกำหนดลำดับขั้นตอนการทำงาน ด้านการตลาด และเทคนิคการทำงานในด้านการออกแบบสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และจะนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการพัฒนาทักษะการทำงานของตัวเองต่อไป

บรรณานุกรม

กิตติธัช ศรีฟ้า. (2566). เอกสารประกอบการสอนวิชาทฤษฎีแสงสีในสื่อดิจิทัล (Light Color Theory in Digital Media). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. https://repository.rmutr.ac.th/handle/123456789/1642

วรากร ใช้เทียมวงศ์ และภานุวัฒน์ สิทธิโชค. (2568). กระบวนการออกแบบตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์ ชุด “Yoga Teacher”. วารสารดีไซน์เอคโค, 6(1), 21–32. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jdecho/article/view/278343

ศริญญา คงเที่ยง และจิตรกร ผดุง. (2566). การวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยมาสคอตในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 5(2), 99–110. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/1884

อัปสร อีซอ, ศุภมาส รัตนพิพัฒน์, นันทรัตน์ นามบุรี, อัจฉราพร ยกขุน และรอมซี แตมาสา. (2564). แนวคิดการออกแบบและการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา: สติกเกอร์ไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. วารสารดีไซน์เอคโค, 2(2), 23–32. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jdecho/article/view/250851

เอกลักษณ์ โภคทรัพย์ไพบูลย์. (2562). การออกแบบมาสคอตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนโดยใช้แนวคิดคาวาอี [วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Theses and Dissertations. https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2019.1358

AD ADDICT. (2019, August 22). รวม 6 มาสคอตแบรนด์ไทยชื่อดังที่ไม่ว่าใครเห็นเป็นต้องร้อง ‘อ่อ’! https://adaddictth.com/knowledge/thai-brand-mascots

Arnold Bangkok. (2014, September 9). ทฤษฎีสีของแสง. https://arnoldbangkok.wordpress.com/2014/09/09/ทฤษฎีสีของแสง

Clip Studio Tips. (n.d.). ตัวอย่างการเปรียบเทียบสัดส่วน. https://tips.clip-studio.com/th-th/articles/4899

Digital Solutions Text. (n.d.). Unit 2: Develop UI and UX https://damom73.github.io/digital-solutions-text/2_develop/1_design_ui_ux/unit_2.html

Dribbble. (2020). Mitto - Mitra Tokopedia Mascot. https://dribbble.com/shots/14354211-Mitto-Mitra-Tokopedia-Mascot

Fastwork. (n.d.). Character design.
https://fastwork.co/user/budsarin.na/character-design-97762069

FOOF Echium. (n.d.). Duo (ดูโอ้) มาสคอตอย่างเป็นทางการของ Duolingo.
https://note.com/foof_echium484/n/n659026bea405

LINE Corporation. (n.d.). LINE Characters: Cuter Is Better. LINE STORE.
https://store.line.me/stickershop/product/2281/th

LINE Corporation. (n.d.). Moon: Special Edition. LINE STORE.
https://store.line.me/stickershop/product/446/th

Michelin. (2016, April 27). The evolution of the Michelin Man [Post]. X.
https://x.com/Michelin/status/725260882901610496

ShortURL Asia. (n.d.). [ภาพมาสคอตกีฬาซีเกมส์ประเทศไทย ครั้งที่ 33].
https://shorturl.asia/aioe3k

Techsauce. (n.d.). 10 years LINE FRIENDS.
https://techsauce.co/pr-news/10-years-line-friends

Wikipedia. (ม.ป.ป.). Adobe Illustrator.
https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator

Wikipedia. (ม.ป.ป.). Clip Studio Paint.
https://de.wikipedia.org/wiki/Clip_Studio_Paint

XPPen Thailand. (ม.ป.ป.). XPPen Star 03 v2.
https://xp-pen.co.th/model/star-03/

YouTube. (ม.ป.ป.). ศึกษาข้อมูล Shopee [วิดีโอ].
https://www.youtube.com/watch?v=KX9dupNXiNE&t=3s

Zhao, J. (2026). The psychology of art and emotional experience: A theme-color-emotion framework for understanding viewer-reported emotional regulation. Frontiers in Psychology, 17, 1771247.
https://doi.org/10.3389/fpsyg.2026.1771247

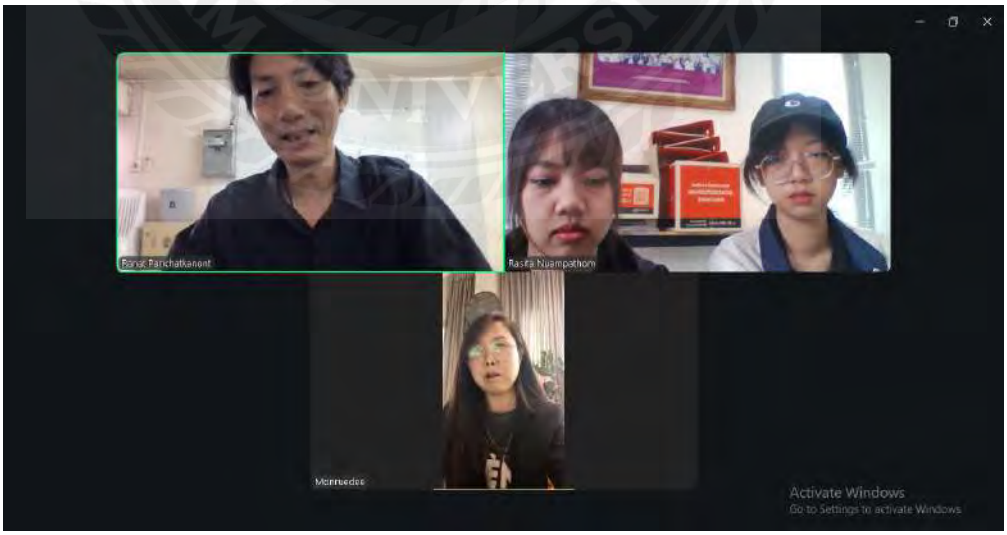
ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ภาพการนิเทศงานของอาจารย์



ภาพที่ 1 การนิเทศงานครั้งที่ 1



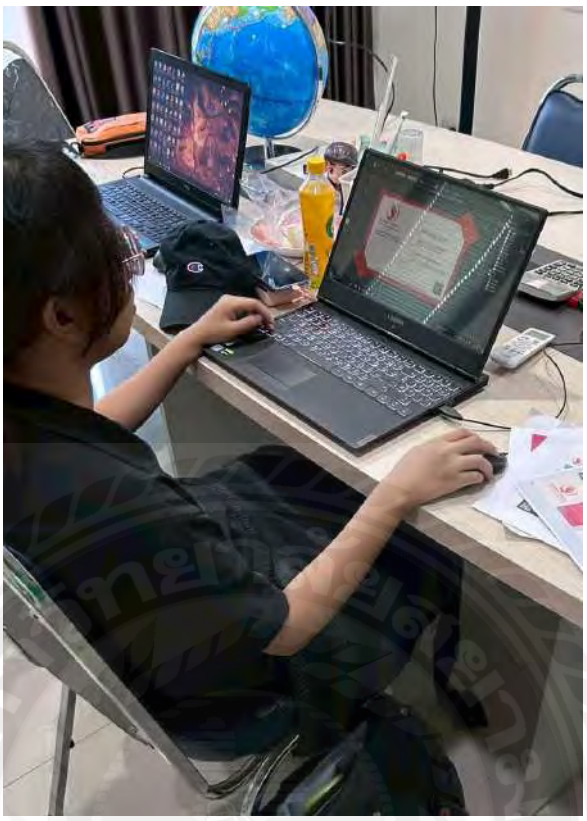
ภาพที่ 2 การนิเทศงานครั้งที่ 2



ภาคผนวก ข
บรรยากาศการทำงาน



ภาพที่ 1 สถานที่ปฏิบัติงาน



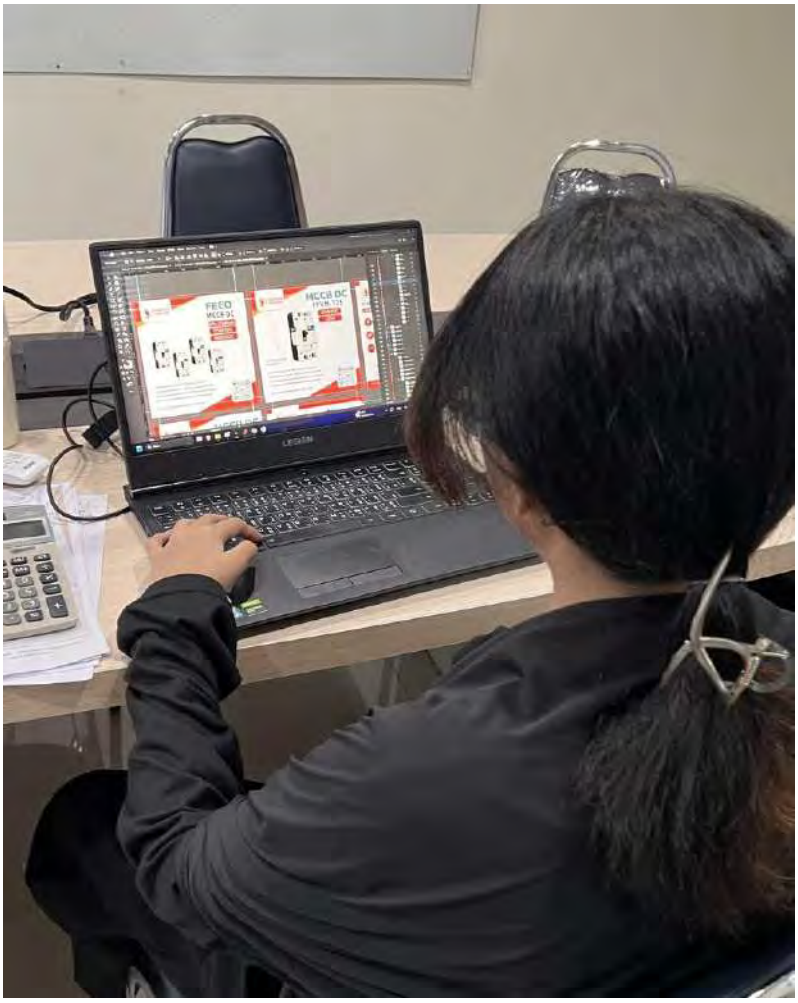
ภาพที่ 2 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 3 ภาพขณะปฏิบัติงาน



ภาพที่ 4 ภาพขณะปฏิบัติงานจัดฉากเพื่อถ่ายภาพสินค้า



ภาพที่ 5 ภาพขณะปฏิบัติงาน

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ : นางสาวศุจีภรณ์ ขอบชิต

รหัสนักศึกษา : 6606400002

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

เบอร์ติดต่อ : 0628696336

E-mail : Sujeeporn.kho@gmail.com

ที่อยู่ปัจจุบัน : บ้านเลขที่ 110/23 หมู่ 1 ถนนเอกชัย แขวงบางขุนเทียน เขตจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10150

ผลงาน : โครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์สำหรับบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด

https://drive.google.com/drive/folders/1JHfy_yQuOzrZbNnclK02-9ILyZHvdERN

รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

โครงการออกแบบมาสคอต 2 มิติ เพื่อนำไปพัฒนาสติกเกอร์ไลน์

สำหรับบริษัท บางกอก ซันชายน์ จำกัด

The Project to design of a 2D Mascot for LINE Sticker

Development for Bangkok Sunshine Co., Ltd.

โดย

นางสาว ศุจีภรณ์ ขอบชิต รหัส 6606400002

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 193-491 สหกิจศึกษา

หลักสูตรวิทยาศาตรบัณฑิต สาขาวิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2568