



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์
3. ศึกษาผลสัมฤทธิ์ต่อการใช้คาแรคเตอร์ของผลิตภัณฑ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการและผู้บริโภค ณ เอ็มพาร์ค (M Park) ในโรงพยาบาลมหาราช จ.นครราชสีมา กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 10 คน (1 คน/ร้าน) และกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 100 คน รวมจำนวน 110 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวคาแรคเตอร์ที่ออกแบบสำหรับติดบนบรรจุภัณฑ์
2. แบบวัดความพึงพอใจมีต่อตัวคาแรคเตอร์ที่ออกแบบสำหรับติดบนบรรจุภัณฑ์ จัดทำเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 3 กลุ่มหัวข้อ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.89

การดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาแนวคิดการออกแบบคาแรคเตอร์เป็นตัวการ์ตูนของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว ตามความต้องการของผู้ประกอบการ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

1) การ์ตูนมีอิทธิพลสำหรับเยาวชนต่อการพัฒนาประเทศชาติ ในด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เด็กจะเลียนแบบพฤติกรรมต่างๆ ของการ์ตูน ไปจนถึงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับ การ์ตูน เช่น พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน การแต่งกาย เป็นต้น (เอม อิงจิตราไพศาล: 2552) การ์ตูนคือภาพวาดง่ายๆ ที่เป็นสัญลักษณ์ซึ่งจำลองมาจากความคิด ซึ่งมีแบบเฉพาะตัว ไม่เหมือนภาพธรรมชาติทั่วไปเพื่อจุดมุ่งหมายในการบรรยายการแสดงออกซึ่งอาจมีลักษณะเกินความจริง เพื่อถ่ายทอดอารมณ์ หรือแสดงแนวคิดต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจง่ายขึ้น สำหรับการ์ตูนที่น่าเสนอ เรื่องราวในหนังสือนิยายสร้างสำหรับการเรียนรู้เพื่อเพิ่มทักษะการอ่าน การ์ตูนสามารถสร้างอารมณ์ให้ ผู้อ่านได้ดี ผู้เขียนจะต้องมีทักษะในการวาดและมีความสามารถสร้างจินตนาการได้ดี การ์ตูนที่สร้างขึ้นใน รูปหนังสือ เอกสาร หรือสิ่งพิมพ์เพื่อใช้ในการเรียนรู้ของนักเรียน ส่วนมากเป็นรูปภาพสีสัน ประกอบเป็น สื่อการเรียนรู้ สำหรับลักษณะการ์ตูนที่ผู้เขียนเป็นเรื่องราวทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกล้อเลียนตาม มีอารมณ์ร่วม ในบทบาทของตัวการ์ตูน และเชื่อมโยงสู่ชีวิตของตนเอง จึงจัดอยู่ในการ์ตูนที่มีคุณค่าในการเรียนรู้ คุณลักษณะของการ์ตูนที่ทำให้เด็กอ่านหนังสือการ์ตูนมี ดังนี้คือ หนังสือการ์ตูนให้ความพึงพอใจ สนองตอบความชอบความต้องการของเด็ก อ่านง่าย คนที่อ่านไม่คล่องก็สามารถเข้าใจเนื้อหาของเรื่องได้ โดยการดูรูปภาพ ลักษณะของการ์ตูนในปัจจุบันได้มีการพัฒนารูปแบบออกไปมากขึ้น บางครั้งเป็น จินตนาการสู่อินเตอร์เน็ต แพลกใหม่ ไร้ใจและเสนอเรื่องราวที่ลึกซึ้งได้ สร้างจินตนาการให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้เร็ว มีผู้นำการ์ตูนมาใช้ประโยชน์ต่อการเรียนการสอนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากการ์ตูนมีลักษณะที่น่าสนใจ การ์ตูนช่วยผ่อนคลายอารมณ์เครียด ทำให้บทเรียนสนุกสนาน ทำให้นักเรียนสนใจเนื้อหาวิชามากขึ้น และทำให้นักเรียนสนใจในการอ่านมากขึ้นอีกด้วย การ์ตูนช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจบทเรียนเร็วยิ่งขึ้น เพราะการ์ตูนช่วยสื่อความหมายให้เกิดความ

เข้าใจได้เร็วยิ่งขึ้น ทำให้การเรียนดีขึ้น สามารถนำการ์ตูนมาใช้ได้ตั้งแต่เด็กในระดับชั้นต้นๆ จนกระทั่งเด็กโต และสามารถใช้ได้กับผู้ใหญ่เช่นเดียวกัน

2) แรงบันดาลใจในการสร้างตัวละคร นักร้องแบบตัวละครส่วนใหญ่มักกล่าวว่า (วิสิทธิ์ จันมา: 2547) แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ เกิดได้ทุกที่ทุกเวลา ทุกสิ่งแวดล้อมจากจินตนาการ หรือจากคน สัตว์ สิ่งของรอบตัวเรา น้อยครั้งที่จะเกิดขึ้นมาเอง ดังนั้นนักร้องแบบตัวละครคนมักจะต้องแสวงหาแรงบันดาลใจเพื่อ สร้างสรรค์ผลงาน จากที่สนใจสิ่งรอบตัว คำพูดคำสนทนา การอ่านหนังสือ และประสบการณ์ส่วนตัว อีกทั้งอาจ ต้องคิดถึงการทำตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์มาต่อยอดเพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป

3) การส่งเสริมอัตลักษณ์ด้วยการสร้างแบรนด์คาแรคเตอร์ การสร้างคาแรคเตอร์ และการออกแบบ คาแรคเตอร์ (Microbrand: 2559) ให้โดนใจผู้ชมนั้นเป็นการส่งผ่านคุณค่าของแบรนด์อย่างมีประสิทธิภาพ ในที่นี้ไม่ได้ กล่าวถึงมีก็เมาส์ ซึ่งจัดว่าเป็นคาแรคเตอร์ ที่คนรู้จักไปทั่วโลก แต่กำลังพูดถึงคาแรคเตอร์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่เพื่อเป็นการ สื่อสารเกี่ยวกับแบรนด์ หรือ แบรนด์คาแรคเตอร์ ในที่นี้ไม่ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของแบรนด์ หรือ Brand Personality แต่จะพูดถึงการสร้างตัวละครขึ้นมา แล้วทำให้ตัวละครนั้นกลายเป็นแบรนด์ เหมือนกับดารานักแสดงหรือนักร้อง แตกต่างกันเพียงแบรนด์คาแรคเตอร์ ปกติแล้วไม่ใช่คนจริงๆ แต่เป็นสิ่งที่ผู้สร้างขึ้นให้มีชีวิต เรื่องราว ภูมิหลัง รวมถึง ความรู้สึกนึกคิดที่คล้ายคนจริงๆ ในระยะที่ผ่านมา มีแบรนด์คาแรคเตอร์ดีๆ ที่อยู่ในกระแสสังคม อย่างเช่น ตัวอย่าง คาแรคเตอร์ ในประเทศของเราที่มีความโด่งดังเป็นที่รู้จัก ได้แก่

เจตอะแรบบิท <https://www.facebook.com/jaytherabbitofficial>)

คิ้วต๋า (<https://www.facebook.com/kiwtum>)

คาแรคเตอร์เหล่านี้มีแฟนเพจซึ่งมียอด Like หลักแสน ไม่รวมยอด Share และจำนวนการพูดถึงบน โซเชียลเน็ตเวิร์ค ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างแบรนด์คาแรคเตอร์จากแฟนเพจของ ของ เจตอะแรบบิท และ คิ้วต๋า

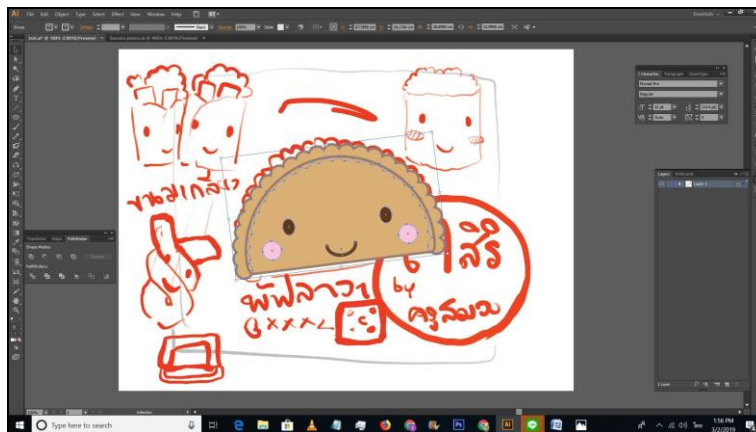
3. ขั้นตอนการออกแบบคาแรคเตอร์

1) การออกแบบคาแรคเตอร์ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบภาพร่างของคาแรคเตอร์เป็นตัวการ์ตูน ที่ดูมีความ เป็นมิตร สดใส จดจำง่าย โทนสี รูปร่างคล้ายกับผลิตภัณฑ์จริง และสะท้อนภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ตัวอย่างภาพร่างตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์

2) หลังจากได้ภาพร่างแล้ว จึงนำไปวาด ลงสี และเก็บรายละเอียดในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CS6 เพื่อให้เห็นรายละเอียดและรูปแบบที่ชัดเจนของตัวคาแรคเตอร์มากยิ่งขึ้น ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การวาด ลงสี และเก็บรายละเอียดในโปรแกรม Adobe Illustrator CS6

3. การปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ตัวคาแรคเตอร์ของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ ดังแสดงในภาพที่ 6 โดยผู้ประกอบการได้นำตัวคาแรคเตอร์ของผลิตภัณฑ์ไปทำเป็นสติ๊กเกอร์ติดที่บรรจุภัณฑ์ และวางจำหน่าย

