

การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์

“ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL”

Line Stickers Design for Line Application “Farm ChaoKhun by KMITL”

ฉัตรแก้ว มาสุโมโตะ* และรัตตมา รัตนวงศา**

วันที่รับบทความ	31 มีนาคม 2564
วันที่แก้ไขบทความ	21 พฤษภาคม 2564
วันที่ตอบรับบทความ	28 พฤษภาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ และศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ผู้วิจัยได้ออกแบบร่างต้นแบบคาแรกเตอร์โดยใช้ไกด์ไลน์มาเป็นแนวทางในการพัฒนาคาแรกเตอร์หลักและคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์จำนวน 16 คาแรกเตอร์ ผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ผู้วิจัยได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย กลุ่มลูกค้าฟาร์มเจ้าคุณ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับคณะเทคโนโลยีการเกษตร นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และบุคคลทั่วไป จำนวน 125 คน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.41) โดยรายการประเมินที่อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ สามารถนำสติ๊กเกอร์ไลน์ไปใช้งานได้จริง คาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์มีความสวยงาม ความพึงพอใจโดยรวมต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ คาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์มีความน่าสนใจ การเลือกใช้สี มีความเหมาะสม และสติ๊กเกอร์ไลน์มีเอกลักษณ์ และสร้างการจดจำได้ดี ตามลำดับ

คำสำคัญ: สติ๊กเกอร์ไลน์ / ฟาร์มเจ้าคุณ / คาแรกเตอร์

* นักศึกษา หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (นิเทศศาสตร์เกษตร) ภาควิชานวัตกรรมการสื่อสารและพัฒนาการเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

** ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาภาควิชานวัตกรรมการสื่อสารและพัฒนาการเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Abstract

The objectives of this research were to design and develop LINE stickers and study the satisfaction with the LINE stickers. The researchers of “Farm Chao Khun’s by KMITL” have designed the draft of the characters by using a rooster as the guide. This guide is used in the development of the main character and the sixteen LINE stickers characters by using a computer program. As for the study of the satisfaction with “Farm ChaoKhun’s by KMITL” LINE stickers, the researchers have studied the sample groups consisting of the “Farm Chao Khun” customer group, personnel who are associated with the Faculty of Agricultural Technology, students at King Mongkut’s Institute of Technology Ladkrabang, and 125 people of the general public. The research found that the satisfaction with “Farm ChaoKhun’s by KMITL” LINE stickers is overall high (Average = 4.41). The evaluation topics with the highest satisfaction is the practicality of the LINE stickers, the look of the LINE stickers characters, the overall satisfaction with the “Farm ChaoKhun’s” LINE stickers, the level of how the LINE stickers are interesting, the use of colors, the suitability, the uniqueness of the LINE stickers, and the lasting impression, respectively.

Keywords: LINE Stickers / Farm ChaoKhun’s / Character

บทนำ

ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL เป็นการการนำองค์ความรู้จากคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มาบูรณาการศาสตร์ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถถ่ายทอดความรู้ที่มีออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็น การบูรณาการศาสตร์ความรู้ของบุคลากรในนำไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้การทำธุรกิจเกษตรแบบครบวงจรตั้งแต่ การผลิต การแปรรูป การทำการตลาด และเป็นการสร้างเครือข่าย จึงได้มีการจัดตั้ง ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL โดยมีเป้าหมายคือ “มุ่งสู่การเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง ปรับการเรียนสู่ธุรกิจ การหารายได้ และเพื่อสังคม” ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารของคนในสังคมได้เปลี่ยนไปจากเดิม โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากการสื่อสารผ่านตัวกลางบุคคลโดยตรง ได้เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของทุกคนมากขึ้น ทำให้การสนทนาหรือการเชื่อมต่อจากบุคคลไปสู่อีกบุคคลหนึ่งสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่สามารถสนทนาออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายได้อย่างรวดเร็ว และตอบโต้การเข้าถึงปลายทางหรือ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างทันใจ ผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากบนโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก (Facebook) อิน스타그램 (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) หรือแม้แต่ ไลน์ (Line)

แอปพลิเคชันไลน์ (Line) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนแพลตฟอร์มสนทนาออนไลน์ ซึ่งมีผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก สามารถใช้งานบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบสมาร์ทโฟน

คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และแท็บเล็ตได้ โดยผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่งไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง จุดเด่นที่ทำให้แอปพลิเคชันไลน์แตกต่างกับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนารูปแบบอื่นคือ รูปแบบของสติ๊กเกอร์ (Sticker) ที่แสดงอารมณ์ และความรู้สึกของผู้ใช้ที่หลากหลาย เช่น สติ๊กเกอร์แสดงความรู้สึกขั้นพื้นฐาน สติ๊กเกอร์ตามเทศกาลวันสำคัญ สติ๊กเกอร์ของตราสินค้า (Brand) ต่าง ๆ และสติ๊กเกอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียง เป็นต้น (ศุภศิลป์ กุลจิตต์ เจริญวงศ์, 2556, น.43) สติ๊กเกอร์ไลน์มาจากการออกแบบสติ๊กเกอร์ผ่านตัวการ์ตูน หรือเป็นสัญลักษณ์รูปภาพแทนคำพูดหรือการแสดงอารมณ์ในชีวิตประจำวันที่มีคาแรกเตอร์ที่น่าสนใจ ง่ายต่อการนำไปใช้ในบนสนทนาและการสื่อสารประจำวัน ซึ่งสติ๊กเกอร์ประกอบด้วยการแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ข้อความและรูปภาพที่เข้าใจได้ง่าย พร้อมทำการผสมผสานกับภาพลักษณ์ขององค์กร ธุรกิจ เป็นการแทรกตราสินค้าหรืออัตลักษณ์ผ่านสติ๊กเกอร์บนบทสนทนา เพื่อสร้างการจดจำแก่ องค์กรและแบรนด์ให้กับผู้ใช้งานบนแอปพลิเคชันไลน์ให้ผู้ใช้สติ๊กเกอร์ในธุรกิจนั้น ๆ เกิดความพึงพอใจนอกจากนี้ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ตราสินค้า และคาดหวังให้ผู้บริโภคหันมาใช้สินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น (ฐิติ ปฐมชัยคุปต์ และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี, 2559, น.1550) เนื่องจากการทำธุรกิจในลักษณะของการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำแต่เน้นแข่งขันกันที่แนวความคิดและการออกแบบ อีกทั้งยังลดความเป็นทางการในการสนทนาพร้อมกับเพิ่มความสนุกสนานให้ คู่สนทนาด้วย อีกทั้งสติ๊กเกอร์ยังเป็นลูกเล่นที่ทำให้แอปพลิเคชันไลน์ ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จนในปัจจุบันมีผู้คนสนใจที่จะหันมาสร้างสติ๊กเกอร์ เพื่อจำหน่ายเป็นจำนวนมาก โดยจะเห็นได้จากบน LINE Store นอกจากจะมีแบบน่ารัก ๆ กวน ๆ แล้วยังมี สติ๊กเกอร์ที่เน้นเฉพาะกลุ่มอีกด้วยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานในยุคปัจจุบัน (วัฒนา ทิพย์ทอง, เพ็ญฤทัย หนูสวัสดิ์, อัมมพร กว้างสวัสดิ์, อังคณา จัดตามาศ และพัชราภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี, 2560, น.58) เนื่องจากฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ถือเป็นแบรนด์ใหม่ ที่มีการผลิตสินค้าทางการเกษตรออกมาหลากหลายรูปแบบ โดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และ ไลน์ (Line) ที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาเพื่อประชาสัมพันธ์ และเป็นช่องทางการสร้างรายได้เพื่อนำไปพัฒนาตามวัตถุประสงค์ของ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของสติ๊กเกอร์ไลน์ จึงได้ศึกษากระบวนการและต้องการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL และสินค้าของฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถนำไปใช้ชีวิตประจำวัน ในการสื่อสารด้วยการรับส่งสติ๊กเกอร์แทนการสนทนาหรือคำพูดบนแอปพลิเคชันไลน์ ที่มีลักษณะการออกแบบตามอัตลักษณ์ของ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปัญหานำวิจัย

1. กระบวนการการออกแบบและพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL เป็นอย่างไร
2. ความพึงพอใจที่มีต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาสตอรี่ไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL
2. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจที่มีต่อสตอรี่ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพัฒนาเพื่อออกแบบสตอรี่ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ของคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยได้ออกแบบ และพัฒนาสตอรี่ไลน์ในลักษณะรูปแบบ 2 มิติ (2D) ผ่านโปรแกรมการออกแบบบนคอมพิวเตอร์ โดยเลือกใช้วิธีการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) เพื่อประชาสัมพันธ์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้พบเห็น โดยรวบรวมความพึงพอใจที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างจำนวน 125 คน ด้วยการประเมินผ่านแบบสอบถาม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ปกรณิกคัต หาญณรงค์คัต (2555 อ้างอิงใน วงศ์วรุตม์ อินตะนัย, 2561) กล่าวว่า การออกแบบตัวละครคือการสร้างตัวละครขึ้นมาใช้งานจากจินตนาการ โดยผ่านแนวคิด หรือหัวข้อที่กำหนดขึ้นหลักการออกแบบตัวละครประกอบด้วย 1) เนื้อเรื่อง 2) แนวคิด 3) ข้อมูลของตัวละคร 4) รูปแบบในทางที่ต้องการ ดังนั้น การออกแบบตัวละคร เป็นบุคลิกพิเศษเฉพาะตัวของตัวการ์ตูน ตัวการ์ตูนที่ดี ควรมีเอกลักษณ์ของตัวเอง เพื่อให้คนดูสนใจ จดจำและติดตาม ตัวละครแต่ละตัวจะมีบุคลิกที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เราสามารถนำบุคลิกพิเศษของตัวละครแต่ละตัวเพิ่มสีสัน ให้กับเนื้อเรื่องของการ์ตูนได้ด้วย มาปรับใช้ในการออกแบบตัวละคร เรื่องราวทั้งหมดของตัวสตอรี่ไลน์จะถ่ายทอดโดยนักแสดง หรือตัวละครเป็นหลัก โดยการพูด การกระทำที่แสดงออก รวมทั้งความสัมพันธ์กับตัวละครอื่น ๆ ซึ่งสามารถบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของตัวแสดงโดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ บุคลิกแบบจำลอง และบุคลิกลักษณะพิเศษเฉพาะตัว ดนัย ม่วงแก้ว (2552) ได้แบ่งหลักการพื้นฐานการออกแบบตัวละครไว้ดังนี้

1. แนวคิดการออกแบบ (Concept) กล่าวคือ การสร้างแรงบันดาลใจ หรือจินตนาการ มโนภาพที่มาจากความคิด ที่มาจากสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติใกล้ตัวเรา มาเป็นโครงสร้างความคิด มีทิศทางที่นำไปของการออกแบบ เช่น การออกแบบสิ่งมีชีวิตตัวหนึ่ง ต้องรู้จุดกำเนิดของสิ่งมีชีวิตนั้นมาจากไหน พัฒนามาจากอะไร และมีความสามารถ พฤติกรรมอะไรบ้าง

2. รูปร่างและรูปทรง (Shape & Form) (1) รูปร่าง (Shape) ได้แก่ ภาพร่างที่มีลักษณะแบน ๆ ไม่มีความหนา และความลึกแบบภาพ 2 มิติ (2D) และ (2) รูปทรง (Form) คือ โครงสร้างทั้งหมดของรูปภาพนั้น รูปที่เกิดจะมีลักษณะเป็นมิติ ความลึก ความหนา ซึ่งรูปทั้งหมดแบบออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน

3. อารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) คือการถ่ายทอดอารมณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกคล้ายตาม เช่น อารมณ์โกรธ เศร้า ตก ยิ้ม ซึ่งถ้าวาดให้เป็นลายเส้นสามารถสร้าง ความรู้สึกให้เกิดความจริงได้

4. การเน้น (Emphasis) เป็นการเน้นความสำคัญให้ชัดเจน สร้างให้โดดเด่นเป็นพิเศษ การเน้นแบ่งออกหลายลักษณะ เช่น การเน้นพื้นผิว เส้น และรูปทรง ในที่นี้แบ่งออกหลักๆ 2 ลักษณะ คือ การเน้นรายละเอียด การเพิ่มเติมให้มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้เกิดระยะ มีมิติมากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดภาพ 3 มิติ (Three Dimensions) และ การเน้นเส้นของรูปทรง คือ การเน้นเส้นรอบนอก (Out Line) ควรเป็นเส้นที่ใหญ่ หรือหนากว่าเส้นภายในเพื่อเพิ่มความเด่นชัด สร้างความสวยงาม และสามารถสร้างระยะมากขึ้น

5. การจัดภาพ (Composition) คือการสร้างดุลยภาพ (Balance) การจัดภาพทำให้เกิดความสมดุลไปด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งทำให้เกิดความสวยงาม มีความสมบูรณ์ลงตัว

6. จุดเด่น (Dominance) คือจุดหรือตำแหน่งในภาพ สร้างความน่าสนใจเป็นพิเศษ เป็นองค์ประธานของภาพ ต่อจากนั้น องค์ประกอบต่าง ๆ รอบ ๆ จะมีความสำคัญรองลงไป ซึ่งจุดรอนั้นเรียกว่าจุดเสริม (Sub Ordination) จุดเสริมสามารถสร้างจุดเด่นให้มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น

7. จุด (Point) จุดมีมิติที่เล็กมาก ไม่สามารถแสดงความกว้าง ความยาว ความลึก และเมื่อนำจุดมาเรียงต่อกันจะได้เป็นเส้น การเรียงจุดทำให้เกิดรูปทรงต่าง ๆ

8. เส้น (Line) เส้นเกิดจากการนำจุดหลายๆ จุดมาเรียงติดต่อกันจนเกิดเป็นความยาว การนำเส้นต่างๆ มาประกอบกันสามารถสร้างรูปทรงต่าง ๆ ตามต้องการได้ เส้นสามารถสร้างอารมณ์ความรู้สึกในตัวเอง

ปิยพร ศรีสุขสวัสดิ์ (2555) ได้ให้ความหมายของ การออกแบบคาแรกเตอร์ ไว้ดังนี้ การออกแบบคาแรกเตอร์ (Character Design) หมายถึง การออกแบบ หรือการสร้างตัวละครที่มีลักษณะเป็นตัวการ์ตูนที่มีรูปร่าง หน้าตา นิสัย บุคลิกลักษณะเด่น-ด้อย แตกต่างกันไปตามจินตนาการ หรือตามเนื้อหา เรื่องราวที่ถูกกำหนดขึ้น หรือไม่มีเนื้อหาเรื่องราวมากำหนดก็ได้ และเป็นได้ทั้งสิ่งมีชีวิต และไม่มีชีวิต โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ ทั้งนี้ไม่จำกัดชนิดของโปรแกรม และเทคนิคในการสร้างงาน

ระเบียบวิธีวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาและออกแบบสติกเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL คือ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL แบบประเมินความพึงพอใจ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กลุ่มลูกค้าฟาร์มเจ้าคุณ และบุคคลทั่วไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ผู้วิจัยได้มีการศึกษาหลักการ แนวคิด และทฤษฎีเพื่อการออกแบบออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ โดยกำหนดขั้นตอนในการดำเนินการทั้งหมด 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

การศึกษา แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ การวิจัยในขั้นนี้มีผู้วิจัยศึกษาและวิเคราะห์หาแนวทางในการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL โดยได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดและสรุป โดยนำข้อมูลที่สรุปนั้นได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในด้านอัตลักษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ วิทยานิพนธ์ บทความวิจัย และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องในคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อหาแนวทางในการออกแบบคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ให้แก่ฟาร์มเจ้าคุณ

ขั้นตอนที่ 2

การออกแบบ และพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ หลังจากผู้วิจัยได้รวบรวมหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ โดยแนวคิดในการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณนั้นเป็นส่วนของการออกแบบรูปร่างคาแรกเตอร์หลักและท่าทางของคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ รวมไปถึงคำบรรยายประกอบที่ใช้ในสติ๊กเกอร์ไลน์

2.1 ขั้นตอนการออกแบบผู้วิจัยได้ร่างต้นแบบคาแรกเตอร์หลัก จากการนำคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และจากศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกแบบคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ จากแหล่งค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ มาวิเคราะห์และออกแบบ ในการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator

2.2 ผู้วิจัยได้ออกแบบร่างต้นแบบคาแรกเตอร์โดยใช้ไก่ตัวผู้มาเป็นแนวทางในการร่างคาแรกเตอร์หลักของสติ๊กเกอร์ไลน์ โดยอ้างอิงจากลักษณะไก่ตัวผู้ ที่มีรูปร่างปึกป็น แข็งแรง หน้าอกกว้าง หงอนใหญ่ และเดือยหรือเหนียงไก่มีขนาดยาว เนื่องจากการสร้างคาแรกเตอร์เพื่อนำไปพัฒนาเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ผู้วิจัยได้มีการปรับเปลี่ยนตัวไก่ตัวผู้ให้ มีลักษณะที่น่ารัก สดใส เข้าถึงได้ง่าย แต่ยังคงความแข็งแรงของไก่ตัวผู้ไว้ และการแต่งกายนั้นก็มีลักษณะเป็นชุดเอี๊ยมแทนเสื้อหม้อฮ่อม เนื่องจากการสื่อให้เห็นถึงความเป็นเกษตรกรสมัยใหม่ที่เข้าถึงได้ง่าย ในการใส่ สร้างต้นแบบคาแรกเตอร์ให้เป็นพื้นที่สีครีม เงานตัวมีสีน้ำตาลอ่อน เพื่อให้เห็นมิติของคาแรกเตอร์ หงอน เดือยนั้น มีสีแดงสด ตัดเงา ด้วยสีชมพูอ่อนเพื่อสร้างมิติ แก้มสีชมพูอ่อนเพื่อเพิ่มความน่ารัก ให้ สีเครื่องแต่งกายด้วยสีน้ำตาล



ภาพที่ 1 ผลการออกแบบคาแรกเตอร์

2.3 หลังจากได้คาแรกเตอร์หลักแล้ว จึงได้ออกแบบคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ทั้งหมด 16 ภาพ หรือ 16 สติ๊กเกอร์ โดยจะเน้นไปที่ตัวคาแรกเตอร์หลักคือ ไก่ตัวผู้ หรือ มิสเตอร์เจ้าคุณ 13 สติ๊กเกอร์ เพื่อนคาแรกเตอร์หลัก มิสซิสเจ้าคุณ (ไก่ตัวเมีย) 1 สติ๊กเกอร์ น้องอู๊ดอู๊ด (หมู) 1 สติ๊กเกอร์ น้องก๊าบก๊าบ (เป็ด) 1 สติ๊กเกอร์ และเจ้าคุณแก๊ง (คาแรกเตอร์รวม) 1 สติ๊กเกอร์ เนื่องจากการออกแบบเพื่อประชาสัมพันธ์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ทางอ้อม ผู้วิจัยได้ออกแบบคาแรกเตอร์เป็นพื้นฐานของคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ คาแรกเตอร์ที่สอดคล้องกับการใช้งานในปัจจุบัน โดยมีคาแรกเตอร์สัตว์สี คาแรกเตอร์ชอบคุณ คาแรกเตอร์ขอโทษ คาแรกเตอร์โอเค คาแรกเตอร์โกรธ คาแรกเตอร์ข้ามัน คาแรกเตอร์ง่วง คาแรกเตอร์รู้สึกไม่ดี คาแรกเตอร์ลาก่อน คาแรกเตอร์ดูแลสุขภาพด้วยนะ คาแรกเตอร์เยี่ยมไปเลย คาแรกเตอร์ตื่นเต้น รวมถึงได้มีการออกแบบคาแรกเตอร์ที่บ่งบอกถึงฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ด้วยการสอดแทรกสินค้าผ่านคาแรกเตอร์ของสติ๊กเกอร์ไลน์ เช่น ผักสลัดของฟาร์มเจ้าคุณ นั้นมีความสดสะอาด จาก คาแรกเตอร์ผักสด ๆ จำ ไส้กรอกรมควันที่มีรสชาติดีร่อย จากคาแรกเตอร์อร่อยมาก คาแรกเตอร์ยินดีต้อนรับสู่ฟาร์มเจ้าคุณ หรือยินดีต้อนรับเข้าสู่บสนันทนา กับทางฟาร์มเจ้าคุณ และคาแรกเตอร์การสอบถามสินค้าของทางฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ในส่วนของคำบรรยายประกอบสติ๊กเกอร์ไลน์ผู้วิจัยได้มีการออกแบบตัวอักษรลักษณะที่เป็นตัวเขียน หรือลายมือ โดย เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถอ่านได้อย่างสบายตา และเข้าใจในตัวสติ๊กเกอร์ไลน์มากขึ้น รวมถึงการใช้สีคำบรรยายประกอบและพื้นหลังตัวคาแรกเตอร์ โทนเดียวกับโลโก้ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL เพื่อให้สอดคล้องกับฟาร์มเจ้าคุณ



ภาพที่ 2 ผลการออกแบบคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ 3

ขั้นตอนที่ 3

การนำเสนอสติกเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ให้กลุ่มตัวอย่าง ประเมินในแบบ ประเมินความพึงพอใจและความคิดเห็นที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ได้แก่ กลุ่มลูกค้าฟาร์มเจ้าคุณ จำนวน 25 คน นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 25 คน บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จำนวน 25 คน และบุคคลทั่วไป จำนวน 50 คน โดยใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) รวมทั้งสิ้น 125 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อสติกเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL โดยเป็นการทำแบบ ประเมินความพึงพอใจทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Google Form และแบบ Face-to-Face

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ความพึงพอใจของการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL มีดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
คาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์มีความสวยงาม	4.47	0.61	มาก
คาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์มีความน่าสนใจ	4.38	0.71	มาก
การเลือกใช้สี มีความเหมาะสม	4.38	0.74	มาก
สติกเกอร์ไลน์มีเอกลักษณ์ และสร้างการจดจำได้ดี	4.22	0.74	มาก
ความพึงพอใจโดยรวมต่อสติกเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ	4.42	0.58	มาก
สามารถนำสติกเกอร์ไลน์ไปใช้งานได้จริง	4.61	0.56	มากที่สุด
รวม	4.41	0.66	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ของผู้ประเมินจำนวน 125 คน พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.41) เมื่อพิจารณาตามรายการประเมิน พบว่า สามารถนำสติกเกอร์ไลน์ไปใช้งานได้จริง อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.61) รองลงมา คาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์มีความสวยงาม อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.47) ความพึงพอใจโดยรวมต่อสติกเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.42) คาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.38) การเลือกใช้สีมีความเหมาะสม อยู่ในระดับความพึง

พอใจมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.38) และสติ๊กเกอร์ไลน์มีเอกลักษณ์ และสร้างการจดจำได้ดี อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.22) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL เป็นการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ในการออกแบบและพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการอัตลักษณ์และการออกแบบ ลักษณะ พฤติกรรม ท่าทาง ที่บ่งบอกความเป็นฟาร์มเจ้าคุณอย่างเด่นชัด รวมถึงความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ความต้องการในการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาออกแบบเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ การออกแบบและพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ผู้วิจัยได้ออกแบบร่างต้นแบบคาแรกเตอร์โดยใช้ ไม้ตัวผู้ มาเป็นแนวทางในการร่างคาแรกเตอร์หลักของสติ๊กเกอร์ไลน์ โดยอ้างอิงจากลักษณะไม้ตัวผู้ เนื่องจากเป็นการสร้างคาแรกเตอร์เพื่อนำไปพัฒนาเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ จึงมีการปรับเปลี่ยนตัวไม้ตัวผู้มีบุคลิกที่น่ารัก สดใส เข้าถึงได้ง่าย แต่ยังคงความแข็งแรงของไม้ตัวผู้ไว้ และการแต่งกายนั้นมีลักษณะเป็นชุดเอี๊ยมแทนเสื้อหม้อฮ่อมเพื่อต้องการสื่อให้เห็นถึงความเป็นเกษตรกรสมัยใหม่ที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ระพีพัฒน์ คำหล้า (2557) ได้กล่าวถึง การออกแบบคาแรกเตอร์นั้น ต้องคำนึงถึงความเป็นตัวตนของแบรนด์นั้น ๆ ด้วย ด้วยการใส่บุคลิกของแบรนด์นั้น โดยเล่าเรื่องราวผ่านคาแรกเตอร์ทำให้ผู้ใช้งานมีความเข้าใจง่าย และสร้างทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ไม่มากนักน้อย รวมถึงให้ความใกล้ชิดกับผู้บริโภคได้มากขึ้นด้วย และสอดคล้องกับการศึกษาของ ภาวิน เภาจินดา (2561) ได้กล่าวว่า คาแรกเตอร์มีส่วนช่วยในเรื่องของการสื่อสารอารมณ์และความรู้สึก และยังเป็นตัวสื่อกลางที่จะส่งไปยังผู้รับสารที่ได้รับข้อความนั้น จึงทำให้คาแรกเตอร์เป็นตัวสื่ออารมณ์ โดยผ่านการใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ทำให้สามารถเข้าถึงได้กับทุกเพศทุกวัย ในการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ผู้วิจัยได้ออกแบบคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีการนำสินค้าและลักษณะของฟาร์มเจ้าคุณมาประกอบการออกแบบ รวมถึงการแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง และการใช้คำบรรยายมาประกอบ เพื่อให้ผู้ใช้งานเข้าใจที่จะสื่อได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมเกียรติ ศรีเพ็ชร (2558, น.26) ได้ศึกษาการใช้คาแรกเตอร์การ์ตูน เพื่อสื่อสารทางอารมณ์ และความรู้สึก ในรูปแบบของสติ๊กเกอร์ไลน์ พบว่า สติ๊กเกอร์ไลน์ที่ใช้คาแรกเตอร์การ์ตูนต่างสามารถแสดงถึงอารมณ์โดย และสีหน้าที่ประกอบกันเป็นภาพใบหน้า และกิริยาท่าทาง จนทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจ และตีความหมายทางอารมณ์ ความรู้สึกผ่าน คาแรกเตอร์เหล่านั้นได้อย่างชัดเจน ผสมกับความหมายเชิงคำกับ ซึ่งในที่นี้คือการใช้ตัวอักษรกำกับภาพ เพื่อกระชับความหมายไม่ให้ผิดเพี้ยน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ เพื่อมาออกแบบคาแรกเตอร์ หลักและคาแรกเตอร์สติ๊กเกอร์ให้แกฟาร์มเจ้าคุณ การออกแบบร่างต้นแบบคาแรกเตอร์และพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL ผู้วิจัยนั้นได้ใช้ ไม้ตัวผู้ มาเป็นแนวทางใน

การร่างคาแรกเตอร์หลักของสติกเกอร์ไลน์ โดยอ้างอิงจากลักษณะไก่อตัวผู้ และได้ออกแบบคาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์ทั้งหมด 16 ภาพ หรือ 16 สติกเกอร์ จากการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินจำนวน 125 คน ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.41) โดยรายการประเมินที่อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ สามารถนำสติกเกอร์ไลน์ไปใช้งานได้จริง คาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์มีความสวยงาม ความพึงพอใจโดยรวมต่อสติกเกอร์ไลน์ฟาร์มเจ้าคุณ คาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์มีความน่าสนใจ การเลือกใช้สี มีความเหมาะสม และสติกเกอร์ไลน์มีเอกลักษณ์ และสร้างการจดจำได้ดี ตามลำดับ

ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL เนื่องจากเป็นประเมินความพึงพอใจแบบออนไลน์ผู้ประเมินอาจมีความเข้าใจคลาดเคลื่อน ส่งผลให้ผลการศึกษามีการคลาดเคลื่อนได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. คาแรกเตอร์หลัก ควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการออกแบบคาแรกเตอร์ รวมถึงการสร้างเรื่องราวให้คาแรกเตอร์สามารถเข้าใจได้ง่ายและชัดเจนยิ่งขึ้น
2. คาแรกเตอร์สติกเกอร์ไลน์ในการศึกษาค้างต่อไปควรต้องเพิ่มจำนวนตัวคาแรกเตอร์ให้มากขึ้น เพิ่มความหลากหลายของคาแรกเตอร์ สร้างเอกลักษณ์ในการเลือกใช้คำประกอบคำบรรยายสติกเกอร์ไลน์ ในส่วนของไปพัฒนาต่อสามารถนำไปพัฒนาต่อได้หลายรูปแบบ ได้แก่ 1) สติกเกอร์ไลน์ 3 มิติ (3D) 2) สติกเกอร์ไลน์ที่สามารถขยับเคลื่อนไหว 3) สติกเกอร์ไลน์ที่มีเสียง 4) การนำคาแรกเตอร์ไลน์ไปประกอบ โมชันกราฟิก (Motion Graphics) และ 5) อิมไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำไปต่อยอดต่อองค์กร

บรรณานุกรม

- ฐิติ ปฐมชัยคุปต์ และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2559). อิทธิพลของรูปแบบสติกเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชันที่ส่งผลต่อการจดจำตราสินค้าของกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครปฐม. *รายงานการประชุมการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 12* นครสวรรค์วิจัย: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ ครั้งที่ 12 (หน้า 1549-1557). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- ดนัย ม่วงแก้ว. (2552). *Flash Cartoon Animation*. นนทบุรี: ไอทีซี อินโฟ ดิสทริบิวเตอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด.
- ภาวิน เผ่าจินดา. (2561). *การสื่อสารความหมายของสติกเกอร์ไลน์บนไลน์แอปพลิเคชันและมุมมองของผู้ใช้บริการ เพื่อนำ ไปสู่การจัดตั้งธุรกิจสติกเกอร์ไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ระพีพัฒน์ คำหล้า. (2557). กลยุทธ์โฆษณาแฝงเพื่อสร้างความภักดีในแบรนด์ธุรกิจ: กรณีศึกษา การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์แอปพลิเคชัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสื่อสารมวลชนและการออกแบบสื่อ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วงศ์วรุตม์ อินตะนัย. (2561). การออกแบบตัวละครนายแรงสำหรับสื่ออินโฟกราฟิก จากตำนาน ห้วยนายแรง. รายงานการประชุม โครงการประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 1 (หน้า 41-49). สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- วัฒนา ทิพย์ทอง, เพ็ญฤทัย หนูสวัสดิ์, อัมมพร กว้างสวัสดิ์, อังคณา จัดตามาศ และพัชรภรณ์ ชัยพัฒน์เมธี. (2560). การพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ของชุมชนป่าละอู. รายงานการประชุม โครงการประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคาเซีย ครั้งที่ 5 (หน้า 57-64). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจืองวงศ์. (2556). ไลน์รูปแบบการสื่อสารบนความสร้างสรรค์ของสมาร์ทโฟน: ข้อดี และข้อจำกัดของแอปพลิเคชัน. วารสารนักบริหาร, 33(4), 42-54.
- สมเกียรติ ศรีเพ็ชร. (2558). การใช้คาแรกเตอร์การ์ตูนเพื่อสื่อสารทางอารมณ์และความรู้สึก กรณีศึกษาสติ๊กเกอร์ไลน์. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 14(17), 21-31.