

ที่ได้รับความนิยม ชื่อเสียงจะถูกนำเสนอไปในหลายๆ ช่องทาง ผ่านเว็บไซต์ ผ่านบล็อก ผ่านสื่อสังคมต่างๆ (social media) อาทิ facebook twitter รวมถึงช่องทางวิดีโอ เช่น youtube รวมถึงช่องทางอื่นๆ จะต้องติดตามแบรนด์บุคคลของตนเองอย่างใกล้ชิดตลอดเวลา (สุจรรยา โชติช่วง, 2554: 40)

นอกจากนี้เมื่อแบรนด์บุคคลมีความแข็งแกร่ง เราสามารถพัฒนาให้แบรนด์บุคคลขยายไปสู่แบรนด์ผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจอื่นๆ ได้อีกด้วย แบรนด์บุคคลยังมีความสำคัญต่อตนเองโดยการขับเคลื่อนให้บุคคลได้มีโอกาสทำความเข้าใจและบริหารจัดการความสามารถพิเศษ (talent management) ของตนเองให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น การสร้างแบรนด์บุคคลมีกระบวนการตั้งแต่การสำรวจค้นหา (discover) การสร้าง (create) การสื่อสาร (communicate) การรักษาให้คงไว้ (maintain) ในกระบวนการดังกล่าวผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์บุคคลจะต้องตระหนักถึงองค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล เช่น ความรู้ของบุคคล (knowledge) ประสบการณ์ของบุคคล (experience) ตำแหน่ง (credentials) การสนับสนุนหรือรับการแนะนำ (backing) การมีผู้สนับสนุน (contributors) การแสดงออกด้วยเครื่องหมายสัญลักษณ์ (signals) ปฏิกริยาตอบกลับ (feedback) บริบท (context) ค่านิยมของสังคม (social value) การเชื่อมต่อ (connection) ทั้งหมดนี้คือการแสดงออกตัวตนของตัวเองสู่สาธารณชน และสาธารณชน มีการจดจำ (มาร์เก็ตพลัส, 2554 : 53-61)

1.3 องค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล

Roberto Alvarez del Blanco (อ้างใน เสริมยศ ธรรมรักษ์, 2554: ระบบออนไลน์) กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคลประกอบด้วย 10 องค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ความรู้ (knowledge) แบรนด์บุคคลควรต้องตระหนักถึงการมีองค์ประกอบด้าน “ความรู้” เพราะจะแสดงถึงความชำนาญเฉพาะในขอบเขตที่ตนเองสนใจ แสดงถึงประสบการณ์ ความชำนาญนี้เองจะนำไปสู่ความมีชื่อเสียงในที่สุด เช่น แบรนด์บุคคลอย่าง อี๋ บรรณ บริบูรณ์ก็จะมี ความเชี่ยวชาญหรือถนัดในการเรื่องของการทำอาหาร และนำไปสู่การเป็นพิธีเชนเตอร์ให้กับ การส่งเสริมการขายของโปรแกรมเซเรนดของ AIS ร่วมกับ Black Canyon



ภาพที่ 4 แผนภาพแสดงองค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล

ที่มา: ปรับปรุงจาก Alvarez del Blanco (2010)

2. ประสบการณ์ (experience) คำว่า ประสบการณ์ มักจะเป็นคำที่ใช้แทนกันได้ว่า คำว่า ความชำนาญ คนที่มีความชำนาญจะได้เรียนรู้จากประสบการณ์ ความรู้และความสามารถ จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ programmer ที่เก่งๆ ไม่ใช่เกิดจากการอ่าน ตำราเรียน command line อย่างเดียว แต่ programmer จะต้องเขียนโปรแกรมจริงๆ เพื่อสร้างซอฟต์แวร์ตามที่ถูกคำต้องการหรือแก้ปัญหาต่างๆ การเขียนบ่อยๆก็จะเกิดความชำนาญในการแก้ bug หรือเขียนโปรแกรมให้ประมวลผลได้เร็วขึ้น

3. ตำแหน่ง (credentials) ตำแหน่งนับเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์บุคคล ซึ่งสามารถพบเห็นได้ในหลายๆ รูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น ตำแหน่ง มหาวิทยาลัย สถาบัน

4. การสนับสนุนหรือได้รับการแนะนำ (backing) ก็อย่างเช่น การมีลูกค้าชมคุณ ให้เจ้านายคุณฟัง การที่นักศึกษาไปฝึกงานแล้วบริษัทที่ให้ฝึกงานเขียนจดหมายชมเชย มีอาชีพ

project manager ที่ลูกค้าบอกต่อกันมาถึงความสามารถ การที่มีคนแนะนำแบบนี้อัตราการได้งานสูงกว่ากันเยอะ

5. ผู้สนับสนุน (contributors) เป็นองค์ประกอบในการนำมาซึ่งชื่อเสียงของแบรนด์ บุคคลอีกประการหนึ่ง เช่น บุคคลอ้างอิงในเอกสารสมัครงานไม่ว่าจะเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้จัดการที่ดูแลนักศึกษาตอนไปฝึกงาน อันนี้ยิ่งใหญ่ จะช่วยทำให้ resume เราเด่นมากขึ้น

6. การแสดงออกด้วยเครื่องหมาย สัญลักษณ์ (signals) ในส่วนการทำงาน พวกประกาศนียบัตร ใบคะแนน TEOIC IELTS เกียรติบัตรหรือโล่ต่างๆ ที่ได้รับมา

7. ปฏิกริยาตอบกลับ (feedback) ถ้าตอนสมัครงานก็คือคุณทำให้ผู้สัมภาษณ์ประทับใจ แล้วประเมินคุณอย่างไร การทำงานแล้วเจ้านายประเมินผลงานเป็นอย่างไร ชื่อเสียงของแบรนด์”คุณ” จะถูกกำหนดโดยความคิดเห็นของผู้อื่น

8. บริบท (context) ชื่อเสียงของแบรนด์บุคคลจะต้องถูกตีความโดยเชื่อมโยงกับบริบทของสังคมและสภาพแวดล้อม เช่น กฎระเบียบของบริษัท วัฒนธรรมองค์กร หากแบรนด์ “คุณ” ฉีกแนวออกจากกรอบหรือบริบททางสังคมอาจจะไม่ได้รับการยอมรับก็ได้ เช่น บริษัทญี่ปุ่นที่มีวัฒนธรรมในการทำงานแบบทຸ່ມเท ทำงานดึก ดึกอย่างไรก็มาทำงานเช้าปกติ ส่วนคุณทำงานเก่งทຸ່ມเท แต่ไม่สามารถมาทำงานตรงเวลาได้สักวัน แบบนี้แบรนด์คุณเกิดยากในองค์กรที่มีบริบทข้างต้น

9. ค่านิยมของสังคม (social value) ในบริบททางสังคมในโลกของการทำงาน ตำแหน่งระดับสำคัญๆถูกคาดหวังว่าผู้ที่อยู่ในตำแหน่งนั้นควรจะเป็นผู้ใหญ่ พุดง่าย ๆ ก็คือ ดูแก่ โดยเฉพาะงานที่ปรึกษา ยิ่งสูงต้องยิ่งดูแก่ มีผู้สมัครงานเล่าให้ miss career ฟังว่าเจ้านายเก่าเธอเปลี่ยนตัวเธอจากการที่ต้องไปหาลูกจ้างงานโปรเจกเพราะเธอหน้าเด็กแม้ว่าความรู้และประสบการณ์เพียบพร้อม

10. การเชื่อมต่อ (connections) ก็คือการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เช่น social media การไปออกงานงานเพื่อสร้าง network ทั้งนี้รวมการแสดงผลพฤติกรรมของคุณในที่สาธารณะด้วย ตัวอย่างคือใบสมัครงาน resume คุณเขียนดีมาก รูปถ่ายดูเป็นมืออาชีพ คุณมีภาพส่วนตัวมาและเผยแพร่บนทราอยู่ใน Facebook กรณีนี้ฝ่ายบุคคลจะรับเข้ามาทำงานคงคิดหนัก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล พบว่ามีผู้ที่ทำการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เสริมยศ ธรรมรักษณ์ (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างแบรนด์บุคคล: ปันคนให้เป็นแบรนด์” ผลการวิจัยพบว่า แบรนด์บุคคลมีความสำคัญต่อตนเองด้วยการขับเคลื่อนให้บุคคลได้มีโอกาสในการทำความเข้าใจและบริหารจัดการความสามารถพิเศษ (talent management)

ของตนเองให้มีความชัดเจนมากขึ้น การสร้างแบรนด์บุคคลมีกระบวนการตั้งแต่การสำรวจค้นหา (discover) การสร้าง (create) การสื่อสาร (communicate) การรักษาให้คงไว้ (maintain) ในกระบวนการดังกล่าวผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์บุคคลจะต้องตระหนักถึงองค์ประกอบสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคล เช่น ความรู้ของบุคคล (knowledge) ประสบการณ์ของบุคคล (experience) ตำแหน่ง (credentials) การสนับสนุนหรือได้รับการแนะนำ (backing) การมีผู้สนับสนุน (contributors) การแสดงออกด้วยเครื่องหมายสัญลักษณ์ (signals) ปฏิกริยาตอบกลับ (feedback) บริบท (context) ค่านิยมของสังคม (social value) การเชื่อมต่อ (connections)

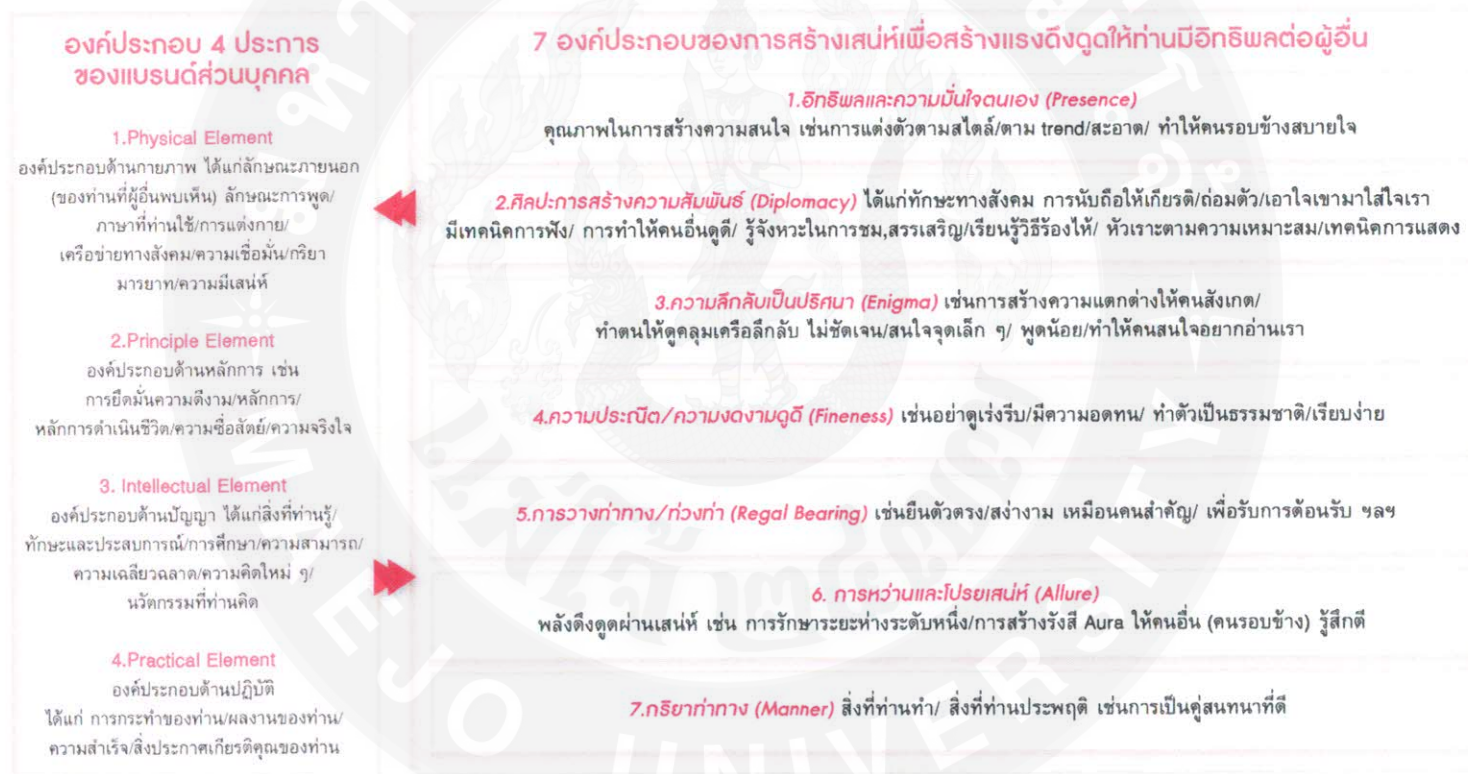
ณัฐพงษ์ หมั่นหลี่ (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ในการถ่ายภาพดิจิทัลเชิงวารสารศาสตร์เหตุการณ์ชายแดนใต้ของช่างภาพมืออาชีพ” พบว่า ด้านการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลนั้นมีกระบวนการดังนี้ 1) การค้นหาตัวตน พบว่า ช่างภาพเป็นคนที่เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง กล่าวหาญ เข้าใจบริบทในพื้นที่ สามารถประเมินสถานการณ์ความไม่สงบ มีอึดยาคยติพูดจาตรงไปตรงมา และให้เกียรติผู้อื่น 2) ภาพรวมการนำเสนอผลงานภาพถ่าย พบว่า ช่างภาพคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย มีจุดยืนการทำหน้าที่ช่างภาพข่าว 3) ช่างภาพใช้ช่องทางสื่อสารผลงานผ่านช่องทางของตนเองและต้นสังกัด และ 4) การรักษาความเป็นตัวตนของช่างภาพนั้นคือการสร้างสรรค์ผลงานอย่างต่อเนื่อง มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมและรักษาคุณภาพของผลงานเพื่อสร้างการยอมรับในตัวบุคคลและผลงานให้เป็นที่รู้จักของคนในสังคมจากรางวัลที่ได้รับ

อนุสรณ์ วิจารณ์ปรีชา (2555: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ในการถ่ายภาพทิวทัศน์ด้วยกล้องดิจิทัลของนักถ่ายภาพมืออาชีพ” ผลการวิจัยพบว่า การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลนั้นมีกระบวนการดังนี้ 1) ด้านการค้นหาตัวตน พบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีแนวถ่ายภาพเป็นของตนเองวางแผนก่อนถ่ายภาพและหามุมมองใหม่อยู่เสมอ 2) ด้านการสร้างผลงานที่มีบุคลิกของตนเองนั้นพบว่ามีการคิดจากตัวอย่างความคิดสร้างสรรค์ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีถ่ายภาพเพื่อใช้งานจริง ใช้กล้องและอุปกรณ์ถ่ายภาพของตนเองอย่างเต็มประสิทธิภาพ 3) ด้านการสื่อสารการสร้างความสำเร็จและการยอมรับ พบว่าต้องมีมนุษยสัมพันธ์ งานต้องโดดเด่นและพัฒนาเทคนิคและแนวคิดเป็นของตนเอง และ 4) ด้านการรักษาชื่อเสียง คุณภาพ คุณค่าการเป็นประโยชน์ต่อสังคม นักถ่ายภาพมืออาชีพต้องสนุกกับงาน สร้างเครือข่าย รักษาคุณภาพของงาน เผยแพร่ผลงานให้เห็นสม่ำเสมอและมีการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม

Brand ส่วนบุคคล

Personal Brand

รศ.ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์
คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร



ภาพที่ 5 Brand ส่วนบุคคล

2. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพ

มามาต้า (2547:ระบบออนไลน์) ได้พูดถึงคำว่ามืออาชีพไว้ว่า คำว่า “มืออาชีพ” นั้นมีความลึกซึ้ง ในตัวของมันเอง หมายถึง มีความชำนาญ และความสามารถ พร้อมทั้งมีความรอบรู้ในสิ่งที่เราปฏิบัติ รู้วิธีและหลักการที่ถูกต้อง มีความพร้อมและไหวพริบในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า หากเกิดการผิดพลาด และในคำว่ามืออาชีพนั้น ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นผู้มีอาชีพหรือประกอบอาชีพในสาขานั้นๆ ซึ่งอาจจะทำอาชีพในสาขาอื่นๆ แต่ได้เข้ามารู้จัก หรือ เรียนรู้ ค้นคว้า ในในสิ่งๆ นั้น ข้อสำคัญ อาจศึกษาได้อย่างถ่องแท้ด้วย ก็เป็นไปได้ การที่มีแบรนด์บุคคลที่ชัดเจนแล้ว แบรนด์บุคคลนั้นจะนำไปสู่ความเป็นมืออาชีพ

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2555: 1) ได้อธิบายถึง คุณลักษณะที่จำเป็นในการสร้างความเป็นมืออาชีพ (4 C'S) ไว้ดังนี้

1. Competence มีสมรรถวิสัยที่เป็นเลิศ รู้รอบ รู้ลึก รู้จริง
2. Conduct ความประพฤติดี มีความรับผิดชอบสูง ทำให้ผู้อื่นไว้วางใจ เชื่อมั่น ตรงเวลา ยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก การมีเจตคติทางบวก
3. Communications มืออาชีพต้องมีการสื่อสารที่ดี การพูด การเขียน การใช้ภาษาดี บรรลุผล การแต่งกายที่เหมาะสมถูกกาลเทศะ ฯลฯ ศิลปะการสื่อสาร คือ ภาษาของผู้นำ
4. Code of Ethics มีจริยธรรม จรรยาบรรณที่ดี ซื่อสัตย์ ขยัน มีวินัย ยึดมั่นความดีงาม รักและยึดถือความจริง ความมั่งคั่ง รักเกียรติภูมิ มีศักดิ์ศรี ทำสิ่งที่ชอบธรรม และอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องและยังได้กล่าวอีกว่า บุคคลไม่ได้เป็นมืออาชีพเพราะการก้าวกระโดด หรือเพราะการเข้ามาอยู่ในแวดวงมืออาชีพ บุคคลจะเป็นมืออาชีพ ต้องอุทิศทั้งชีวิต และมุ่งมั่นพัฒนาตนสู่มาตรฐานและอุดมการณ์ที่สูงกว่าสร้างคุณค่าตนให้มีเกียรติและพัฒนาปรับปรุงตัวเองอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

สรุปแนวคิด

จากแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลและแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพแสดงให้เห็นว่า การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลนั้น เป็นการสร้างเอกลักษณ์บุคคลที่มีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองและมีความหมายเชิงอารมณ์ต่อผู้ชมหรือบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวกับคุณค่าหรือคุณภาพของบุคคลนั้นๆ ซึ่งองค์ประกอบหลักของการสร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์บุคคลประกอบด้วยความรู้ ประสบการณ์ ตำแหน่ง การสนับสนุน ค่านิยมของสังคม ผู้สนับสนุน การเชื่อมต่อ เครื่องหมาย ปฏิกริยาตอบกลับ และบริบท ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำไปประกอบการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ” โดยนำไปเป็นกรอบในการศึกษากระบวนการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล ได้แก่ การค้นหาตัวตน การสร้างผลงาน การสื่อสาร

การรักษาแบรนด์ส่วนบุคคล และการพัฒนาความเป็นมืออาชีพจะต้องมีความรู้ทางด้านนั้น เป็นเลิศ รู้ลึก รู้จริง รอบรู้ มีความประพฤติดีงาม มีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ทำ ทำให้ผู้อื่นเชื่อมั่นโดย ยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก คิดบวกเสมอ เป็นนักสื่อสารที่ดี และสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ขาดไม่ได้ คือ การมีจริยธรรม มีจรรยาบรรณที่ดี ซื่อสัตย์ ยึดมั่นในความดีงาม และยึดถือความจริง ทำสิ่งที่เป็น พื้นฐานของความถูกต้อง เป็นปัจจัยที่นำไปสู่อัตลักษณ์ของนักกราฟิกมืออาชีพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคนิคการออกแบบ และการสื่อความหมายภาพเวกเตอร์

1. ทฤษฎีสัญญะวิทยา

ทฤษฎีสัญญะวิทยา (semiology) สามารถถอดความหมายจากรากศัพท์เดิมคือ "ศาสตร์แห่งสัญญาณ" (science of sign) ที่พยายามอธิบายถึงวิถีสงสารของสัญญาณคือการเกิดขึ้น การพัฒนาการแปรเปลี่ยน รวมทั้งการเชื่อมโยง ตลอดจนการสูญสลายของสัญญาณต่างๆ ที่ปรากฏ ออกมาอย่างเป็นแบบแผนและระบบระเบียบ (นงคราญ สุขสม, 2546: 57)

กาญจนา แก้วเทพ (2547: 105-108) ได้ให้ทัศนะไว้ว่าทฤษฎีสัญญะวิทยา (semiology) เป็นทฤษฎีที่ให้คำอธิบายเกี่ยวกับคำว่า "สัญญาณ" (sign) คำว่า "sign" ในภาษาอังกฤษ มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า "to semion" สัญญาณ หมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมาย (meaning) แทนของจริง ตัวจริง (object) ในตัวบท (text) และในบริบท (context) สิ่งที่น่ามาเป็นสัญญาณนั้น อาจเป็นวัตถุ สิ่งของ รูปภาพ หรืออื่นๆ แต่สัญญาณที่เป็นที่รู้จักที่สุดคือ ภาษา language

แนวคิดเกี่ยวกับ "สัญญาณวิทยา" เริ่มต้นที่ De Saussure ผู้เป็นนักภาษาศาสตร์ชาวสวิส และ Peirce นักภาษาศาสตร์ชาวอเมริกัน De Saussure เสนอว่า นอกเหนือจากภาษาแล้วมีระบบสัญญาณรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถจะแสดงความหมายและความคิดของผู้ส่งสารได้ เช่น สัญญาณอาหาร สัญญาณจราจร ฯลฯ นั่นคือทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถสื่อความหมายได้ถือเป็นสัญญาณ Peirce เสนอว่า เนื่องจากสัญญาณหนึ่งจะมีองค์ประกอบ 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นตัวหมาย (signifier) และตัว หมายถึง (signified) เช่น เมื่อเรายกมือขึ้นพนมมือระหว่างอก (signifier) จะมีความหมายถึงการแสดงความเคารพ (signified) นอกจากนี้ Peirce ได้เสนอต่ออีกว่า ระยะห่างระหว่าง signifier และ signified มี sign อีก 3 ประเภท เกิดขึ้น คือ

1. Icon หมายถึง สัญญาณซึ่งเป็นตัวแทนที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกับสิ่งที่หมายถึง เช่น แผนที่
2. Index หมายถึง สัญญาณที่มีความเกี่ยวพันโดยตรงกับสิ่งที่อ้างอิงถึง เช่น ควันไฟ
3. Symbol หมายถึง สัญญาณซึ่งให้ความหมายซึ่งคนในบริบทหนึ่งๆ จะเข้าใจร่วมกันได้ เช่น ตัวเลขโรมัน เป็นต้น

2. การสื่อความหมายในการออกแบบภาพเวกเตอร์

งานศิลปะนั้นจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อมันสื่อความหมายออกมาได้ งานกราฟิกก็คืองานศิลปะเช่นกัน การสื่อความหมายจึงเป็นสิ่งที่นักออกแบบขาดเสียไม่ได้ในการออกแบบ ต่อให้งานที่ได้สวยงามอย่างไร แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ของงานออกแบบ หรือสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบคิดเอาไว้ได้ งานกราฟิกนั้นก็จะมีคุณค่าลดน้อยลงไป ดังนั้นเมื่อต้องการออกแบบงานกราฟิก จะต้องคำนึงถึงเกณฑ์ 3 ข้อนี้ไว้ให้มัน คือ ประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม และการสื่อความหมาย (nota-studio, 2558: ระบบออนไลน์)

2.1 ภาษาภาพ

มนุษย์เราเป็นสัตว์สังคมที่มีความต้องการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มก้อนเป็นกลุ่มสังคม ดังนั้นจึงแทบเป็นไปไม่ได้ที่มนุษย์จะหลีกเลี่ยงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน มนุษย์จึงมีการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารสร้างความเข้าใจระหว่างกันและกัน ตัวภาษามีจุดสำคัญอยู่ที่การสื่อความหมายให้มีความเข้าใจตรงกัน เช่น เรามีภาษาพูดที่ใช้สื่อสารระหว่างกัน และเป็นภาษาที่เราเลือกใช้ได้ง่ายที่สุดแค่เปล่งเสียงออกมาเท่านั้น แต่ลองนึกภาพ ถ้าสมมติว่าเช้าวันหนึ่งเราตื่นขึ้นมา กลางกรุงเม็กซิโกเราจะพูดกับใคร พูดกันอย่างไร ภาษาพูดจึงมีข้อจำกัด โดยเฉพาะข้อจำกัดในกลุ่มคนที่ใช้ภาษาพูดคนละภาษา (หลายคนอาจจะพูดว่าภาษาอังกฤษก็น่าจะเป็นสื่อกลางได้ แต่ก็ยังมีอีกหลายคนที่ไม่สามารถเข้าใจได้ตรงกันทั่วโลก มนุษย์จึงใช้วิธีการสื่อสารระหว่างกันทางอื่นนั่นก็คือภาษาภาพ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีกว่า (ธนา ยะนันโต, 2550: ระบบออนไลน์)

2.2 การรับรู้ภาพ

ธนา ยะนันโต (2550: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า การรับรู้ภาพเกิดจากการมองเห็น ด้วยตาเป็นด่านแรก ผ่านการประมวลผลจากสมองและจิตใจ เป็นการรับรู้และทำความเข้าใจ มีความหมายของใครของมัน และการรับรู้ของแต่ละคนขึ้นอยู่กับการศึกษา การมองงานหลายๆ การพยายามสร้างความเข้าใจภาพเปรียบเหมือนเรายังฝึกพูด ฝึกฟัง ภาษาอังกฤษบ่อยๆ ก็จะทำให้เก่ง ภาษาอังกฤษได้นั่นเอง เราแบ่งภาพที่รับรู้ได้ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ด้วยกันคือ

1. ภาพที่เห็น (visual image) คือ ภาพที่ผ่านสายตาระบบโสตประสาท
2. ภาพที่นึกคิด (conceptual image) คือ ภาพที่ผ่านการมองเห็น ผ่านกระบวนการประมวลผลจากสมองแล้วเลยนึกสร้างเป็นภาพอื่นขึ้นมา

3. การออกแบบภาพกราฟิกเวกเตอร์

กราฟิกเป็นศิลปะแบบหนึ่งที่แสดงออกถึงความคิดอ่านและอารมณ์โดยใช้เส้น รูปภาพ ภาพเขียนหยาบๆ ไดอะแกรม ฯลฯ กราฟิกเป็นการสื่อความหมายด้านการใช้ภาพวาด ภาพวาดและการเขียนงานออกแบบต่างๆ ในสิ่งที่เป็นวัตถุ 2 มิติ มีความกว้างและความยาวเท่ากัน อันได้แก่ งานสถาปนิกในการเขียนแปลนบ้าน การเขียนภาพเหมือนของจิตรกร การออกแบบโฆษณาของนักออกแบบ กราฟิกเป็นศิลปะหรือศาสตร์ในการเขียนภาพลายเส้น รวมไปถึงการพิมพ์ การแกะสลัก การถ่ายภาพ และการจัดทำหนังสือ เพราะเหตุนี้ กราฟิก จึงหมายถึง ศิลปะแขนงหนึ่งซึ่งใช้การสื่อความหมายด้วยการใช้เส้น ภาพวาด สัญลักษณ์ ภาพถ่าย กราฟ แผนภูมิ การ์ตูน ฯลฯ เพื่อให้สามารถสื่อความหมายของข้อมูลได้ถูกต้องตรงตามที่ต้องการ (Articles Graphic, ThaiGraphic, 2558: ระบบออนไลน์)

นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและหลักการทางการออกแบบร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบสื่อเพื่อให้เกิดศักยภาพในการที่จะเป็นตัวกลางของกระบวนการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นักออกแบบกราฟิกจะต้องค้นหา รวบรวมข้อมูลต่างๆ ขบคิดแนวทางและวางรูปแบบที่ดีที่สุด ในอันที่จะทำให้สื่อเหล่านั้นสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้ ยอมรับ และมีทัศนคติที่ดีต่อการตอบสนองสื่อที่มองเห็น (เกรียงไกร สุขสัมฤทธิ์, 2552: ระบบออนไลน์)

ภาพกราฟิกเวกเตอร์ (vector graphics) โดยทั่วไปคือคอมพิวเตอร์กราฟิกที่เกิดจากการกำหนดพิกัดและการคำนวณค่าบนระนาบสองมิติ รวมทั้งมุมและระยะทาง ตามทฤษฎีเวกเตอร์ ในทางคณิตศาสตร์ ในการก่อให้เกิดเป็น เส้น หรือรูปภาพ ข้อดีคือ สามารถย่อขยายได้ โดยคุณภาพไม่เปลี่ยนแปลง ข้อเสียคือภาพไม่เหมือนภาพจริงเป็นได้เพียงภาพวาด หรือใกล้เคียงภาพถ่ายเท่านั้น ข้อมูลภาพพวกนี้ได้แก่ไฟล์สกุล svg, ps, eps, ai (adobe illustrator) และตัวอักษรแบบ TrueType ต่างๆ เป็นต้น โปรแกรมที่ใช้สร้างข้อมูลภาพประเภทนี้ เช่น adobe illustrator, inscape ในบางครั้งภาพกราฟิกเวกเตอร์ยังอาจหมายถึงกราฟิกสามมิติอีกด้วย (วิกิพีเดีย, 2558: ระบบออนไลน์)

3.1 หลักการของกราฟิกแบบเวกเตอร์

หลักการของกราฟิกแบบเวกเตอร์ เป็นภาพกราฟิกที่เกิดจากการอ้างอิงความสัมพันธ์ทางคณิตศาสตร์ หรือการคำนวณ ซึ่งภาพจะมีความเป็นอิสระต่อกัน โดยแยกชิ้นส่วนของภาพทั้งหมดออกเป็นเส้นตรง เส้นโค้ง รูปทรง เมื่อมีการขยายภาพความละเอียดของภาพไม่ลดลง และมีขนาดเล็กกว่าแบบ raster ภาพกราฟิกแบบ vector นิยมใช้เพื่องานสถาปัตยกรรมตกแต่งภายในและการออกแบบต่างๆ เช่น การออกแบบอาคาร การออกแบบรถยนต์ การออกแบบโลโก้ และการออกแบบการ์ตูน เป็นต้น (พรจิรา คงวิโรจน์: 2555: ระบบออนไลน์)

ภาพเวกเตอร์นี้ มีข้อดีคือ สามารถเปลี่ยนแปลงขนาด โดยมีความละเอียดของภาพไม่ลดลง ภาพสามารถเปลี่ยนแปลงหรือย้ายได้และมีขนาดของไฟล์ที่เล็กกว่าพวกบิตแมป ในระบบวินโดวส์ ไฟล์รูปภาพประเภทนี้ คือ พวกที่มีนามสกุลเป็น .EPS , .WMF, .CDR, .AI , .CGM, .DRW,

.PLT เป็นต้น และโปรแกรมที่ใช้สร้างก็คือ โปรแกรมประเภทวาดรูป (drawing program) เช่น CorelDraw หรือ AutoCAD ส่วนบนแมคอินทอช (macintosh) ก็ได้แก่ โปรแกรม illustrator และ Macromedia Freehand หรือ ภาพ .wmf ซึ่งเป็น clipart ของ Microsoft Office (Kaofang38, 2554: ระบบออนไลน์)



ภาพที่ 6 ภาพเวกเตอร์ที่ขยายใหญ่ขึ้น

งานกราฟิกเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะสื่อที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา (visual communication design) ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นป้ายโฆษณา บรรจุภัณฑ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว เว็บไซต์ ฯลฯ นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะและหลักการทางการออกแบบร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบสื่อเพื่อให้เกิดศักยภาพสูงสุดในการที่จะเป็นตัวกลางของกระบวนการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นักออกแบบกราฟิกจะต้องค้นหา รวบรวมข้อมูลต่างๆ ขบคิดแนวทางและวางรูปแบบที่ดีที่สุด อันจะทำให้สื่อชิ้นนั้นสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย (target group) ให้เกิดการรับรู้ยอมรับ และมีเจตคติที่ดีต่อการตอบสนองสื่อที่มองเห็น (visual message) (ธนา ยะนันโต, 2550: ระบบออนไลน์)

3.2 ความหมายของการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะ ส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจในอันที่จะให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพ ด้วยการใช้วิธีการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมาย

และสัญลักษณ์ และอาชีพหลักศิลปะ (คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2549: ระบบออนไลน์)

3.3 ประเภทของภาพเวกเตอร์

รัชพล ยรรยงค์เดชา (2557: 38) ได้จัดประเภทของภาพเวกเตอร์ ดังนี้

1. background and pattern แนวนี้เอาไปใช้งานได้หลากหลายและเหมาะกับงานทุกประเภท



ภาพที่ 7 ภาพเวกเตอร์ประเภท background and pattern

2. business เรื่องของธุรกิจได้รับความนิยมในอันดับต้นๆ เช่น แนวคิดธุรกิจต่างๆ ภาพการ์ตูนธุรกิจ ภาพอินโฟกราฟิกเกี่ยวกับธุรกิจ และ template นามบัตร เป็นต้น



ภาพที่ 8 ภาพเวกเตอร์ประเภท business (การ์ตูนธุรกิจ)



ภาพที่ 9 ภาพเวกเตอร์ประเภท business (อินโฟกราฟิก)



ภาพที่ 10 ภาพเวกเตอร์ประเภท business (template นามบัตร)

3. เทคโนโลยี เป็นเวกเตอร์ที่มีความนิยมไม่แพ้แนวอื่น



ภาพที่ 11 ภาพเวกเตอร์ประเภทเทคโนโลยี

4. การ์ตูนไลน์ ถือว่าเป็นหมวดหลักในไมโครสต็อก ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบคาแรกเตอร์เป็นตัวๆ ไป เช่น คน สัตว์ หรือวาดเป็นเรื่องราว เป็นต้น



ภาพที่ 12 ภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูน

5. festival & Celebration ในแต่ละปีมีหลายเทศกาลเมื่อใกล้ถึงแต่ละเทศกาลยอดขายภาพที่เกี่ยวข้องจะมีมากเป็นพิเศษ



ภาพที่ 13 ภาพเวกเตอร์ประเภท festival & Celebration

6. Sport มีแนวภาพนี้ไว้ ขายดีทุกเว็บไซต์ โดยเฉพาะเกี่ยวกับฟุตบอล ยิ่งใกล้เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลภาพยิ่งขายดี



ภาพที่ 14 ภาพเวกเตอร์ประเภท sport

3.4 บรรทัดฐานในการออกแบบ

ธนา ยะนันโต (2550: ระบบออนไลน์) ได้กล่าวถึงบรรทัดฐานในการออกแบบ ไว้ดังนี้

1. การตอบสนองประโยชน์ใช้สอย (function) เป็นข้อสำคัญมากในการออกแบบทั้งหมด ในงานออกแบบ กราฟิกเวกเตอร์นั้น ประโยชน์ใช้สอยมีอิทธิพลกับงานที่เราออกแบบ เช่น งานออกแบบหนังสือ ต้องอ่านง่าย ตัวหนังสือชัดเจน ไม่วางเกะกะกันไปหมด ดังนั้นนักออกแบบจึงต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรกของการออกแบบเสมอ

2. ความสวยงามพึงพอใจ (aesthetic) ในงานที่มีประโยชน์ใช้สอยดีพอๆ กัน ความงามจะเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของงาน โดยเฉพาะงานออกแบบกราฟิก ซึ่งถือเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยน้อยกว่างานออกแบบด้านอื่น อย่างงานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบสถาปัตยกรรมต่างๆ ฯลฯ ความสวยงามจึงเป็นเรื่องสำคัญและมีอิทธิพลในงานออกแบบกราฟิกอย่างมาก

3. การสื่อความหมาย (meaning) เนื่องจากงานศิลปะะนั้นจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสามารถสื่อความหมายออกมาได้ งานกราฟิกเวกเตอร์ก็คืองานศิลปะเช่นกัน การสื่อความหมายจึงเป็นสิ่งที่

นักออกแบบขาดเสียไม่ได้ในการออกแบบ ต่อให้งานที่ได้สวยงาม เพียงใดแต่ไม่สามารถตอบโจทย์ของงานออกแบบ หรือสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบคิดเอาไว้ได้ งานกราฟิกนั้นก็จะมีคุณค่าลดน้อยลงไป

3.5 มองอย่างไรให้เป็น

ธนา ยะนันโต (2550: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า เรื่องของการมองภาพนั้นเป็นเรื่องที่ฝังอยู่ในสามัญสำนึก อยู่ในความรู้สึกหรือที่หลายคนมักเรียกกันว่าเซ็นส์ (sense) ของเราอยู่แล้ว มนุษย์ทุกคนมีความสามารถในการรับรู้เรื่องความสวยงาม ถึงแม้จะไม่เหมือนกันทุกคน แต่ส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่เหมือนกัน คล้ายกันกับพื้นฐานในศิลปะที่ติดตัวทุกคนมาตั้งแต่เกิดเพียงแต่ว่าใครจะมีมากหรือน้อย ใครจะได้รับการฝึกฝนมากกว่ากันหรือใครจะดึงออกมาใช้งานได้มากกว่ากัน

ในฐานะผู้ออกแบบต้องก้าวข้ามพื้นฐานสามัญสำนึกของมนุษย์นี้ออกมาเพราะการมองภาพสวยไม่สวยเพียงอย่างเดียวคงไม่พอ และไม่สามารถทำให้นักกราฟิกออกแบบงานกราฟิกที่ดีได้ การมองภาพที่สามารถสร้างให้เป็นนักออกแบบกราฟิกได้นั้น จะต้องเป็นการมองเข้าไปในแก่นของภาพ ซึ่งมีเรื่องหลักอยู่ 2 เรื่องด้วยกัน คือ

1. มองเข้าไปในความหมายของภาพ (meaning) ที่นักออกแบบต้องการสื่อ
2. มองลึกเข้าไปในรายละเอียดขององค์ประกอบต่างๆ (element) ที่อยู่ภายในภาพ

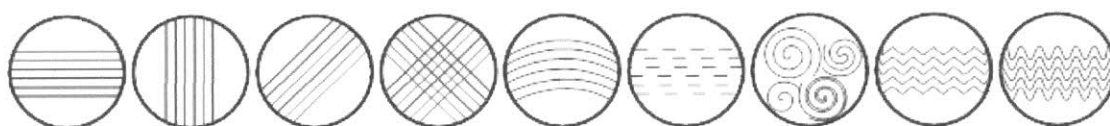
รวมทั้งมีความเข้าใจและคิดวิเคราะห์สิ่งต่างๆ ข้างต้น ให้เป็นแบบอย่างที่เกิดขึ้นในคลังสมองของนักกราฟิก เพื่อนำกลับมาใช้ในการออกแบบในภายหลัง

3.6 องค์ประกอบของการออกแบบ

ธานี ภูนพคุณ (2550: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า ต้นไม้จะสมบูรณ์ได้ต้องประกอบไปด้วยรากแก้ว รากฝอย ลำต้น กิ่ง ก้าน ใบ ดอก ผล การออกแบบก็เช่นเดียวกันต้องอาศัยส่วนประกอบต่างๆ ของศิลปะหรือองค์ประกอบศิลป์มาประกอบกันเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกลมกลืน เกิดประโยชน์ใช้สอยและมีคุณค่าทางความงาม จึงจะเป็นงานออกแบบที่มีคุณค่าอย่างแท้จริง ส่วนประกอบที่สำคัญของงานออกแบบที่สำคัญนั้นประกอบด้วย

1. เส้น (line)

เส้น เป็นส่วนประกอบของจุดหลายๆ จุดต่อเนื่องกันจนกลายเป็นเส้น อาจเป็นเส้นตรง เส้นโค้งก็ได้ รวมถึงสิ่งอื่นๆ ที่มีลักษณะเป็นแนวเส้น



ภาพที่ 15 ลักษณะของเส้น (line) แบบต่างๆ

รูปทรงของเส้นที่จะสื่อออกมาถึงความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป โดย

- เส้นแนวนอน ให้ความรู้สึกสงบ ราบเรียบ
- เส้นตรงแนวตั้ง ให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง
- เส้นทแยง ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง รวดเร็ว แสดงถึงเคลื่อนไหว
- เส้นตัดกัน ให้ความรู้สึกประสาน แข็งแกร่ง หนาแน่น
- เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกอ่อนช้อย อ่อนน้อม
- เส้นประ ให้ความรู้สึก โปร่ง ไม่สมบูรณ์
- เส้นโค้งแบบคลื่น ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวอย่างนิ่มนวล
- เส้นซิกแซก ให้ความรู้สึก น่ากลัว อันตราย

ส่วนใหญ่แล้วเส้นจะมีอยู่ทุกๆ งานออกแบบ โดยถูกนำไปใช้ร่วมกับองค์ประกอบต่างๆ จนสื่อถึงอารมณ์ของผลงานออกมาได้ ในแบบที่ต้องการ ดังนั้น การเลือกใช้เส้นเข้ามาเป็นส่วนประกอบในงานของเราจึงถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก

2. รูปร่าง (shape) รูปทรง (form) น้ำหนัก (value)

รูปร่าง เป็นองค์ประกอบต่อเนื่องมาจากเส้น เกิดจากการนำเส้นแบบต่างๆ มาต่อกัน จนได้รูปร่าง 2 มิติที่มีความกว้างและความยาว (หรือความสูง) ในทางศิลปะจะแบ่งรูปร่างออกเป็น 2 แบบคือ รูปร่างที่คุ้นตา แบบที่เห็นแล้วรู้เลยว่านั่นคืออะไร และอีกแบบหนึ่งจะเป็นรูปร่างแบบฟรีฟอร์ม เป็นแนวที่ใช้รูปร่างสื่อความหมายที่จินตนาการไว้ออกมา ไม่มีรูปทรงที่แน่นอน แต่ดูแล้วเกิดจินตนาการถึงอารมณ์ที่ต้องการสื่อได้

รูปทรง เป็นรูปร่างที่มีมิติเพิ่มขึ้นกลายเป็นงาน 3 มิติคือ มีความลึกเพิ่มเข้ามาด้วย

น้ำหนัก เป็นส่วนที่มาเสริมให้ดูออกว่ารูปทรงมีน้ำหนักขนาดไหน เบา หรือหนัก ทึบ หรือโปร่งแสง น้ำหนักจะเกิดจากการเติมสีและแสงแรเงาลงไปในรูปทรงจนได้ผลลัพธ์ออกมาตามที่ต้องการ

3. พื้นผิว (texture)

พื้นผิวจะเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ช่วยสื่ออารมณ์ของงานออกมาได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ถ้าเราเลือกพิมพ์งานลงในกระดาษ glossy ที่เงาและแวววาว งานนั้นจะสื่อออกไปได้ทันทีว่า “หรู มีระดับ” หรือ ถ้าเราใส่ลวดลายที่ดูคล้ายๆ สนิม หรือรอยเปื้อนลงไปในงานก็จะสื่อได้ทันทีถึง “ความเก่า” ดังนั้นในการทำงาน นักออกแบบจึงควรเลือกสร้างพื้นผิวทั้งในองค์ประกอบต่างๆ ที่ใส่ลงไปในภาพ รวมทั้งวัสดุที่ใช้พิมพ์งานดังกล่าวลงไป ก็จะสามารถช่วยสื่อความหมายที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม

4. ที่ว่าง (space)

อาจจะเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของนักออกแบบก็ได้ ที่ว่างไม่ได้หมายความว่าถึงพื้นที่ว่างเปล่าในงานเพียงอย่างเดียว แต่หมายรวมไปถึงพื้นที่ๆ ไม่สำคัญหรือ Background ด้วย ในการออกแบบงานกราฟิกที่ว่างจะเป็นตัวช่วยในงานดูไม่หนักจนเกินไป และถ้าควบคุมพื้นที่ว่างนี้ให้ดี ที่ว่างก็จะเป็นตัวที่ช่วยเสริมจุดเด่นให้เห็นได้ชัดเจนมากขึ้น

5. สี (color)

สีของงานกราฟิก ถือเป็นหัวใจหลักสำคัญเลยทีเดียว เพราะการเลือกใช้สีจะแสดงถึงอารมณ์ที่ต้องการได้ชัดเจนมากกว่าส่วนประกอบอื่นๆ ทั้งหมด



ภาพที่ 16 วงล้อของสี (color wheel) หรือ วงจรสี

สีสามารถแสดงถึงความรู้สึกต่าง ดังนี้

- สีแดง = อันตราย เร้าร้อน รุนแรง
- สีส้ม = สว่าง เร้าร้อน
- สีเหลือง = สว่าง สดใส
- สีเขียว = สดชื่น พักผ่อน
- สีน้ำเงิน = สงบ ผ่อนคลาย
- สีม่วง = มีเสน่ห์
- สีน้ำตาล = สงบเยือก
- สีขาว = บริสุทธิ์ สะอาด
- สีดำ = หดหู่ เศร้าใจ

นอกจากสีจะแสดงถึงความรู้สึกต่างๆ แล้ว เมื่อนำมาใช้ร่วมกันยังสามารถสื่ออารมณ์ได้อีกแบบเช่นกัน โดยแบ่งออกเป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะร้อน (warm tone color) และ วรรณะเย็น (cool tone color) เทคนิคการใช้สีมีอยู่มากมายแล้วแต่จะเลือกใช้ เพื่อให้ภาพนั้นมีจุดเด่น มีอารมณ์ ตามผลงานหรือวัตถุประสงค์นั้นๆ โดยการใช้สีมีอยู่ 4 รูปแบบ คือ

Mono = การใช้สีโทนเดียว เช่น สีแดง เป็นจุดเด่น ส่วนที่เหลือก็จะเป็นสีที่ใกล้เคียงกับสีแดงหรือลดความเข้มของสีแดงลงไป

Complement = การใช้สีที่ตัดกัน แดง-เขียว หรือ น้ำเงิน-ส้ม เป็นต้น ควรใช้สีหนึ่ง 80% อีกสีที่สอง 20% หรือ 70%-30%

Triad = การใช้ 3 สี สามเหลี่ยมด้านเท่ามาใช้งาน

Analogic = การใช้สีข้างเคียงที่ติดกันในวงจรสีด้านละสีมาใช้งาน

6. ตัวอักษร (type)

ตัวอักษร (type) เป็นส่วนสำคัญไม่แพ้สีเช่นกัน เพราะนักออกแบบบางคนก็ใช้เพียงแค่ตัวอักษร ก็สามารถทำให้สื่อถึงผลงานนั้นได้ดีเยี่ยม มี proportion ของฟอนต์ 3 แบบ คือ ธรรมดา (normal) ตัวหนา (bold) ตัวเอียง (italic) แต่ละส่วนก็จะแยกย่อยไปอีก บางคนอาจจะกล่าวว่า “แค่ตัวอักษรเอง ทำไม?” แต่ถ้าได้เรียนรู้แล้วจะทำให้ผลงานของเราดียิ่งขึ้น โดยตัวอักษรหลักๆ ที่นิยมใช้กันในปัจจุบันมี 4 แบบ คือ

Serif = เป็นระเบียบ เป็นทางการ

San Serif = อ่านง่าย ดูทันสมัย ไม่เป็นทางการมากนัก

Antique = แสดงถึงความชัดเจน ยุคสมัย

Script = ไม่เป็นทางการ มีความเป็นกันเอง

การเลือกฟอนต์ไปใช้ควรคำนึงถึงความหมายต้องเข้ากัน และอารมณ์ของรูปแบบตัวอักษรต้องไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้การวางตำแหน่งก็สำคัญเช่นกัน โดยส่วนใหญ่แล้วธรรมชาติของคนไทยจะอ่านจากซ้ายไปขวา บนลงล่าง จุดเด่นควรมีจุดเดียว และไม่ควรรีฟฟอนต์หลายแบบเกินไป

3.7 การจัดองค์ประกอบ

1. จัดให้เป็นเอกภาพ ในที่นี้หมายถึง สิ่งที่จะช่วยทำให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์นั้นๆ ความเป็นเอกภาพจะครอบคลุมถึงเรื่องของความคิดและการออกแบบ

2. ความสมดุล ในงานกราฟิกเป็นเรื่องของความงาม ความน่าสนใจ เป็นการจัดสมดุลกันทั้งในด้านรูปแบบและสี มีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ

2.1 ความสมดุลในรูปทรงหรือความเหมือนกันทั้ง 2 ด้าน คือเมื่อมองดูภาพแล้วเห็นได้ทันทีว่าภาพที่ปรากฏนั้นเท่ากัน ลักษณะภาพแบบนี้จะทำให้ความรู้สึกที่มั่นคง เป็นทางการ แต่อาจทำให้ดูน่าเบื่อได้ง่าย

2.2 ความสมดุลในความรู้สึก หรือความสมดุลที่สองข้างไม่เหมือนกัน เป็นความแตกต่างกันทั้งในด้านรูปแบบ สี หรือพื้นผิว แต่เมื่อมองดูโดยรวม จะเห็นว่าเท่ากัน ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ความสมดุลในลักษณะนี้ ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว แปรเปลี่ยน ไม่เป็นทางการ และไม่น่าเบื่อ

3. การจัดให้มีจุดสนใจ ภายในเนื้อหาที่จำกัดจะต้องมีการเน้น การเน้นจะเป็น ณ จุดใดจุดหนึ่งที่เห็นว่ามีค่าสำคัญ อาจทำได้ด้วยภาพหรือข้อความก็ได้ โดยมีหลักว่า “ความคิดเดียวและจุดสนใจเดียว” การมีหลายความคิด หรือมีจุดสนใจหลายจุด จะทำให้การออกแบบเกิดความล้มเหลว เพราะหากจุดเด่นชัดไม่ได้ ภาพรวมจะไม่ชัดเจน ขาดเอกลักษณ์ของความเป็นผู้นำในตัวชิ้นงาน

สำหรับวิธีการที่จะทำให้มีจุดสนใจอาจเน้นด้วย สี ขนาด สัดส่วน และรูปร่างที่แปลกไปกว่าส่วนอื่นๆ ในภาพ ส่วนตำแหน่งที่เหมาะสมในการวางจุดสนใจนั้นสามารถกระทำดังนี้ นำภาพมาแบ่งเป็น 3 ส่วน บริเวณที่เส้นตัดกันนั้นก็คือ ตำแหน่งที่เหมาะสม จากผลการวิจัยหลายๆ ครั้ง พบว่าตรงจุดตัดกันที่มุมบนซ้ายนั้นเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุด เหตุผลหนึ่งที่สนับสนุนก็คือ ในการอ่านหนังสือนั้นเรามักอ่านจากมุมซ้ายไปขวา และจากบนลงล่าง ฉะนั้น ตำแหน่งนี้จะเป็นจุดแรกที่สายตาเรามอง เพื่ออ่านหรือดูภาพบนแผ่นภาพนั่นเอง

3.8 แนวสร้างสรรค์งานกราฟิก

ณรงค์ศักดิ์ พุทธิพงษ์พันธ์ (2550: ระบบออนไลน์) กล่าวถึงแนวสร้างสรรค์งานกราฟิกว่า งานกราฟิกที่น่าสนใจจะต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองชัดเจน การออกแบบจะเป็นตัวสนับสนุนให้งานน่าสนใจ การออกแบบจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้งานน่าสนใจ และการสร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกทั่วไป จะมีรูปแบบองค์ประกอบศิลป์สำหรับงานกราฟิกเพื่อการพิจารณา ดังนี้

1. แบบแถบตรง เป็นองค์ประกอบที่กำหนดเพื่อหาสาระรายละเอียดที่ต้องการนำเสนอเข้าด้วยกันให้อยู่ในขอบเขตแนวตั้งตรง

2. แบบแกน เป็นลักษณะที่มีแกนกลาง และมีสาขาแยกย่อยออกไป โดยเน้นจุดเด่นที่แกน กิ่งก้านสาขาจะช่วยเป็นองค์ประกอบเสริมให้จุดเด่นมีความชัดเจนยิ่งขึ้น

3. แบบตาราง เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะเป็นตารางเล็กใหญ่สลับกับภาพในเนื้อหาที่กำหนด

4. แบบกลุ่ม เป็นลักษณะการจัดรวมเป็นกลุ่มไม่เกิน 3 กลุ่มในชิ้นงาน และมีขนาดแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงเรื่องกำหนดพื้นที่ว่างด้วย

5. แบบต่อเนื่อง คือ องค์ประกอบที่จัดวางให้มีลักษณะที่ต่อเนื่องกัน โดยคำนึงถึงจังหวะลีลาของรูปทรงรวมกับพื้นที่ว่างด้วย

6. แบบอักษร อาจจัดเป็นแบบรูปทรงตัวอักษรอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีรูปร่างสวยงาม เช่น จัดแบบตัว T แบบตัว H แบบตัว S แบบตัว I หรือแบบตัว Z ก็ได้องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบภาพกราฟิกเวกเตอร์ พบว่ามีผู้ที่ทำการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

อุทัยวรรณ ประสงค์เงิน (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านการออกแบบกราฟิกที่มีผลต่อการดึงดูดและสื่อสารและสื่อสารที่เข้าใจ กรณีศึกษาแผ่นภาพที่สื่อสารด้านวิชาการ” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารและการออกแบบกราฟิกที่ส่งผลต่อการดึงดูดจำนวน 14 ปัจจัย คือ ตัวอักษรที่ไม่เป็นทางการ ตัวอักษรเป็นทางการ พื้นสีตัวอักษรสีดำ พื้นสีขาว ตัวอักษรที่มีสี ตัวอักษรที่ไม่มีสีหนาแน่นมาก หนึ่งคอลัมน์ ภาพขนาดใหญ่ ภาพสี ภาพกราฟิก กราฟเส้น แผนภาพ ภาพอยู่ด้านบนตัวอักษรอยู่ด้านล่าง และพื้นสีอ่อน

4. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2556: ระบบออนไลน์) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ไร้ความสิ้นสุด เกี่ยวข้องกับประสาทสัมผัสทุกด้าน เป็นการเล่นอย่างอิสระ กับความคิด พร้อมทั้งเกิดใหม่ การสร้างสรรค์ไม่ได้เกิดจากความว่างเปล่า เป็นการเห็น สิ่งที่ทุกคนเห็น คิด สิ่งที่คนอื่นไม่คิด ทำ สิ่งที่คนอื่นไม่กล้าทำ สอดคล้องกับแนวคิดของ เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์ (2558: ระบบออนไลน์) ที่ได้ให้ความหมายของการคิดเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นความสามารถในการมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ การขยายขอบเขตความคิดออกไปจากกรอบความคิดเดิมที่มีอยู่ สู่ความคิดใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อนเพื่อค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดให้กับปัญหาที่เกิดขึ้น เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม เป็นความคิดที่หลากหลาย คิดได้กว้างไกล หลายแง่หลายมุม เน้นทั้งปริมาณและคุณภาพ องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ ความคิดนั้นต้องเป็นสิ่งใหม่ ไม่เคยมีมาก่อน (New Original) ใช้การได้ (Workable) และมีความเหมาะสม (Appropriate)

การคิดเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นการคิดเพื่อการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิมไปสู่สิ่งใหม่ที่ดีกว่า ซึ่งจะได้ผลลัพธ์ที่ต่างไปโดยสิ้นเชิงหรือที่เรียกว่า "นวัตกรรม" (Innovation)

ความคิดสร้างสรรค์ มีความหมายแยกได้เป็น 3 ประเด็นหลัก คือ

- 1) เป็นความคิดแง่บวก หรือ Positive thinking
- 2) เป็นการกระทำที่ไม่ทำร้ายใคร หรือ Constructive thinking
- 3) เป็นการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หรือ Creative thinking

4.1 ลักษณะของบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์

บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์สูงย่อมเป็นที่ต้องการของสังคมซึ่งจะสังเกตได้จากอัตลักษณ์เฉพาะตัวดังที่ สกวน สุทธิเลิศอรุณ (2532: 115) และ อาร์ พันธ์มณี (2545: 19) มีความคิดเห็นตรงกัน ดังนี้

1. ไม่ชอบทำตามผู้อื่นโดยไม่มีเหตุผล
2. มีความพยายามเอาใจจดจ่ออยู่กับงานมาก และมีความอดทนอย่างทรหด
3. มีความคิดคำนึงหรือจินตนาการสูง
4. มีความเป็นผู้นำ
5. มีความขี้เล่น รื่นเริง มีอารมณ์ขัน
6. ชอบรับประสบการณ์ใหม่ๆ โดยมีการยอมรับและสนใจสิ่งใหม่ๆ
7. ความเป็นอิสระและยืดหยุ่น ไม่ยึดมั่นในสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนเกินไป
8. มีความซบซึ้งในการรับรู้
9. มีความกล้าหาญและกล้าเผชิญความจริง
10. ไม่ค่อยจะทำตามแบบแผน

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าลักษณะของบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นบุคคลที่กล้าคิด กล้าทำและกล้าแสดงออกในความคิดแปลกใหม่ของตนเองในการที่จะแก้ปัญหาต่างๆ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายในการออกแบบภาพเวกเตอร์ พบว่ามีผู้ทำการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

อุทัยวรรณ ประสงค์เงิน (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านการออกแบบกราฟิกที่มีผลต่อการดึงดูดและสื่อสารและสื่อสาระที่เข้าใจ กรณีศึกษาแผ่นภาพที่สื่อสาระด้านวิชาการ” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารและการออกแบบกราฟิกนั้นส่งผลให้เกิดพฤติกรรมของ

กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถนำผลงานนี้เป็นแนวทางในการออกแบบภาพวิชาการที่สามารถสื่อสาระ
ด้านวิชาการได้

สรุปแนวคิด

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายในงานกราฟิก
เวกเตอร์ เป็นกระบวนการและเทคนิคในการออกแบบภาพเวกเตอร์ ส่งผลไปถึงการออกแบบภาพ
เวกเตอร์ที่แตกต่างไปจากเดิมและก่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมรวมไปถึงการออกแบบ
ที่มีสัญลักษณ์และสามารถสื่อความหมายของภาพที่จะให้ผู้ซื้อภาพได้รู้ถึงการสื่อความหมายของแต่ละ
ภาพเวกเตอร์ที่นักกราฟิกนั้นได้ถ่ายทอดออกมาบนภาพเวกเตอร์นั้นๆ เพื่อเป็นการเชื่อมโยงความคิด
หรือความรู้สึกให้เห็นพ้องต้องกันของนักกราฟิกไปยังผู้ซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

1. แนวคิดเกี่ยวกับการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

การขายภาพเวกเตอร์ เป็นธุรกิจที่รวบรวมงานกราฟิกเวกเตอร์ทุกประเภท ทุกแขนงไว้เป็น
หมวดหมู่เพื่อการเข้าถึงการใช้งานผู้ที่ต้องการเอาไปใช้งานกราฟิกด้านต่างๆ ในสื่อทุกประเภท หรือ
เพื่อให้เข้าใจง่ายก็คือ การให้ลูกค้าดาวน์โหลดภาพไปใช้งาน โดยที่ลูกค้าต้องสมัครสมาชิกกับ
เว็บไซต์นั้นๆ เพื่อดาวน์โหลดภาพที่ตัวเองต้องการ ผู้สร้างงานจะได้รับส่วนแบ่งค่าคอมมิชชั่น
(Commission) ตามอัตราที่กำหนดของแต่ละแห่ง ซึ่งไม่ใช่การขายสิทธิ์ แต่เป็นการเข้าถึงสิทธิ์เพื่อ
นำไปใช้งานเท่านั้น ลิขสิทธิ์ภาพยังคงเป็นของผู้สร้างงาน แหล่งรวมงานเหล่านี้ก็จะเป็นในรูปแบบของ
เว็บไซต์ ซึ่งเว็บไซต์ที่ให้บริการเหล่านี้ เรียกว่า ไมโครสต็อก (microstock)

รัชพล ยรรยงค์เดชา (2557: 14) ได้จัดอันดับเว็บไซต์ที่ให้บริการเพื่อให้ลูกค้าดาวน์โหลดภาพ
5 เว็บไซต์หลักในวงการไมโครสต็อกบวกเพิ่มอีก 2 เว็บไซต์ที่น่าจับตามองและเป็นเว็บไซต์ที่ควรส่ง
เวกเตอร์เป็นอย่างยิ่ง ดังนี้

5 เว็บไซต์หลัก

1) shutterstock (www.shutterstock.com)

ปัจจุบัน shutterstock ถือว่าเป็นผู้นำทางด้านไมโครสต็อก สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่
นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ภาพแนวธุรกิจจะขายดีมาก ๆ ที่ไมโครสต็อกแห่งนี้ (นิตยสารออนไลน์, 2553: ระบบออนไลน์) เป็นเว็บไซต์ที่มีปริมาณภาพมากที่สุด มีช่างภาพและเวกเตอร์อาร์ติสต์มาก
ที่สุดและทำรายได้มากที่สุดเช่นกัน แนวการรับภาพของเว็บไซต์นี้ค่อนข้างเปิดกว้าง การส่งภาพ

เวกเตอร์ไปขายยัง shutterstock นั้นต้องส่งภาพเวกเตอร์ไปสอบจำนวน 10 ภาพ ถ้าผ่าน 7 ใน 10 ก็จะได้เป็นผู้ขายภาพเวกเตอร์ทันที (รัชพล ยรรยงค์เดชา, 2557: 80)

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ในการสอบและขาย

ไฟล์ eps 8 หรือ 10 (แนะนำเวอร์ชัน 10) ขนาดไม่เกิน 15 mb

ไฟล์ jpg preview ไม่ต่ำกว่า 4 ล้าน pixel (แนะนำ 20-25 ล้านพิกเซล)

2) istockphoto (www.iStockphoto.com)

เป็นตัวแทนขายภาพในรูปแบบไมโครสต็อกแห่งแรกของโลก istockphoto สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่แคนาดา เป็นที่สุดในหลายๆ ด้านของธุรกิจนี้สำหรับนักออกแบบและช่างภาพสต็อกที่ถือเป็นทั้งแหล่งทำเงินและสถานที่พิสูจน์ฝีมือในการถ่ายและออกแบบภาพอีกด้วย istockphoto ชอบภาพในแนวที่เรียกว่า “แนวธุรกิจ” มากเป็นพิเศษ (StockPhotoThailand. 2553: ระบบออนไลน์) จุดเด่นของ istockphoto คือ มีระบบ exclusive นั่นคือ ระบบผูกขาดผู้สร้างงาน (ไม่สามารถส่งภาพขายเว็บไซต์อื่นได้ ส่งภาพขายได้แต่ istockphoto ที่เดียว) ให้ค่าตอบแทนที่สูงและมีระบบการค้นหาภาพของลูกค้าเอื้อต่อผู้ที่เป็น exclusive มากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็น (รัชพล ยรรยงค์เดชา, 2557: 85)

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ในการสอบ (สอบ 3 ภาพ)

ไฟล์ eps 8 หรือ 10 (แนะนำเวอร์ชัน 10) พร้อมนำไปทำเป็นไฟล์ zip

ไฟล์ jpg preview 250×250 พิกเซล

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ขาย

ไฟล์ eps 8 หรือ 10 (แนะนำเวอร์ชัน 10) ไม่ต้องซีบ

ไฟล์ jpg preview ไม่ต่ำกว่า 2800×1900 พิกเซล

3) dreamstime (www.dreamstime.com)

ไมโครสต็อกแห่งนี้เป็นตัวเลือกที่ติดมากแห่งหนึ่ง สำหรับบรรดามือใหม่ที่เริ่มเข้าสู่วงการของการขายภาพออนไลน์ที่ต้องการหาประสบการณ์และสร้างความมั่นใจให้ตัวเองก่อนการก้าวไปสู่ shutterstock และ istockphoto เนื่องจากไม่ต้องมีการสอบหลังจากลงทะเบียนแล้วสามารถส่งภาพไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภาพพิจารณาได้ทันที StockPhotoThailand (2553: ระบบออนไลน์) เป็นอีกหนึ่งไมโครสต็อกที่น่าสนใจ การตรวจภาพของ dreamstime อยู่ในระดับกลางๆ ไม่ยากไม่ง่าย มีระบบการขายเหมือนกับ fotolia คือ 1 ภาพ ขายทั้ง ESP และ JPG ขนาดต่างๆ (รัชพล ยรรยงค์เดชา, 2557: 97)

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ขาย

ไฟล์ eps 8 หรือ 10 (แนะนำให้ใช้เวอร์ชัน 10)

ไฟล์ jpg preview ไม่ต่ำกว่า 3 ล้านพิกเซล

4) fotolia (www.fotolia.com)

ไมโครสต็อกระดับหัวแถวอีกแห่งหนึ่งสำหรับการเริ่มต้นขายภาพเนื่องจากไม่ต้องมีการสอบเช่นกันลงทะเบียนแล้วสามารถส่งภาพไปได้เลยทางผู้ตรวจสอบภาพหรือ Inspector ของ fotolia จะเป็นผู้พิจารณาตัดสินใจว่าภาพใดผ่านภาพใดไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาของ fotolia จะมีความง่ายอยู่ในระดับเดียวกับ dreamstime และยอดขายภาพก็ยังไม่สามารถเทียบกับ shutterstock และ istockphoto เช่นกัน (StockPhotoThailand, 2553: ระบบออนไลน์)

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ขาย

ไฟล์ eps 8 หรือ 10 (แนะนำให้ใช้เวอร์ชัน 10)

ไฟล์ jpg preview ไม่ต่ำกว่า 15 ล้านพิกเซล

นำไฟล์ eps+jpg preview ไปทำเป็น zip

5) 123rf (www.123rf.com)

เป็นเว็บไซต์เอเชีย สำนักงานใหญ่อยู่ที่ฮ่องกง และมีสำนักงานอยู่ในไทยด้วย ซึ่ง 123rf ก็ถือว่าเป็น 1 ใน top 5 ติดต่อกันมาหลายปีเหมือนกัน มาตรฐานการตรวจภาพที่นี่ถือว่าส่งง่ายรับง่าย ค่าคอมมิชชั่นเริ่มต้นอาจจะน้อยกว่าที่อื่น แต่ก็มีระบบ up level เมื่อยอดดาวน์โหลดภาพสะสมถึงกำหนด ก็จะเพิ่มค่าคอมมิชชั่นให้ ซึ่ง Level ของที่นี่มีมากถึง 10 ชั้น เลยทีเดียว สำหรับ 123rf เราต้องทำการสอบก่อน 10 ภาพ ถึงจะอัปโหลดงานขายได้ (รัชพล ยรรยงค์เดชา, 2557: 103)

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้สอบและขาย

ไฟล์ eps 8 หรือ 10 (แนะนำให้ใช้เวอร์ชัน 10)

ไฟล์ jpg preview 1600x1600 พิกเซล (แต่สามารถใช้ขนาดเดียวกับ shutterstock ได้เลย)

2 เว็บไซต์ที่น่าจับตามอง

1) vectorstock (www.vectorstock.com)

เป็นเว็บไซต์ที่รับงานประเภทเดียวคือเวกเตอร์เท่านั้น เป็นเว็บไซต์สัญชาตินิวซีแลนด์ มาตรฐานเว็บไซต์นี้อยู่ในระดับกลางๆ ไม่ยากไม่ง่ายจนเกินไป มีระบบ up level เช่นกัน ระดับต่ำสุดเริ่มต้นที่ 25% เมื่อสะสมรายได้ 100 ดอลลาร์สหรัฐ ขึ้นไปจึงจะเบิกออกมาได้ ไม่ได้อยู่ใน top 5 แต่บางเดือนรายได้เกือบๆ เท่าเว็บใหญ่ สำหรับ vectorstock ต้องทำการสอบ 1 ภาพ (รัชพล ยรรยงค์เดชา, 2557: 109)

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ในการสอบ

ไฟล์ jpg 1 ภาพ ใช้ความละเอียดสูงสักหน่อย ไม่ควรต่ำกว่า 6 ล้านพิกเซล

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ขาย

ไฟล์ eps 8 หรือ 10 (แนะนำให้ใช้เวอร์ชัน 10)

ไฟล์ jpg preview 380x400 พิกเซลเท่านั้น

2) canstockphoto (www.canstockphoto.com)

ไม่ได้อยู่ใน top 5 คือ ไม่หวือหวามากนักแต่ก็ไม่ถึงกับเจียบกริบ เป็นเว็บเล็กๆ ที่ค่อนข้างสม่ำเสมอ สำหรับเว็บที่เน้นให้ราคาค่อนข้างดี สูงกว่าเว็บใหญ่ ๆ เสียอีก เมื่อครบขั้นต่ำ 50 us ถึงจะเบิกเงินออกมาได้ ระบบส่งภาพง่ายมาก ๆ แต่จะขายภาพกับที่นี่ต้องสอบก่อนครับ 3 ภาพ

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ในการสอบ

ไฟล์ jpg 3 ภาพ ความละเอียดสูง แนะนำว่าไม่ต่ำกว่า 6 ล้านพิกเซล

รายละเอียดไฟล์ที่ใช้ขาย

ไฟล์ eps 8 หรือ 10 (แนะนำให้ใช้เวอร์ชัน 10)

ไฟล์ jpg preview (สามารถใช้ขนาดเดียวกับ shutterstock)

นำไฟล์ eps+jpg preview ไปทำเป็น zip

ระบบการขายภาพผ่านเว็บไซต์หรือไมโครสต็อกนั้น ถือเป็นระบบออนไลน์แบบ 100% ตั้งแต่การสมัคร ส่งงานไปขาย ไปจนถึงการรับรายได้ และขั้นตอนทุกอย่างไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้นในแต่ละไมโครสต็อกนั้น จะมีคนกลุ่มหนึ่งคอยพิจารณาผลงาน เรียกว่า “Inspector” หน้าที่ของพวกเขา คือ พิจารณางานทุกคนที่ส่งเข้าไปในเว็บไซต์ว่าจะให้ผ่านหรือไม่ผ่านวัดจากมาตรฐานโดยทั่วไป และแนวทางการรับภาพของเว็บไซด์นั้นๆ แต่โดยรวมแล้วมาตรฐานไม่แตกต่างกันมากในแต่ละเว็บไซด์ แต่เว็บไซด์ระดับชั้นนำของวงการมาตรฐานอาจจะสูงกว่าเว็บไซด์อื่น เช่น shutterstock และ istockphoto (รัชพล ยรรยงค์เดชา, 2557: 20)

การขายภาพเว็บไซด์สต็อกนั้นสามารถได้ทั้งเว็บไซต์ส่วนตัวและขายผ่านไมโครสต็อก การขายผ่านเว็บไซต์ส่วนตัวไม่จำเป็นที่จะเป็นการสร้างเว็บไซต์ที่ขึ้นมาเองหรือซื้อเว็บไซต์สำเร็จรูปเพื่อเอางานของคนขายโดยเฉพาะรวมถึงการเอางานไปไว้ในแกลอรี่เว็บไซต์ทั้งหลายเมื่อมีคนสนใจภาพ อาจติดต่อขอซื้อโดยตรง วิธีนี้อาจไม่ได้รับความนิยมเท่าไรเนื่องจากอาจมีภาพไม่หลากหลายพอ ถ้าเรายังไม่เป็นที่รู้จักโอกาสที่ขายได้ก็อาจจะน้อย แต่ข้อดีคือสามารถกำหนดราคาได้เองและไม่ต้องมีส่วนแบ่งให้ใครทั้งสิ้น และการขายผ่านเว็บไซต์ไมโครสต็อกช่องทางนี้ได้รับความนิยมค่อนข้างสูงเนื่องจากเป็นระบบที่ทำความเข้าใจได้ไม่ยากนักสำหรับมือใหม่ อีกทั้งก็ยังได้รับความนิยมจากมือเก่ามาอย่างต่อเนื่องเพราะไมโครสต็อกแต่ละแห่งมีฐานลูกค้าของตนเองมากมาย มีงานให้ลูกค้าเลือกหลายประเภท หลายแบบซึ่งได้รับความนิยมสูงมีงบประมาณและช่องทางการโปรโมทสูงมีการจัดการ

ที่เป็น ระบบมีความเป็นมืออาชีพทางด้านการตลาด และทางกฎหมาย ในกรณีที่ภาพอาจถูกละเมิด แต่ในเว็บไซต์มีการตลาดและทำการขายภาพมีการหักค่านายหน้าและจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้กับผู้ขายภาพ (รัชพล ยรรยงค์เดชา, 2557: 23)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด/ พฤติกรรม

ดีลอเซีย (Delozier, 1976, quoted in Fill, 2002: 12) ได้ให้คำนิยามของการสื่อสารการตลาดไว้ว่าการสื่อสารการตลาดเป็นกระบวนการนำเสนอสิ่งเร้าหลายๆ อย่าง สอดคล้องและ สอดประสานกันเป็นแผนชุดเพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดไปยังตลาดเป้าหมาย โดยมีความมุ่งหวังเพื่อกระตุ้นให้ตลาดเป้าหมายเกิดการรับรู้ แปลความหมาย และตอบสนองตามที่ต้องการ โดยส่งผ่านช่องทางต่างๆ ที่กำหนดขึ้น การสื่อสารการตลาดยังรวมถึงจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุง และเสริมสร้างข่าวสารของบริษัทในปัจจุบันให้มีความชัดเจนมากขึ้น และเพื่อกำหนดโอกาสที่จะทำการสื่อสารใหม่ๆ ใน อนาคตอีก ซึ่งสอดคล้องกับฟิลล์ (Fill, 2002: 12) ที่ได้ให้นิยามของการสื่อสารการตลาดไว้ว่า การสื่อสารการตลาด คือ กระบวนการจัดการ (management process) โดยองค์การจัดทำข่าวสารในรูปแบบเชิงสนทนา (dialogue) กับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จดังกล่าว องค์การจะต้องพัฒนาและนำเสนอข่าวสารสำหรับแต่ละกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเฉพาะ ซึ่งแตกต่างกันด้วย รวมทั้งจะต้องประเมินผลการรับข่าวสาร และพฤติกรรมของผู้รับว่ามีการตอบสนองตามต้องการหรือไม่อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารการตลาด/ พฤติกรรม ของ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2552: ระบบออนไลน์) ที่กล่าวว่า การสื่อสารทางการตลาด/ พฤติกรรม 8 C's ประกอบด้วย Consumer needs (สนองความต้องการ) Convenience (ความสะดวก) Cost to satisfy (พอใจราคา/ ต้นทุน) Communication (การสื่อสาร/ ประชาสัมพันธ์) Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) Culture (สอดคล้องวัฒนธรรม) Consistency (คงที่ สม่ำเสมอ) และ Change (เปลี่ยนแปลง ก้าวหน้า) โดย

1) Consumer needs (สนองความต้องการ) ความต้องการ ความอยากได้ในสินค้าและบริการซึ่งทำให้เกิดความพอใจ เมื่อความต้องการและความอยากได้นั้นได้รับการตอบสนองทั้งจากประโยชน์ใช้สอยในตัวสินค้าและบริการนั้นและอรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้าในการวางแผนการขายสินค้าหรือบริการใดๆ ผู้บริหารจะต้องมีข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคจะถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และการวางแผนทางการตลาด เหตุที่นักการตลาดจำเป็นต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภคก็เพราะว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่จะผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงกัน และขายให้กับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเดียวกัน การกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์และตราหือ โดยยึดถือความต้องการของผู้บริโภคจะเป็นเครื่องช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น นักบริหารการตลาดทราบกันดีอยู่แล้วว่าผู้บริโภคทุกคนไม่เหมือนกัน แต่ละคนจะมี

บางอย่างที่แตกต่างไปจากผู้บริโภคคนอื่นๆ ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้นเมื่อมีความปรารถนาในแง่ของความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นนักบริหารการตลาดต้องมีความเข้าใจถึงโครงสร้างความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะชี้ให้เห็นว่าความต้องการนั้นเกิดขึ้นจากอะไร ความต้องการของผู้บริโภคจำแนกออกเป็นสองประเภทกว้างๆ คือ หนึ่ง ความต้องการทางด้านร่างกาย เช่น ความหิว กระหาย การนอน ความอบอุ่น เป็นต้น และสอง ความต้องการด้านอารมณ์หรือด้านจิตวิทยา เช่น ความปลอดภัย ความรัก การยอมรับ ความพอใจในความงาม เป็นต้น การบริหารการตลาดต้องเข้าใจลึกถึงรายละเอียดของความต้องการทั้งสองประเภดังกล่าว เพื่อเอามาเป็นจุดขายในการขายสินค้า และเป็นส่วนหนึ่งในการโฆษณา (modal, 2554: ระบบออนไลน์)

2) Convenience (ความสะดวก) คือ คำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นสำคัญ ด้วยการเพิ่มช่องทางในการจำหน่าย ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อหาสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ถ้าต้องการซื้อในจำนวนมากและได้ราคาถูกควรไปที่ไหน ถ้าต้องการซื้อเพียงชิ้นเดียวและซื้อได้อย่างรวดเร็วควรไปที่ไหน เป็นต้น (Jobsdb, 2552: ระบบออนไลน์)

3) Cost to satisfy (พอใจราคา/ ต้นทุน) การตั้งราคาของผู้ผลิตต้องคำนึงถึงต้นทุนของผู้บริโภคมากกว่าต้นทุนทางการผลิต โดยพิจารณาว่า ก่อนที่ผู้บริโภคจะจ่ายเงินซื้อสินค้าชิ้นนั้นเขาต้องมีค่าใช้จ่ายอะไรมาก่อนหรือไม่ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่จอดรถ และค่าเสียเวลา ถ้าเขาหักลบกลบหนี้แล้ว รู้สึกคุ้มค่างกับต้นทุนที่ใช้จ่ายออกไปก่อนหน้านี้หรือไม่ ถ้าไม่คุ้มค่างผู้บริโภคก็ไม่เลือกซื้อสินค้านั้น (Jobsdb, 2552: ระบบออนไลน์)

4) Communication (การสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์) อย่างที่ทราบกันดีว่าการประชาสัมพันธ์คือส่วนหนึ่งของการตลาด ถ้าประชาสัมพันธ์และการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง (ณัฐวศา สุทธิธาดา, 2559: 97)

5) Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) คือ ปรากฏการณ์ที่บุคคลสร้างสรรค์ “สิ่งใหม่” อาทิ ผลผลิต การแก้ปัญหา นวัตกรรม หรืองานศิลปะ ฯลฯ ซึ่งมีคุณค่า การจะตีความเกี่ยวกับ “ความใหม่” ขึ้นอยู่กับผู้สร้างสรรค์หรือสังคม หรือแวดวงที่สิ่งใหม่นั้นเกิดขึ้น การประเมินคุณค่าก็ในทำนองเดียวกัน คุณสมบัติที่มักใช้ในการตีความ “ความใหม่” ประกอบด้วย สิ่งประดิษฐ์ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน สิ่งประดิษฐ์ที่อาจปรากฏอยู่ที่อื่น แต่มีผู้สร้างสรรค์ขึ้นใหม่โดยอิสระ การคิดวิธีดำเนินการใหม่ ปรับกระบวนการผลิตเข้าสู่ตลาดที่แตกต่างออกไป คิดวิธีการใหม่ในการแก้ไขปัญหา และเปลี่ยนแนวคิดที่แตกต่างจากผู้อื่น (เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์, 2555: ระบบออนไลน์)

6) Culture (สอดคล้องกับวัฒนธรรม) วัฒนธรรมมีอิทธิพลในการกำหนดเป้าหมายของความต้องการและเป็นเป้าหมายของแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมุ่งบรรลุ ค่านิยมด้านวัตถุของสังคม ก็ย่อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค บุคลิกภาพของผู้บริโภคในกลุ่มสังคมวัฒนธรรมเดียวกัน จะสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน (Pijitra Suppasawatgul, 2560: ระบบออนไลน์)

7) Consistency (คงที่ สม่ำเสมอ) Sasi Tanadeerokul (2558: ระบบออนไลน์) กล่าวถึงความสม่ำเสมอคือหัวใจของการตลาดสำหรับนักวาดว่า ทำไมความสม่ำเสมอถึงเป็นเรื่องใหญ่ เพราะไม่มีใครชอบความไม่สม่ำเสมอหรือคาดเดาได้ยาก การโปรโมทภาพลักษณะที่ไม่สม่ำเสมอก็จะทำให้คนเข้าใจแบรนด์คุณผิด และนั่นจะเป็นแง่ลบต่อการทำภาพประกอบและต่อลูกค้าของเรา คนเราต้องการความสม่ำเสมอในชีวิต ลองคิดถึงประเพณีหรือกิจกรรมที่คนในบ้านคุณทำร่วมกันดูสิ คุณรู้สึกยังไงคุณตั้งตาคอยหรือเปล่าและถ้ากิจกรรมนั้นๆไม่เกิดขึ้นในปีนั้นๆคุณจะรู้สึกยังงัย เช่นบ้านคุณมีตรุษจีนทุกปี เวลาเด็กคุณตั้งตาคอยตรุษจีน เพราะอยากได้อั่งเปา เกิดปีหนึ่งบ้านคุณยกเลิกตรุษจีนขึ้นมา คุณจะรู้สึกยังงัย และนั่นคือเหตุผลที่ทำให้ความสม่ำเสมอถึงสำคัญ เหมือนกับลูกค้าของคุณนั้นแหละ ลูกค้าของคุณก็ให้ความสำคัญกับความสม่ำเสมอเหมือนกัน มีสามอย่างที่คุณต้องมีความคงที่คือ ภาพลักษณ์ กิจกรรม และ เวลาคุณทำการตลาด

8) Change (เปลี่ยนแปลง, ก้าวหน้า) การสื่อสารการตลาดในยุคปัจจุบันนี้ก็คือ จำเป็นอย่างยิ่งที่นักการตลาดและลูกค้าจะต้องสำรวจเพื่อดูศักยภาพของตนเอง ตลอดจนความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมายของเราว่ามีการเปลี่ยนแปลงทางด้านของพฤติกรรมอย่างไร (Hmeeketing, 2558: ระบบออนไลน์)

และทฤษฎีการสื่อสารการตลาด/ พฤติกรรม ยังสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาด 4C's ของ ชวนะ ภวานันท์ (2549: 50) ที่กล่าวว่า สื่อในยุคปัจจุบันมีความหลากหลายมาก ต่างก็มุ่งเน้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยกลยุทธ์ต่างๆ การตลาดแบบ 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) นั้นไม่เพียงพออีกต่อไปแล้วก็ได้ ที่เป็นอย่างนั้นเพราะวิวัฒนาการของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปไกลกว่ายุคเดิมหลายช่วงตัว ว่าไปแล้วสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง คือเครื่องมือการสื่อสารยุคใหม่เข้ามามีบทบาทสำคัญ นั่นคืออินเทอร์เน็ต หากมองย้อนกลับไปเมื่อ 10 ปีที่แล้วมีใครคิดบ้างว่าอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทได้ถึงเพียงนี้ เพราะตอนนั้นมันถูกใช้อยู่ในวงจำกัด ถ้าเป็นเมืองไทยก็ใช้เฉพาะนักวิชาการ นักวิจัย และองค์กรข้ามชาติบางรายเท่านั้น แต่พอถึงยุคนี้ อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นเครื่องมือจำเป็นอย่างหนึ่งในการประกอบธุรกิจไปแล้ว เมื่อสำคัญเช่นนี้ อินเทอร์เน็ตจึงจัดว่าสำคัญมากในภาคการตลาด การสื่อสารการตลาด และเป็นที่มาของการเกิดกลยุทธ์ใหม่ที่นำมาใช้ร่วมควบคู่ไปกับ 4P's นั่นคือ 4C's ประกอบด้วย Consumer, Cost, Convenience และ Communication ทั้ง 4 มีหัวใจสำคัญต่อลูกค้า หรือโฟกัสลูกค้าเป็นสำคัญ โดยทั้ง 4 ตัวมีความหมายและความสำคัญดังต่อไปนี้

1) Consumer เน้นความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก หรือหากบอกให้ตรงใจ คือเข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด และยังรวมไปถึงบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า หรือที่เรียกว่า CRM (Customer Relation Management) โดยต้องยึดหลักการสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้ตรงใจลูกค้าในทุกๆ กลุ่ม

2) Cost ทำให้ต้นทุนต่ำที่สุด เพื่อให้กำหนดราคาขายถึงมือผู้บริโภคต่ำไปด้วย ซึ่งจะเป็นที่ได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านราคากับคู่แข่ง

3) Convenience ช่องทางการจัดจำหน่ายต้องอำนวยความสะดวกซื้อมากที่สุด ยังมีช่องทางหรือหน้าร้านมากเท่าใด โอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อบ่อยเท่านั้น เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันได้ยึดติดกับสถานที่เดิมสักเท่าไร

4) Communication เป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง และมีองค์ประกอบหลายด้าน จากความหมายตรงตัวที่แปลว่าการสื่อสาร จึงรวมถึงตั้งแต่การติดต่อสื่อสารที่ต้องสะดวก ง่าย รวดเร็ว การสื่อสารที่สร้างความรับรู้ให้ผู้บริโภคและตลาด ซึ่งได้แก่การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย รวมถึงการสื่อสารแบบกระตุ้นการตลาด ซึ่งได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการงานโชว์ การตลาดเชิงรุกหรือการตลาดแบบตรงและเข้าถึงลูกค้ารายตัว

พื้นฐานการออกแบบสื่อ (สิ่งที่ต้องทำและนำมาผสมผสาน) (ไม่มีอะไรเปลี่ยน ถ้าไม่เปลี่ยนตัวเอง)

รศ.ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์
คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



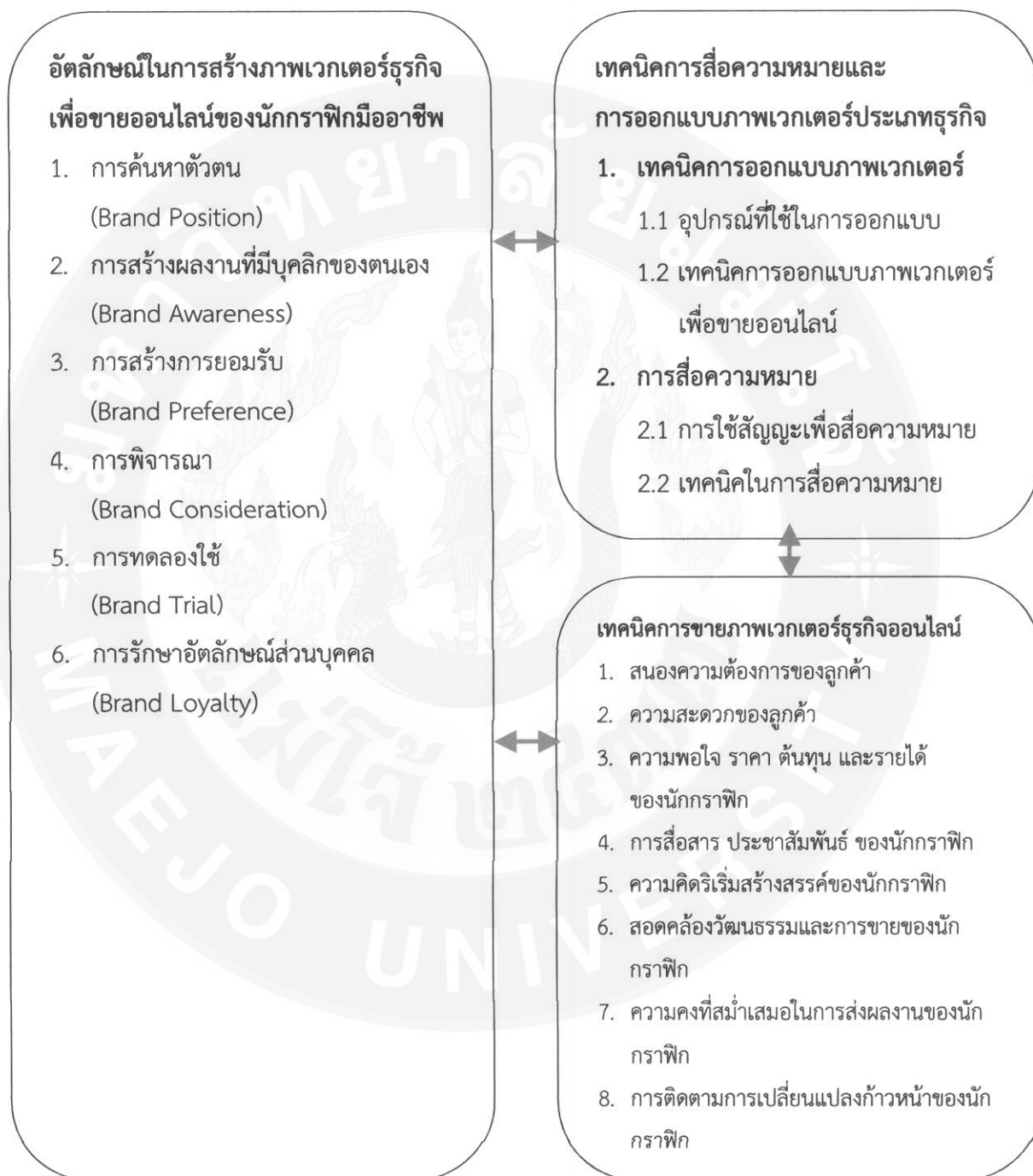
ภาพที่ 17 พื้นฐานการออกแบบสื่อ (สิ่งพิมพ์ที่ต้องทำและนำมาผสมผสาน)

สรุปแนวคิด

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ เป็นการศึกษาความหมายและสร้างความเข้าใจในการสร้างภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ ตั้งแต่ความหมายของภาพเวกเตอร์ เทคนิคการสร้างภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ รวมไปถึงการพัฒนาภาพผลงานที่จะขาย เพราะต้องศึกษาแนวคิดและการสื่อความหมายของภาพ กฎเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ของภาพถ่ายที่จะใช้ขายในแต่ละไม่โครสต็อก รวมไปถึงขั้นตอนและวิธีการส่งภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ซึ่งการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นี้คือ การสื่อสารดิจิทัลที่เป็นทักษะที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้คนในศตวรรษที่ 21 ถือเป็นกระบวนการใช้ทักษะในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ออกแบบสาร อย่างดึงดูดใจ มีความคิดสร้างสรรค์ผ่านการใช้สื่อดิจิทัลที่มีปฏิสัมพันธ์ มีการเปลี่ยนแปลงแลกเปลี่ยนอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการผสมผสานข้อความ ภาพ เสียง และเทคนิคพิเศษต่างๆ ทั้งหมด นี่คือนสิ่งที่จำเป็นต่อการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ของช่างภาพสต็อกมืออาชีพ

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของนักกราฟิกที่ออกแบบเวกเตอร์ขายออนไลน์อย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่ตัวตนของนักออกแบบ ลักษณะทางด้านประชากรในด้านต่างๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างเฉพาะบุคคล และกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ รวมไปถึงกระบวนการคิด วิเคราะห์ การสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์ เทคนิควิธีการออกแบบเวกเตอร์ประเภทธุรกิจ และการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดเป็นกระบวนการออกแบบภาพเวกเตอร์ที่มีผลต่ออัตลักษณ์ความเป็นตัวตนที่โดดเด่นและแตกต่างของภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของช่างภาพมืออาชีพ โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 18 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบ snowball และนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลโดยกระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์แล้วนำเสนอด้วยวิธีการพรรณนา (descriptive) โดยมีรายละเอียดดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในพื้นที่ในประเทศไทย

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักกราฟิกที่ขายภาพออนไลน์ในเขตพื้นที่ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักกราฟิกที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จำนวน 12 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบ snowball ตามเกณฑ์คุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นนักกราฟิกที่มีรายได้จากการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ตั้งแต่ 10,000 บาท/เดือนขึ้นไป
2. เป็นนักกราฟิกที่มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 3 ปีขึ้นไป และขายภาพเวกเตอร์ผ่านไมโครสต็อกมากกว่า 3 เว็บไซต์

บุคคลที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ต้องมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ดังกล่าวนี้ทั้ง 2 ข้อ และแบ่งกลุ่มตัวอย่างนักกราฟิก ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ตารางที่ 1 จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามคุณสมบัติ และประเภท

ประเภทคุณสมบัติ	การตุนักธุรกิจ	เทมเพลต	อินโฟกราฟิก	รวม
1. มีรายได้จากการขายภาพ เวกเตอร์ออนไลน์ตั้งแต่ 40,000 บาท/เดือน ขึ้นไป	1	1	2	4
2. มีรายได้จากการขายภาพ เวกเตอร์ออนไลน์ตั้งแต่ 10,000 บาท/เดือน ถึง 39,999 บาท/เดือน มีประสบการณ์การขายภาพ เวกเตอร์ออนไลน์ 3 ปีขึ้นไป และขายภาพเวกเตอร์อย่าง น้อย 3 เว็บไซต์	3	3	2	8
รวม	4	4	4	12

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ตั้งแต่ 40,000 บาท/เดือน ขึ้นไป
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 10,000 บาท/เดือน ถึง 39,999 บาท/เดือน มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ 3 ปีขึ้นไป และขายภาพเวกเตอร์อย่างน้อย 3 เว็บไซต์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยมีเครื่องมือในการวิจัยดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) พัฒนาจากกรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่นำมาศึกษา เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended questions) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นและบรรยายเรื่องราวเกี่ยวกับเทคนิควิธีการ ประสบการณ์ และสามารถปรับสถานการณ์ได้ในขณะที่สัมภาษณ์ ประกอบด้วยแนวคำถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชื่อ-สกุล วัน เดือน ปีเกิด อายุ ปัจจุบัน ณ วันที่สัมภาษณ์ ระดับการศึกษา สถาบันการศึกษา อาชีพหลัก อาชีพเสริมหรืออาชีพอื่นๆ ประสบการณ์ด้านการออกแบบ ผลงานการออกแบบที่มีผลต่อกระบวนการคิด การค้นหาตัวเอง ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นของนักกราฟิก

ส่วนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจ เพื่อขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ

ส่วนที่ 3 การสื่อความหมายและเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

ส่วนที่ 4 เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ

2. กล้องถ่ายภาพ
3. เครื่องบันทึกเสียง
4. สมุดจดบันทึก

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น สามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาประเด็นต่างๆ ที่กำหนดไว้ได้ถูกต้องครบถ้วน มีความแม่นยำ ตรงตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงได้ทดสอบเครื่องมือในด้านความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่น โดยมีวิธีการดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ก่อนการจัดทำแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ จากแนวคิดทฤษฎี ตลอดจนเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นร่างแนวคำถามที่จะใช้สัมภาษณ์ไปปรึกษาคณะกรรมการที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาถึงเนื้อหา ความเหมาะสมของเนื้อหา และความครอบคลุมในทุกประเด็น ตลอดจนการใช้ภาษาและนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้แบบสัมภาษณ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในภาษาและเนื้อหาและสามารถตอบคำถามในทุกวัตถุประสงค์การวิจัย

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้จริง ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ไปทดลองสัมภาษณ์กลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ นักกราฟิกที่มีการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบเวกเตอร์ขายออนไลน์

จำนวน 1 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมโยงของคำถาม ครอบครัว และตรงประเด็นที่ต้องการตามวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงแก้ไข

นอกจากนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาด้วยวิธีการสามเส้า (triangulation) เป็นการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากกลุ่มตัวอย่างนั้น ถูกต้องหรือไม่หากผู้วิจัยเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และกลุ่มตัวอย่างหลายคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่

เวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่

สถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่

บุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด และมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ค้นหากลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเรื่องที่ศึกษาเป็นเรื่องเกี่ยวกับการออกแบบเวกเตอร์ประเภทธุรกิจขายออนไลน์ซึ่งนักกราฟิกส่วนใหญ่จะออกแบบภาพเวกเตอร์หลากหลายประเภท นักกราฟิกบางคนก็ไม่ได้มีการออกแบบเป็นประเภทชัดเจน ดังนั้นการค้นหากลุ่มตัวอย่างนักกราฟิกที่มีการออกแบบเวกเตอร์ประเภทธุรกิจจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการค้นหากลุ่มโดยศึกษาภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างผ่านไมโครสต็อกที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเองอย่างชัดเจน และค้นหาตัวตนที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่าง

2. การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มต้นอย่างไม่เป็นทางการ ทำการค้นหาข้อมูลที่อยู่ใน การติดต่อประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองและข้อมูลบางส่วนจากนักกราฟิกคนอื่น จากนั้นแนะนำตัว สร้างความสนิทสนมคุ้นเคย ขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์ โดยใช้สื่อออนไลน์ (video call ใน application line หรือ facebook และโทรศัพท์)

3. นัดหมายกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยแจ้งแก่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลว่าผู้วิจัยกำลังศึกษาเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ โดยสร้างความเข้าใจกับบุคคลผู้ให้ข้อมูล โดยอธิบายวัตถุประสงค์ ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และคุณค่าของข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูล โดยคำนึงถึงจริยธรรมในการศึกษาแก่ผู้ให้ข้อมูล ขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยความเป็นมิตรและจริงใจ แล้วขออนุญาตสัมภาษณ์พร้อมบันทึกภาพและเสียงระหว่างการสนทนา

4. การพัฒนาความสัมพันธ์ไว้วางใจ ผู้วิจัยเป็นผู้ตั้งคำถามและตอบคำถามที่ผู้ให้ข้อมูลถามกลับเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายมีส่วนร่วมในการรับรู้ความรู้สึก ความประทับใจ และแนวคิดซึ่งกันและกัน การสัมภาษณ์ในแต่ละครั้งได้ข้อมูลมากน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และบริบทที่แวดล้อมขณะนั้น คือ ชุดของคำถาม และเวลา

5. การเข้าถึงข้อมูล ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ในด้านเทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจ เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อก และการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ และบันทึกคำสัมภาษณ์ไว้ในเทปบันทึกเสียง

6. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) เป็นการพิจารณาความสอดคล้องกันของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน

7. การตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูล หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูล หากยังได้ข้อมูลไม่ครบถ้วนและไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจนได้ข้อมูลครบถ้วนและสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างนักกราฟิกมืออาชีพในครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกครั้ง ผู้วิจัยได้ถอดเทปเพื่อแยกข้อมูลเป็นหมวดหมู่ การสังเคราะห์ประเด็น เชื่อมโยงประเด็นเพื่อหาความเป็นเหตุเป็นผล แล้วนำเสนอโดยการพรรณนาประกอบตารางสรุปประเด็นสำคัญ ซึ่งจะจำแนกเป็นตอนๆ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ
2. เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ
3. เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ

การรายงานผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ” โดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้ดังนี้

1. การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ
2. เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ
3. เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ

ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการวิจัย คือ ตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2558 ถึง เดือนธันวาคม 2561 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 ปี

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview) ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อความจากการสัมภาษณ์ที่บันทึกไว้มาถอดเทปเพื่อแยกเป็นหมวดหมู่ด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ การจัดหมวดหมู่ข้อมูล การสังเคราะห์ประเด็น การเชื่อมโยงประเด็นเพื่อหาความเป็นเหตุเป็นผล แล้วนำเสนอโดยการพรรณนาประกอบตาราง สรุปประเด็นสำคัญๆ จำแนกเป็นตอนๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

ตอนที่ 3 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

ตอนที่ 4 เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ



ภาพที่ 19 แผนผังการนำเสนอและอภิปรายงานการวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของนักกราฟิกมืออาชีพ ได้แก่ เพศ อายุ ณ วันที่สัมภาษณ์ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา รายได้จากการขายภาพออนไลน์ ประสบการณ์การขายภาพออนไลน์ และจำนวนไมโครสต็อกที่ขายภาพออนไลน์ สรุปผลการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพศ

นักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 10 คน เพศหญิง จำนวน 2 คน จำแนกได้ดังนี้

1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 3 คน เพศหญิง จำนวน 1 คน

1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน และเป็นเพศหญิง จำนวน 1 คน

2. อายุ ณ วันที่สัมภาษณ์

นักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน มีอายุเฉลี่ย 34 ปี มีอายุสูงสุดคือ 42 ปี ต่ำสุดคือ 25 ปี นักกราฟิกมืออาชีพส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 7 คน รองลงมาคือ อายุ 40-49 ปี จำนวน 4 คน และ อายุ 20-29 ปี จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับ มีอายุเฉลี่ย 35 ปี ส่วนใหญ่มีอายุ 40-49 ปี จำนวน 3 คน และมีอายุ 30-39 ปี จำนวน 1 คน

2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีอายุเฉลี่ย 34 ปี มีอายุสูงสุด 40 ปี และอายุต่ำสุด 25 ปี ส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 6 คน รองลงมาคือ อายุ 40-49 ปี จำนวน 1 คน อันดับสุดท้าย มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 1 คน

3. ระดับการศึกษา

นักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 10 คน และจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 2 คน จำแนกได้ ดังนี้

3.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน ระดับปริญญาโท จำนวน 1 คน

3.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 7 คน และจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 1 คน

4. สาขาวิชาที่จบการศึกษา

นักกราฟิกมีอาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบ จำนวน 7 คน และจบการศึกษาจากสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 5 คน จำแนกได้ ดังนี้

4.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาจากสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 3 คน จบการศึกษาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 1 คน

4.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนใหญ่จบการศึกษาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 6 คน และจบการศึกษาสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 1 คน

5. อาชีพ

นักกราฟิกมีอาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จำนวน 7 คน รองลงมาคือมีอาชีพกราฟิกดีไซน์เนอร์ จำนวน 2 คน และที่เหลือจำนวน 3 คน มีอาชีพช่างภาพ โปรแกรมเมอร์ และสถาปนิก จำแนกได้ ดังนี้

5.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน ทั้งหมดมีอาชีพขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

5.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน ส่วนมากมีอาชีพขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จำนวน 3 คน รองลงมาคือกราฟิกดีไซน์เนอร์ จำนวน 2 คน ที่เหลือจำนวน 3 คน มีอาชีพช่างภาพ โปรแกรมเมอร์ และสถาปนิก

6. รายได้จากการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

นักกราฟิกมีอาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 40,000 บาท/เดือน จำนวน 8 คน และมีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท/เดือน จำนวน 4 คน จำแนกได้ ดังนี้

6.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน ทั้งหมดมีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท/เดือน ขึ้นไป

6.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน ทั้งหมดมีรายได้น้อยกว่า 40,000 บาท/เดือน

7. ประสิทธิภาพการขายภาพออนไลน์

นักกราฟิกมีอาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน มีประสิทธิภาพการขายภาพออนไลน์เฉลี่ย 6 ปี มีประสิทธิภาพการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 8 ปี และน้อยที่สุด 3 ปี ส่วนใหญ่มีประสิทธิภาพการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ 6-8 ปี จำนวน 8 คน และมีประสิทธิภาพการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ 3-5 ปี จำนวน 4 คน จำแนกได้ ดังนี้

7.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน ทั้งหมดมีประสิทธิภาพการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ 6 - 8 ปี

7.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน มีประสิทธิภาพการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์เฉลี่ย 5 ปี ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 6 ปี น้อยที่สุด 3 ปี ส่วนใหญ่มีประสิทธิภาพการขายภาพออนไลน์ 6-8 ปี จำนวน 4 คน และมีประสิทธิภาพการขายภาพออนไลน์ 3-5 ปี จำนวน 4 คน

8. จำนวนไมโครสต็อกที่ขายภาพออนไลน์

นักกราฟิกมีอาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ทั้งหมดขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 3 ไมโครสต็อก ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 12 ไมโครสต็อก และขายภาพออนไลน์น้อยที่สุดจำนวน 3 ไมโครสต็อก ส่วนใหญ่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์จำนวน 6-8 ไมโครสต็อก จำนวน 6 คน รองลงมาคือ 3-5 ไมโครสต็อก จำนวน 4 คน และ ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 8 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน จำแนกได้ดังนี้

8.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน ส่วนใหญ่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ 3-5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 8 ไมโครสต็อก จำนวน 1 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์จำนวน 6-8 ไมโครสต็อก จำนวน 1 คน

8.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน ขายภาพออนไลน์มากที่สุด 12 ไมโครสต็อก น้อยที่สุด 3 ไมโครสต็อก ส่วนใหญ่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์จำนวน 6-8 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน รองลงมาคือ 3-5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และ มากกว่า 8 ไมโครสต็อกจำนวน 1 คน

9. สรุปผลการวิจัยลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัยลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 10 คน เพศหญิง จำนวน 2 คน มีอายุเฉลี่ย 34 ปี โดยมีอายุสูงสุดคือ 42 ปี ต่ำสุดคือ 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 10 คน และจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 2 คน จบการศึกษาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบ จำนวน 7 คน

และจบการศึกษาจากสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบ จำนวน 5 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จำนวน 7 คน รองลงมาคือมีอาชีพกราฟิกดีไซน์เนอร์ จำนวน 2 คน ตามลำดับ มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท/เดือน จำนวน 4 คน น้อยกว่า 40,000 บาท/เดือน จำนวน 8 คน มีประสบการณ์การขายภาพออนไลน์เฉลี่ย 6 ปี มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 8 ปี และน้อยที่สุด 3 ปี ทั้งหมดขายภาพออนไลน์มากกว่า 3 ไมโครสต็อก จำแนกได้ดังนี้

9.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน เป็นเพศชาย จำนวน 3 คน เพศหญิง จำนวน 1 คน มีอายุเฉลี่ย 35 ปี โดยมีอายุ 40-49 ปี จำนวน 3 คน และมีอายุ 30-39 ปี จำนวน 1 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 3 คน ระดับปริญญาโท จำนวน 1 คน จบจากสาขาที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบ จำนวน 3 คน จบการศึกษาวិชาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 1 คน ทั้งหมดมีอาชีพหลักคือ ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ มีรายได้ 40,000 บาท/เดือน หรือมากกว่า มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 6 ปี ขายภาพออนไลน์ผ่านไมโครสต็อก 3 ไมโครสต็อกและ 10 ไมโครสต็อก

9.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง

กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน และเป็นเพศหญิง จำนวน 1 คน อายุเฉลี่ย 34 ปี มีอายุสูงสุด 40 ปี และอายุน้อยที่สุด 25 ปี ส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 6 คน รองลงมาคือ อายุ 40-49 ปี จำนวน 1 คน อันดับสุดท้ายมีอายุ 20-29 ปี จำนวน 1 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 7 คน ปริญญาโท จำนวน 1 คน ส่วนมากจบการศึกษาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 5 คน และจบการศึกษาในสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 3 คน มีอาชีพขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์เป็นอาชีพหลัก จำนวน 3 คน รองลงมาคือกราฟิกดีไซน์เนอร์ จำนวน 2 คน เหลืออีก 3 คน มีอาชีพช่างภาพ โปรแกรมเมอร์ และสถาปนิก ทั้งหมดมีรายได้ไม่น้อยกว่า 40,000 บาท/เดือน มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์เฉลี่ย 5 ปี ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 6 ปี น้อยที่สุด 3 ปี ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 12 ไมโครสต็อก น้อยที่สุด 3 ไมโครสต็อก โดยขายภาพออนไลน์เวกเตอร์ออนไลน์จำนวน 6-8 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน รองลงมาคือ 3-5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 8 ไมโครสต็อก จำนวน 1 คน

10. วิจัย ผลการวิจัย

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่เป็หัวหน้าครอบครัวซึ่งเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนช่วงอายุเป็นอายุของวัยแรงงาน ซึ่งมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 34 ปี ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรีเนื่องจากงานออกแบบกราฟิกนั้นเป็นงาน

ที่ต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญในสายงาน ความรู้ระดับปริญญาตรีนั้นถือว่าเพียงพอมากแล้วสำหรับงานออกแบบกราฟิก ส่วนสาขาวิชาที่จบนั้นส่วนใหญ่จบสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะงานออกแบบ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่จบสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบนั้นกลับประสบความสำเร็จในระดับมาก คือมีรายได้ 40,000 บาท/เดือนหรือมากกว่า พบว่าส่วนมากจบการศึกษาสาขาวิชาด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะสอดคล้องกับสายงานด้านการขายภาพออนไลน์ที่ต้องใช้ความรู้ด้านการออกแบบและด้านคอมพิวเตอร์ software ควบคู่กัน อาชีพหลักของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีอาชีพหลักคือขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ สอดคล้องกับรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างคือ มีรายได้เฉลี่ย 31,667 บาท/เดือน ถือว่าเพียงพอสำหรับการดำรงชีพในระดับหนึ่ง ส่วนประสบการณ์การขายภาพออนไลน์ทั้งหมดมีประสบการณ์การขายภาพออนไลน์มากกว่า 3 ปี ทำให้มีช่องทางในการขายมากกว่า 8 ไมโครสต็อก

ตารางที่ 2 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่าง	อายุ	การศึกษา	คณะ/สาขาที่จบ	อาชีพ	รายได้	ประสบการณ์	ช่องทางขายภาพ (ไม่โครสต็อก)
กลุ่มประสบความสำเร็จระดับมาก							
Max1	30	ปริญญาตรี	วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	ขายสต็อก	60,000	7	10
Max2	40	ปริญญาตรี	วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์	ขายสต็อก	60,000	8	3
Max3	41	ปริญญาโท	วิจิตรศิลป์	ขายสต็อก	40,000	8	4
Max4	42	ปริญญาตรี	วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์	ขายสต็อก	40,000	6	6
กลุ่มประสบความสำเร็จระดับปานกลาง							
Medium1	25	ปริญญาตรี	สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์	ขายสต็อก	30,000	6	7
Medium2	32	ปริญญาตรี	ออกแบบบรรจุภัณฑ์	กราฟิกดีไซน์เนอร์ (หลัก)	30,000	6	12
				ขายสต็อก (รอง)			
Medium3	32	ปริญญาตรี	เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	ช่างภาพ (หลัก)	30,000	6	8
				ขายสต็อก (รอง)			
Medium4	40	ปริญญาตรี	สถาปัตยกรรม	สถาปนิก (หลัก)	30,000	5	5
				ขายสต็อก (รอง)			

ตารางที่ 2 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	อายุ	การศึกษา	คณะ/สาขาที่จบ	อาชีพ	รายได้	ประสบการณ์	ช่องทางขายภาพ (ไม่โครสต็อก)
Medium5	30	ปริญญาตรี	ออกแบบบรรจุภัณฑ์	ขายสต็อก	20,000	3	8
Medium6	30	ปริญญาตรี	วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	โปรแกรมเมอร์ (หลัก) ขายสต็อก (รอง)	15,000	5	3
Medium7	30	ปริญญาตรี	วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์	ขายสต็อก	15,000	5	7
Medium8	35	ปริญญาโท	วิจิตรศิลป์	กราฟิกดีไซน์เนอร์ (หลัก) ขายสต็อก (รอง)	10,000	6	8

ตอนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์

ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

การสร้างเอกลักษณ์บุคคลที่มีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองและมีความหมายในเชิงอารมณ์ต่อผู้ชมหรือบุคคลอื่นเกี่ยวกับคุณค่าหรือคุณภาพของบุคคลนั้นๆ และสอดคล้องกับงานหรือธุรกิจ (เสริมยศ ธรรมรักษ์, 2554: 113-116) ซึ่งสอดคล้องกับ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2554: 15-27) ที่ได้กล่าวถึงการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลว่า แบรนด์ (brand) เปรียบเสมือนลายเซ็นตราประทับความเป็นเจ้าของ หรือความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ แบรนด์คือทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นประสบการณ์ รวมทั้งสิ่งที่เกิดขึ้น มีชื่อเสียงของแบรนด์เข้าไปเกี่ยวข้อง ล้วนมีส่วนในการสร้างชื่อเสียง ดังนั้น การสร้างอัตลักษณ์จึงเป็นวิธีการกระทำที่ทำให้ตนเองแตกต่างจากบุคคลอื่นอย่างสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาขั้นตอนและวิธีการสร้างแบรนด์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การค้นหาตัวตน เป็นการสำรวจว่าคุณเป็นใคร อะไรที่คุณต้องการทำในชีวิต สำรว่าดูว่าเป้าหมาย แรงบันดาลใจของคุณคืออะไร แรงขับเคลื่อนคืออะไร ในขณะเดียวกันอาจสำรวจตรวจสอบจากบุคคลรอบข้างว่าคนอื่นพูดถึงคุณอย่างไร นอกจากนี้จะต้องสำรวจถึงจุดแข็งที่เหนือกว่าคนอื่น โดยไม่ต้องอายที่จะบอกกับทุกคน เพื่อเป็นการบอกว่าเราเก่งในเรื่องใด หรือสิ่งที่ทำให้คนอื่น ๆ หุุดสนใจ และแสดงความประหลาดใจในทางที่ดีกับตัวคุณ จากนั้นจะเริ่มสร้างแผนในการพัฒนาขึ้นมา โดยมีการกำหนดเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว
2. การสร้างผลงานที่มีบุคลิกของตนเอง เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะต้องสร้างหรือกำหนดในสิ่งที่เกี่ยวข้องซึ่งได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย, แก่นแท้หลักของตนเอง, เหตุผล และคุณลักษณะหรือบุคลิกภาพของแบรนด์บุคคล
3. การสร้างการยอมรับ เป็นขั้นตอนในการสื่อสารให้บุคคลอื่นได้ เห็นสิ่งที่เรากำหนดไว้ เป็นการสื่อสารเพื่อให้คนยอมรับ
4. การรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล เมื่อแบรนด์บุคคลมีความชัดเจนและแข็งแกร่งขึ้นในทุกวันการทำงานใหม่ๆ รวมถึงรางวัลที่ได้รับ การแสดงความเห็นต่างๆ การปรากฏตัวในงานสำคัญต่างๆ การนำเสนอความเป็นตัวของตัวตน ทุกๆ อย่างที่สร้างขึ้นจะต้องรักษาและคงสภาพความเป็นตัวตนไว้ หรือเรียกว่าทำตัวเองให้อยู่ในร่องในรอย คงเส้นคงวา (consistency) อย่าให้เกิดรอยสะดุด (seamless)

แผนผังสรุปผลการวิจัย ตอนที่ 2

การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ



ภาพที่ 20 แผนผังสรุปผลการวิจัย ตอนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

1. การค้นหาตัวตน

ลักษณะพิเศษที่โดดเด่น ความเชื่อแรงบันดาลใจ หลักคิดหลักปฏิบัติ

จากการวิจัยพบว่า การค้นหาตัวตนหรือลักษณะเฉพาะตัวของนักกราฟิกมืออาชีพ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างตัวตนหรือการสร้างแบรนด์บุคคลอยู่ 3 ประการ ได้แก่ ลักษณะพิเศษที่โดดเด่น และจุดแข็ง ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน รายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

1.1 ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง

ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็งของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ มีความชอบและมีใจรักด้านการออกแบบอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการวาดการ์ตูนเล่น หรือมีพื้นฐานด้านงานศิลปะ จำนวน 6 คน อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างหลายคนยังมีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน โดยเป็นการเรียนระดับมหาวิทยาลัย จำนวน 5 คน หรือพัฒนาตนเองจากการขายภาพออนไลน์มาเป็นขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์จึงมีพื้นฐานทั้งด้านการถ่ายภาพและกฎข้อห้ามต่างๆ ของไมโครสต็อก 1 คน จำแนกได้ดังนี้

1.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน มีความชอบและมีใจรักในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 2 คน มีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน จำนวน 1 คน และมีทั้งความชอบ ใจรักด้านการออกแบบพร้อมกับมีพื้นฐานด้านการออกแบบ จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ชอบหรือมีใจรักในการออกแบบ

“... ไม่ได้มีพื้นฐานด้านการออกแบบหรือทำงานด้านการออกแบบมาก่อนเลย แต่อาศัยใจรัก ชอบวาดการ์ตูนตามหนังสือการ์ตูนมาตั้งแต่เด็ก วาดดรา๊กอนบอล สแลมดิง การ์ตูนแนวเด็กผู้ชายทั่วไป ก็พอวาดการ์ตูนได้ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“.. ตอนแรกทำงานด้านคอมพิวเตอร์ในบริษัทอยู่ครับ ไม่ได้ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบหรือถ่ายภาพเลย แต่พื้นฐานเป็นคนชอบงานออกแบบอยู่แล้วแต่ไม่มีโอกาสได้ทำ พอเริ่มขายภาพออนไลน์ก็เลยลองทำหลายๆ แนว ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) มีพื้นฐานด้านการออกแบบ

“... จบด้านการออกแบบค่ะ แต่ก็ไม่ได้เรียนพวกฮิสทอรีเลยนะ ตอนนั้นยังเป็นการออกแบบแบบเก่าอยู่ค่ะ พี่ก็จบมานานละเนอะ พอวันหนึ่งเพื่อนชวนมาทำงานด้านนี้ พี่ก็ลองหาดูว่าพี่ชอบอะไร ก็เลยลองมาออกแบบเทมเพลตนี้ละค่ะ พอทำแล้วขายได้ขายดีด้วย เลยทำต่อ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

3) ชอบหรือมีใจรักในการออกแบบและ พื้นฐานด้านการออกแบบ

“...ชอบงานด้านศิลปะอยู่แล้ว ชอบวาดตัวการ์ตูนวาดอะไรเล่นมาตั้งแต่เด็ก ตอนเรียน ป.ตรี ก็ไม่ได้ชอบในสิ่งที่เรียนเท่าไร ตอนปีสุดท้ายของการเรียน ป.ตรี ได้ไปลงเรียนวิชาเลือกเกี่ยวกับศิลปะและการออกแบบอยู่สองตัว คิดว่าใช่แนวของตัวเอง เลยตั้งใจจะทำงานด้านการออกแบบหลังเรียนจบ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ

1.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากมีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน จำนวน 4 คน รองลงมาคือ มีความชอบและใจรักในการออกแบบ จำนวน 3 คน และอีก 1 คน พัฒนาตนเองจากการขายภาพออนไลน์มาเป็นขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์และมีความคุ้นเคยกับงานเวกเตอร์ รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) มีพื้นฐานด้านการออกแบบ

“... เรียนจบและทำงานด้านการออกแบบครับ ที่จริงผมก็ออกแบบและทำได้ทุกแนวนะ งานหลักของผมมีบางส่วนที่ได้ทำพวกเทมเพลตบ้าง เลยเอางานหลักผสมผสานกับงานสต็อก คือบางครั้งก็เอางานจากที่ทำงานมาคิดต่อยอดขายครับ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ทำงานด้านกราฟิกอยู่ก่อนแล้วครับเป็น freelance ฉะนั้นผมจะ
ออกแบบได้ทุกแนวเลยครับ รู้หลักการออกแบบการส่งภาพเข้าโรงพิมพ์ ก็ไม่ได้
ชอบแนวใดเป็นพิเศษนะ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ก่อนหน้านี้ผมก็รับงานถ่ายภาพฟรีเวดดิ้ง งานรับปริญญาทั่วไป
นะ พอมาถึงจุดๆ หนึ่งมันเริ่มอึดตัว อยากหันไปทำงานอื่นบ้างเห็นมีการขาย
ภาพออนไลน์ผมก็เลยลองขาย ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...วาดภาพเวกเตอร์ได้ทุกแนวครับ จบด้านการออกแบบมา ก็พยายาม
หาแนวของตัวเองครับจนมาเจอแนวอินโฟ คิดว่ามันทำแล้วน่าจะขายได้ดีกว่า
แนวอื่นลองทำส่งขายดู ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ชอบหรือมีใจรักในการออกแบบ

“...ผมชอบวาดภาพครับ ชอบวาดตัวการ์ตูนในเกม พวกแรกรนาร็อก
เกมต่อสู้ ตอนเรียนมัธยมก็ไม่ได้ตั้งใจเรียนเท่าไร คือนวาดแต่การ์ตูนกับเล่นแต่
เกมส์ แทบจะเป็นเด็กหลังห้องเลยครับ พอมาส่งภาพสต็อกก็เลยวาดแนว
การ์ตูนขายเลย...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ชอบวาดภาพมาตั้งแต่เด็กแล้วค่ะ ตอนอยู่โรงเรียนก็วาดรูปแข่ง วาดรูปประกวดอยู่เรื่อยๆ พอมีโอกาสส่งสต็อกนี้ก็เลยเลือกที่จะวาดการ์ตูนค่ะ รู้สึกว่าวาดแล้วมีความสุข อยากวาดต่อเรื่อยๆ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมเป็นสถาปนิกครับชอบด้านการออกแบบ การวาดภาพอยู่ ก่อนแล้ว ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) ถ่ายรูปเป็น มีความคุ้นเคยกับงานเวกเตอร์

“... ผมเริ่มต้นจากการถ่ายภาพครับ แต่หลังๆ มาไม่ค่อยมีเวลา ออกไปถ่ายภาพ ภาพถ่ายเลยน้อยลง และด้วยทำงานหลักเป็นโปรแกรมเมอร์ อยู่หน้าคอมอยู่แล้ว และมีความคุ้นกับกราฟิกอยู่บ้าง ก็เลยเริ่มหัดวาดเวกเตอร์ ครับ ตอนแรกก็ทำไม่เป็นเลย ศึกษาดูจาก youtube ก่อนครับ แล้วก็ถาม designer ที่บริษัทบ้างครับ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 3 ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง

กลุ่มตัวอย่าง	ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ชอบงานศิลปะ มีพื้นฐานการออกแบบเล็กน้อย
Max2	มีใจรัก ตอนเด็กชอบวาดการ์ตูนเล่นตามหนังสือการ์ตูน
Max3	ชอบงานออกแบบอยู่แล้ว
Max4	จบ ป.ตรี ด้านการออกแบบ

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ชอบวาดรูป ชอบวาดตัวการ์ตูนในเกมส์
Medium2	ถ่ายรูปเป็น มีความคุ้นชินกับงาน vector
Medium3	ชอบวาดรูป วาดรูปแข่งตอนมัธยม
Medium4	มีพื้นฐานด้านการออกแบบ ทำงานประจำด้านกราฟิกดีไซน์เนอร์
Medium5	มีพื้นฐานการออกแบบ รับงานฟรีแลนซ์เกี่ยวกับการออกแบบ
Medium6	มีพื้นฐานการถ่ายรูป (ช่างภาพ Pre-Wedding) ต่อยอดเป็นงานออกแบบเวกเตอร์อินโฟกราฟิก
Medium7	ชอบการออกแบบ
Medium8	มีพื้นฐานการออกแบบ

1.2 ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต

ความต้องการและเป้าหมายในชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ ส่วนใหญ่จำนวน 6 คน ต้องการประกอบอาชีพอิสระ โดยแต่ละคนมีจุดประสงค์ในการประกอบอาชีพอิสระแตกต่างกันไป รองลงมาคือ การมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตัวเอง กราฟิกเองจำนวน 4 คน และอันดับสุดท้ายคือการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 2 คน จำแนกได้ดังนี้

1.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีความต้องการและเป้าหมายในชีวิตคือ ต้องการประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 2 คน ต้องการมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานในชีวิต จำนวน 1 คน และต้องการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ต้องการประกอบอิสระ

“...ที่ทำงานด้านนี้เพราะอยากประกอบอาชีพอิสระไม่อย่างทำงานบริษัทบวกกับไม่อย่างทำธุรกิจต่อจากของที่บ้านด้วย ก็เลยขอพ่อกับแม่ว่าจะลองทำงานด้านนี้ ใช้เวลาเหมือนกันกว่าพ่อกับแม่ยอมรับได้ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ก่อนหน้านี้ทำงานประจำครับ แต่พอมีลูกก็เลยคิดอยากหาอาชีพที่สามารถทำอยู่ที่บ้านและสามารถดูแลลูกไปพร้อมๆ กัน ก็ได้การขายภาพออนไลน์นี้แหละตรงกับความต้องการของผม ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) รายได้หลัก การมีรายได้เสริม ปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิต

“... ตอนแรกเป้าหมายในการทำสต็อก คือ เงิน เป็นตัวหลักเลย ตรงนั้นคือเรามี พ่อแม่ ครอบครัวที่ต้องดูแล แต่พอทำมาได้ถึงจุดๆหนึ่ง พอทำถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้เป้าหมายในการทำสต็อกก็เปลี่ยนไปเป็นการเผยแพร่ความรู้ด้านนี้ สิ่งที่เราทำสำเร็จให้คนอื่นฯ บ้าง ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) การหาแนวทาง/ มุมมองการออกแบบใหม่ๆ

“... พี่ชอบเรียนรู้อะไรใหม่ๆ ค่ะ ที่มาทำตรงนี้ก็อยากหาแนวทางการออกแบบใหม่ๆ ด้วย ดูว่าโลกเป็นยังไง เราเป็นยังไง...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

1.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากมีความต้องการและเป้าหมายในชีวิต คือต้องการประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 4 คน รองลงมาคือ การมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตัวนักกราฟิกเอง จำนวน 3 คน และสุดท้ายคือการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ต้องการประกอบอิสระ

“... อยากทำงานที่บ้าน อยากทำงานของตัวเอง อยากประกอบอาชีพอิสระ ตื่นมาแล้วรู้สึกอยากทำงาน ตอนนี้เป็นพนักงานออฟฟิศอยู่ บางครั้งมันก็เครียดกดดันเรื่องเวลา...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เคยทำงานออฟฟิศ ทำงานหนักมากเงินเดือนขึ้นน้อย
อาทิตย์หนึ่งหยุดหนึ่งวัน เลยอยากประกอบอาชีพอิสระ เป็นเจ้านายตัวเอง...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...ทำงานอะไรก็ได้ที่เป็นอาชีพอิสระ อยากทำงานอยู่ที่บ้าน
ก่อนหน้านี้ก็เคยทำงานบริษัทเหมือนกัน แต่ก็ออกมารับงานสถาปนิก และทำงาน
สต็อกไปด้วย แต่หลังๆ มานี้ทำสต็อกเป็นหลักเลยครับ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) รายได้หลัก/ การมีรายได้เสริม/ ปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินชีวิต

“... ตอนนี้ทำงานประจำอยู่ ตอนเริ่มขายภาพคืออยากมีรายได้เสริม
เพิ่มจากรายได้หลักครับ ช่วยรายจ่ายต่อเดือนค่าต่างๆ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

3) การหาแนวทาง/ มุมมองการออกแบบใหม่ๆ

“... อยากหามุมมองการออกแบบใหม่ๆ ซึ่งการที่ผมได้เข้าไปมีส่วน
ในการขายเวกเตอร์ ทำให้ได้เห็นมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จากนั้นก็ออกแบบ
ทั่วโลกที่ขายในสต็อก มันจะทำให้ผมได้พัฒนาผลงานการออกแบบของผมไป
เรื่อยๆ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 4 ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต

กลุ่มตัวอย่าง	ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	อยากประกอบอาชีพอิสระไม่อย่างทำงานบริษัท
Max2	เงิน อยากมีรายได้ อยากดูแลครอบครัว
Max3	หาแนวทางการออกแบบใหม่ๆ
Max4	หาอาชีพที่สามารถทำอยู่ที่บ้านได้
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	อยากประกอบอาชีพอิสระไม่อย่างเป็นลูกน้องใคร
Medium2	อยากทำงานที่บ้าน ประกอบอาชีพอิสระ
Medium3	อยากประกอบอาชีพอิสระเป็นเจ้านายตัวเอง
Medium4	อยากมีรายได้เสริม
Medium5	ตั้งเป้าการมีบ้าน มีรถ ฯลฯ
Medium6	ตั้งเป้าขายภาพให้ได้เดือนละ 30,000 บาท
Medium7	อยากประกอบอาชีพอิสระ
Medium8	การหามุมมองการออกแบบใหม่ๆ

1.3 แรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน

แรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ ครอบครัว จำนวน 5 คน ซึ่งนักกราฟิกที่มีครอบครัวแล้วหรือที่กำลังวางแผนจะมีครอบครัวต่างต้องการมีเวลาอยู่กับครอบครัว รองลงมา คือ รายได้ จำนวน 4 คน นักกราฟิกที่ยังไม่มีครอบครัวหรือที่ต้องการรายได้เสริมจึงมีเงินเป็นแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ และสุดท้าย นักกราฟิก 3 คนได้ให้เหตุผลว่าแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนของตนเองก็คือ เป้าหมายในชีวิตของตนเองนั่นเอง จำแนกได้ดังนี้

1.3.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ส่วนมากมีแรงบันดาลใจและแรงขับเคลื่อน คือ ครอบครัว จำนวน 3 คน และอีก 1 คน คือ การมีรายได้และการหาความรู้ใหม่ๆ ในการออกแบบ รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ครอบครัว

“...แรงขับของผมนิ ครอบครัวเลยครับ อยากดูแลครอบครัว
อยากให้แฟนผมออกจากงานมาอยู่บ้านมาดูแลลูก ไม่อยากให้เป็นลูกน้องใครก็
เลยพยายามทำอันนี้...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... แรงขับที่สำคัญของผมนิก็ต้องครอบครัวเลยครับ การหาเงิน
ก็เพื่อดูแลครอบครัวอยากให้เค้าสบาย ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ครอบครัวครับ การได้ดูแลลูกไปพร้อมกับการทำงานถือเป็น
แรงบันดาลใจหลักของผมเลยครับ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) รายได้/การหาความรู้ใหม่ๆ ในการออกแบบ

“... เงินก็เป็นส่วนหนึ่งนะ เป็นแรงขับอย่างหนึ่งที่ทำให้เราทำงาน
ด้านนี้ ได้หาความรู้ใหม่ๆ ด้วย ได้เงินด้วยมันก็โอเคระดับหนึ่ง ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

1.3.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากมีแรงบันดาลใจหรือ
แรงขับเคลื่อนจากความต้องการมีรายได้ จำนวน 3 การตั้งเป้าหมายในชีวิต ต้องการมีบ้าน มีรถ
ท่องเที่ยว ฯลฯ จำนวน 3 คน และครอบครัว จำนวน 2 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์
ต่อไปนี้

1) รายได้

“...อีกอย่างงานที่ทำตอนนี้ก็สร้างรายได้ให้ผมพอสมควรนะ
มันเหมือนเป็นแรงขับก็ว่าได้ เห็นคนอื่นทำแล้วได้เงินก็อยากทำ ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... แน่นนอนอยู่แล้วว่าเงินคือแรงขับแรงหนึ่งเลยครับ ตอนนี้ยังไม่มี
ครอบครัว ก็หาเงินไว้ก่อน ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...ยอมรับครับว่าส่วนหนึ่งมาจากเงิน เห็นเพื่อน เห็นคนรอบๆ
ตัวทำแล้วรายได้สูง มันก็เป็นแรงบันดาลใจอย่างหนึ่งนะครับ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ครอบครัว

“... วางแผนไว้ว่าอีก 5 ปีจะออกจากงานครับ จะได้ดูแลและอยู่กับ
ครอบครัวด้วย ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...มีครอบครัวเป็นแรงผลักดันนะ อนาคตถ้ามีลูกอยากดูแลลูกเอง
ถ้าทำงานออฟฟิศหรืองานประจำคงมีเวลาให้ลูกน้อย ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

3) เป้าหมายในชีวิต

“... คิดว่าถ้ารายได้ถึงจุดที่ต้องการแล้วจะลาออกจากงานประจำ
ครับ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“...แรงบันดาลใจก็มาจากเป้าที่ตั้งไว้นั้นละครับ พยายามตั้งเป้าว่า
ปีไหนต้องมีอะไรแล้วก็พยายามทำให้ได้ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“...ของผมนี่จะเป็นสิ่งที่ตัวเองตั้งเป้าหมายเอาไว้ครับ ไม่ว่าจะเป็น
ระยะสั้นระยะยาว ก็จะต้องเป้าไว้แล้วเอามาเป็นรูปหน้าจอบ้าง print ติด
ข้างโต๊ะทำงานบ้าง ดูบ่อยๆ จะได้เป็นแรงบันดาลใจครับ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 5 แรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน

กลุ่มตัวอย่าง	แรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ครอบครัวเป็นแรงขับเคลื่อน อยากดูแลครอบครัว
Max2	ครอบครัว
Max3	รายได้/หาความรู้ด้านการออกแบบใหม่ๆ
Max4	ครอบครัว ได้ดูแลลูก
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	เงินเป็นแรงขับเคลื่อน
Medium2	ครอบครัว
Medium3	อนาคตอยากดูแลลูก

ตารางที่ 5 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	แรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน
Medium4	ถ้ารายได้ถึงจุดที่ต้องการจะลาออกจากงานประจำ
Medium5	ทำตามที่ตั้งเป้าไว้
Medium6	เงิน
Medium7	สิ่งที่ตัวเองตั้งเป้าหมายเอาไว้
Medium8	เงิน

2. การสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง

ความโดดเด่น ความแตกต่าง แก่นแท้ ความรู้ ทักษะ จุดยืน ประสบการณ์

จากการวิจัยพบว่า การสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองหรืออัตลักษณ์เฉพาะบุคคล มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลงานที่มีบุคลิกของตนเองอยู่ 3 ประการ ได้แก่ 1) แนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) 2) ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ และ 3) ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง รายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

2.1 แนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน)

แนวภาพที่ชอบหรือความเป็นตัวตนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน คือ การ์ตูนมากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ทิวทัศน์ จำนวน 2 คน ชอบหลายแนวและงานออกแบบทั่วไป จำนวน 2 คน และ ไม่ได้ชอบแนวใดเป็นพิเศษ จำนวน 2 คน ซึ่งจากแนวภาพที่ชื่นชอบนี้ทำให้กลุ่มตัวอย่างบางคนได้นำไปใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง แต่บางคนก็ไม่ได้สร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะจากแนวภาพที่ชื่นชอบแต่สร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะตนด้วยการวิเคราะห์จำนวนการดาวน์โหลดภาพในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองว่าลูกค้าต้องการภาพเวกเตอร์ประเภทใด ภาพใดทำแล้วตนเองถนัดจึงสร้างอัตลักษณ์จากความต้องการของลูกค้าและความถนัดของตนเองเป็นหลัก ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

2.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีแนวภาพที่ชอบคือ การ์ตูนจำนวน 2 คน ทั้งสองคนสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองด้วยการออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภท การ์ตูน อีก 1 คนสร้างตัวการ์ตูนที่มีลักษณะเฉพาะและต่อยอดเป็นภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภท อินโฟกราฟิก ไม่ได้ชอบภาพประเภทใดเป็นพิเศษ จำนวน 2 คน แต่ภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจและอินโฟกราฟิกได้มียอดดาวน์โหลดสูงจึงออกแบบภาพประเภทนี้เป็นหลัก รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) การ์ตูน

“...ชอบการ์ตูน ชอบวาด ก็วาดเล่นมาเรื่อยๆ พอทำสต็อกก็ค้นหาตัวเองอยู่นานเหมือนกัน สุดท้ายก็คิดว่า เอาละเอาที่ตัวเองถนัดดีกว่าก็เลยลองวาดการ์ตูนแนวธุรกิจขายดูส่งไปก็มียอดโหลดเข้ามาเรื่อยๆ ก็เลยส่งแต่แนวนี้เลย...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... การ์ตูนครับ คือชอบวาดการ์ตูนตามหนังสือการ์ตูนมาตั้งแต่เด็ก ที่จริงการขายภาพอินโฟม้นก็คือการขายภาพการ์ตูน ภาพออฟเจค ต่างๆ นั้นแหละ เพียงแต่ลงลึกที่ข้อมูลที่เราใส่เข้าไป และภาพประกอบต้องเข้าหรือสื่อความหมายเดียวกับเนื้อหา ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ไม่ได้ชอบแนวใดเป็นพิเศษ

“... ชอบงานออกแบบทั่วไปนั่นแหละค่ะ แต่งานเทมเพลตเป็นงานที่ขายได้ของพี่...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ตอนแรกก็ไม่ได้ชอบแนวใดเป็นพิเศษนะ แต่อินโฟแนวธุรกิจของผมขายได้เยอะสุด ก็เลยทำแนวนี้นามาตลอดครับ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากมีแนวภาพที่ชอบ คือ การ์ตูน จำนวน 3 คน ซึ่งมีการต่อยอดผลงานการออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูนและอินโฟกราฟิก ชอบภาพประเภททิวทัศน์ จำนวน 3 คน และไม่ได้ชอบประเภทใดเป็นพิเศษ จำนวน

2 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ชอบภาพทิวทัศน์และไม่ได้ชอบภาพประเภทใดเป็นพิเศษมีการวิเคราะห์ภาพที่ลูกค้าดาวน์โหลดสูงจากแพลตฟอร์มผลงานของตนเองแล้วจึงนำไปเป็นแนวทางในการค้นหาและสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองให้โดดเด่น รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) การ์ตูน

“... อย่างที่บอกครับชอบแนวการ์ตูน...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมชอบวาดการ์ตูนนะ ตัวการ์ตูนในภาพอินโฟผมนี้สังเกตดีๆ นี่ ตัวผมเลยนะ ขาวๆ แขนยาวๆ หน้าเหลี่ยมๆ หน้อย ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ชอบวาดการ์ตูนครับ แต่ถ้าจะขายแต่การ์ตูนคาแรกเตอร์อย่างเดียวคิดว่าอาจจะขายยากเพราะมีคนทำอยู่ก่อนแล้ว ช่วงนั้นภาพแนวอินโฟกราฟิกกำลังมาแรงเลยลองทำ มันขายได้และขายดีด้วย เลยทำต่อจนถึงตอนนี้ ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ทิวทัศน์

“... ที่จริงชอบถ่ายภาพมากกว่าอะ แนว landscape พอมาวาดเวกเตอร์ก็ลองศึกษาตลาดขายเวกเตอร์ดู ภาพวิวทิวทัศน์ที่เราชอบมันไม่เหมาะกับการนำไปใช้งานของลูกค้าเท่าไร เลยลองหาสิ่งที่ชอบ รองลงมาก็การ์ตูนอะ หาตัวการ์ตูนที่เป็นของตัวเองแล้วก็ใส่ไอเดียเข้าไป...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ตอนแรกถ่ายภาพขายออนไลน์ก่อน ลองส่งภาพขายก็ขายดีนะ แต่หลังๆ คิดว่าพวกภาพวิว ทิวทัศน์ ยังไงบ้านเราก็น่าจะเมืองนอกไม่ได้ เลยลองหันมาออกแบบภาพเวกเตอร์ขาย ก็มาได้ภาพแนวเทมเพลตนิละ ที่ผมคิดว่าผมทำแล้วชอบ ถนัดสำหรับผม ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เริ่มต้นผมเริ่มทำ background ง่ายๆ ไปก่อน เพราะไม่มีพื้นฐานทางด้านนี้เลย แต่ว่าไม่ค่อยได้ขายดีเท่าไร อาจจะเป็นเพราะว่าคนทำเยอะ และภาพแนวนี้ง่ายๆ มีในระบบเยอะ พอผมมีความคุ้นเคยกับการทำภาพเวกเตอร์มากขึ้น ก็เลยเปลี่ยนมาทำการ์ตูนครับ โดยเฉพาะแนวธุรกิจ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดมากครับ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

3) ไม่ได้ชอบแนวใดเป็นพิเศษ

“... งานแนวเทมเพลตเป็นงานส่วนหนึ่งของงานที่ได้รับมอบหมายจากที่ทำงานครับ ถ้าถามถึงแนวที่ชอบก็ไม่ได้ชอบแนวใดเป็นพิเศษนะ แต่ด้วยความที่ผมไม่มีเวลามากก็ต่อยอดงานสตั๊กจากงานประจำ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“...ตอนส่งภาพขายตอนแรกผมก็ลองส่งทุกแนวเลย แต่ที่ขายดีของผมคือเทมเพลต ผมก็เลยออกแบบแนวนี้นั่งขายต่อ แนวอื่นก็ทำแต่น้อยลง คือให้แนวเทมเพลตเป็นหลักเลย...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

ตารางที่ 6 แนวภาพที่ชอบ

กลุ่มตัวอย่าง	แนวภาพที่ชอบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ชอบวาดการ์ตูน/ ออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูน
Max2	การ์ตูน/ ออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทอินโฟกราฟิก
Max3	งานออกแบบทั่วไป/ วิเคราะห์ยอดขายสินค้าในตลาดสูงในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองและออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทเทมเพลตธุรกิจ
Max4	ไม่ได้ชอบแนวไหนเป็นพิเศษ/ วิเคราะห์ยอดขายสินค้าในตลาดสูงในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองและออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทอินโฟกราฟิก
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ชอบแนวการ์ตูน/ ออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูน
Medium2	ชอบหลายแนว background object การ์ตูน/วิเคราะห์ยอดขายสินค้าในตลาดสูงในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองและออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูน
Medium3	ชอบวาดภาพแนวธรรมชาติ ทิวทัศน์/ วิเคราะห์ยอดขายสินค้าในตลาดสูงในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองและออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูน
Medium4	ไม่ได้ชอบแนวไหนเป็นพิเศษ/ วิเคราะห์ยอดขายสินค้าในตลาดสูงในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองและออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทเทมเพลตธุรกิจ
Medium5	การ์ตูน/ ออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทเทมเพลตธุรกิจ
Medium6	ทิวทัศน์ / วิเคราะห์ยอดขายสินค้าในตลาดสูงในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองและออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทเทมเพลตธุรกิจ
Medium7	การ์ตูน/ ออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทอินโฟกราฟิก
Medium8	การ์ตูน/ ออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทอินโฟกราฟิก

2.2 ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอ

ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ หาจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต จำนวน 11 คน ซึ่งนักกราฟิกส่วนใหญ่จะหาตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จาก เว็บไซต์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น pinterest, behance, shutterstock, dribbble, ไมโครสต็อก หรือ ใน google และยังมีนักกราฟิก

บางคนที่หาตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ โดยการอ่านในหนังสือ จำแนกได้ดังนี้

2.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอที่แตกต่างกัน คือ หาจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 คน หาตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์จากการอ่านหนังสือและในอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) หาจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต

“... ส่วนใหญ่ผมไปเสพงานใน dribbble, behance ซึ่งเป็นเหมือน portfolio ของศิลปินต่างๆ ที่ทำงานให้กับแบรนด์ใหญ่ๆ ระดับโลก เวลาเขาได้งานมา เขาก็เอามาโพสต์โชว์ มันก็เหมือนเป็นตัว prototype เป็นตัว demo พอผมเห็นปุ๊บก็ได้แรงบันดาลใจ เอาไปปรับใช้กับงานของตัวเอง แล้วก็ทำงานส่งเข้าพอร์ตไปเรียบร้อยในระหว่างนั้นเอง ศิลปินต้นแบบเขาก็ทำงานตาม process ของเขาไป จนออกมาเป็น product พอบริษัทเขาออกมาจำหน่ายซั๊ก พัก คนก็เริ่มฮิต พอฮิตมากๆ เข้าจนเกิดเป็น trend ขึ้นมา วันนึงเขาเปิดมาเจอรูปในพอร์ตผม ก็โ๊ะ...งานนี้อินเทรนจังเลย แล้วก็มากดโหลดรัวๆ เลยครับ ผมนี้อินเทรนรอมมาเป็นปีเลย ซึ่งดูเหมือนว่าเราล้า แต่จริงๆ แล้วเราแค่ไปหาปลาแค่ต้นแม่น้ำเท่านั้นเองครับ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... หาจากเว็บที่ขายสต็อกหลายๆ เว็บ ทั้งชัตเตอร์ 123 ไอเอส แล้วเอามาผสมผสานกัน ที่สำคัญต้องฝึกทำบ่อย ๆ มันจะคิดได้อย่างรวดเร็ว ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ดูและหาข้อมูลเยอะมาก ยิ่งตอนนี้คู่แข่งเยอะ ใครๆ ก็ขายงานของเราจะต้องโดดกว่าคนอื่น ข้อมูลก็ต้องถูกต้องตรงกับความจริง ส่วนมากก็ดูจากเว็บ shutterstock เป็นหลัก หาจากกูเกิลบ้าง ใช้เวลาเยอะพอสมควรในการหาข้อมูล ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) อ่านหนังสือและหาจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต

“... การหาแนวคิดประมาณ 80% จากการอ่านนิตยสารธุรกิจต่างๆ portfolio ของคนต่างชาติที่เป็นรูปถ่ายเกี่ยวกับธุรกิจ shutterstock (อ่านและดูไปเรื่อยๆ) โดยใช้เวลาทั้งวันในการสะสมแนวคิดต่างๆ ในแต่ละวันนั้นก็เริ่มออกแบบภาพเวกเตอร์ประมาณ 1 ทูม...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

2.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ทั้งหมดมีตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองการออกแบบใหม่ๆ จากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“... ดูจาก pinterest กับภาพที่ติดป๊อปของเว็บ shutterstock ดูไปเรื่อยๆ อย่างของ pinterest อันไหนสนใจก็พิน (ปักหมุดภาพที่สนใจ) ไว้ ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมจะเริ่มหาไอเดียจากการค้นหาภาพใน google เป็นหลักครับ และจดไอเดียไว้ แล้วเอามาวาดตามแนวของเรา มีส่วนน้อยที่จะไปดูจากภาพ popular ในเว็บขายภาพครับ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ใช้ keyword ของภาพไปหาไอเดียในเว็บ shutterstock ส่วนมากจะหาจากภาพถ่าย ถ้าหาจากภาพเวกเตอร์ก็กลัวงานจะไปคล้ายกับคนอื่นมากเกินไป ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... หาใน pinterest คู่มือกับ behance ใน shutterstock ก็หาคำหาๆ กันไปแล้วเอามาปรับเป็นของตัวเอง ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ดู trend การออกแบบของนักออกแบบจาก behance ส่วนพวกความชอบของลูกค้ากับคนทั่วไปดูจาก pinterest กับชัตเตอร์ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... Pinterest เป็นส่วนใหญ่ดูทั้งวันก็มี ส่วนของ shutter นึกดู popular vote ของเค้า ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ

“... ผมหาไอเดียใน shutterstock เป็นหลักครับ แต่ต้องดูข้อมูลของเค้าก่อนว่าถูกต้องตรงกับความจริงมั้ย อันไหนขาด อันไหนเกิน ขาดก็เติมไปเกินก็ตัดออก ส่วนเรื่องสีสีนองค์ประกอบนี่เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ส่วนใหญ่ผมจะเน้นข้อมูลเป็นหลัก ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ดู trend ปัจจุบันจาก pinterest ส่วน trend อนาคตจาก behance แต่บางที behance ก็จะมีแนวศิลป์มาก อาจจะขายไม่ได้กับต้องมีการเอามาปรับบ้าง แต่ทุกอย่างก็ต้องไม่หลุดไปจากแนวของผม ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 7 ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอ

กลุ่มตัวอย่าง	ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	อ่านจากนิตยสารธุรกิจ/ ดูรูปในแฟ้มสะสมผลงานใน shutterstock
Max2	dribbble, behance
Max3	หาจากเว็บ microstock หลายๆ เว็บ
Max4	shutterstock, อ่านหนังสือ, หาใน google
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ดูจาก pinterest, shutterstock
Medium2	หาใน google
Medium3	หาไอดีใน shutterstock
Medium4	pinterest, behance, shutterstock
Medium5	ดูเทรนการออกแบบของนักออกแบบจาก behance ดูความชอบของคนทั่วไปจาก pinterest
Medium6	pinterest shutterstock นิดหน่อย
Medium7	shutterstock
Medium8	pinterest, behance

2.3 ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง

สำหรับผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ การเป็นต้นคิด มีความแปลกหรือแตกต่าง มีความงามและความง่าย การนำไปใช้ประโยชน์ ความซับซ้อน ความสง่างาม การติดตามทิศทางการออกแบบ และความต้องการของลูกค้า ซึ่งผลงานของกลุ่มตัวอย่างบางคนอาจมีคุณสมบัติเดียว หรือสองถึงสามคุณสมบัติดังที่กล่าวมาข้างต้น สามารถจำแนกได้ดังนี้

2.3.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีการออกแบบภาพเวกเตอร์ที่ลักษณะเฉพาะตัวเองที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีเหมือนกันคือการติดตามทิศทางการออกแบบ ซึ่งรายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) การเป็นต้นคิด

“...งานจะเน้นการขายไอเดียเป็นหลัก จะพยายามคิดอันที่เค้ายังไม่ได้คิด ยังไม่ค่อยมีในระบบ ถ้าสังเกตุดูดีๆ ตัวการทุนไม่ได้สวยมากนัก ที่จริงก็อยากจะทำให้สวยกว่านี้แต่ทำไม่เป็น แล้วตัวการทุนตัวนี้ก็ติดตลาดแล้ว คนจำได้ เลยเน้นขายไอเดีย ขายความคิดที่แปลกใหม่ออกไป ก็มีเฟลบ้างนะที่งานออกมาสองสามวันแล้วคนอื่นก็มาก๊อป โห!!! กว่าจะหาไอเดียได้บางรูปนี่นั่งหาทั้งวัน แต่มีพี่คนหนึ่งพูดให้แง่คิดมา เค้าก็อปงานเราก็จริงแต่ถ้าเราเป็นตัวจริงภาพที่คนอื่นก๊อปตามเรามาจะส่งผลให้พอร์ตของเรายิ่งโตขึ้น trend ก็สำคัญนะก็ตามอยู่วันไหน trend เปลี่ยนก็ต้องเปลี่ยนตามเค้า แต่ตัวการทุนก็ตัวเดิมแหละ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ



ภาพที่ 21 Businessman Get Idea From Candy Machine.
Business Concept Illustration.

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

2) การนำไปใช้ประโยชน์ ความซับซ้อน และการติดตามทิศทางการออกแบบ

“... ผมเน้นวิเคราะห์งานคนอื่นคนที่ติดอันดับแรกๆ ว่าเขามีอะไรบ้าง ส่วนใหญ่จะจัดเต็มทั้งคุณภาพ ปริมาณ เส้น สี composition trend branding ฯลฯ พอรู้ว่าคุณคนติดหน้าแรกเขามีคุณสมบัติยังไง ก็ต้องทำให้ได้แบบเขา มีให้ได้เท่าเขาก่อนครับ เขายังมีจุดอ่อนตรงไหน เราก็แก้ไขจุดนั้นซะ เช่นบางคนข้อมูลผิด คอมโพสไม่ได้ เนื้อหาไม่ครบ หรือหมวดอินโฟเขาทำกันแต่ element พื้นฐาน ไม่มีเอกลักษณ์ เราทำงานออกมาให้มี detail มีเอกลักษณ์กว่าเขา เพื่อแก้ไขจุดอ่อนนั้นครับ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก



ภาพที่ 22 Lawyer Consultation Infographics

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

3) มีความงามและการติดตามทิศทางการออกแบบ

“... เน้นสีสันของภาพค่ะ ให้สีสันสดใสโดนใจลูกค้า พี่ว่าสีถือเป็นองค์ประกอบหลักของการออกแบบเลยนะ สีสันมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึก รวมไปถึงการสื่อความหมายของงานออกแบบได้ชัด อีก ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ



ภาพที่ 23 Corporate Identity Template

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

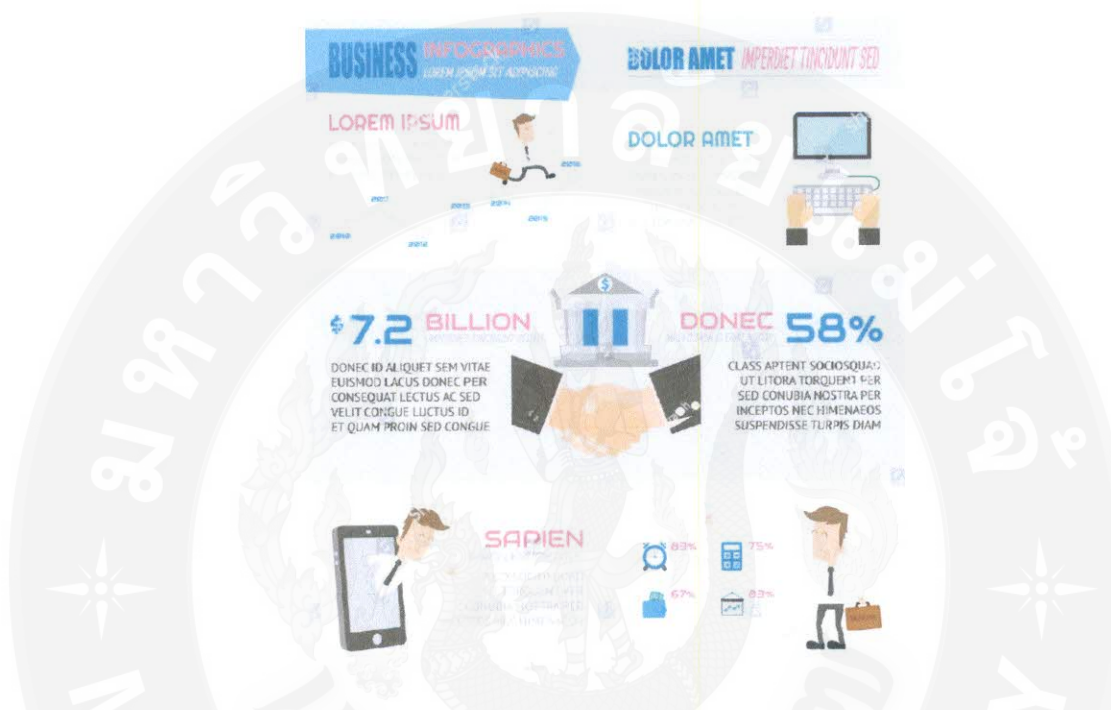
4) มีความง่าย การนำไปใช้ประโยชน์ การติดตามทิศทางการออกแบบและความต้องการของลูกค้า

“...เน้นให้เข้าใจง่าย ลูกค้าดูงานของเราแล้วต้องรู้ได้ทันทีว่าภาพนี้หมายถึงอะไรจะเอาไปใช้อะไรได้บ้าง ไม่ซับซ้อนมากเกินไป อีกอย่างที่มีก็คือภาพของผมจะมีตัวการ์ตูนหลักที่ผมใช้แล้วผมจะใช้ตัวการ์ตูนตัวนี้กับภาพเกือบทุกภาพ ผมอยากให้ลูกค้าเห็นแล้วจำได้ว่างานลักษณะนี้เป็นงานของผมนะ trend การออกแบบก็สำคัญครับ อย่างวันนี้ภาพแนว flat design อาจจะมา

แรงแต่วันข้างหน้าแนวโน้มก็อาจจะมาแรงก็ต้องปรับเปลี่ยนไปตาม trend ด้วย
ไม่จั้นก็ขายไม่ได้ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก



ภาพที่ 24 Business infographics elements , eps10 vector format

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

2.3.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีการออกแบบภาพเวกเตอร์ที่ลักษณะเฉพาะตัวเองที่แตกต่างกันออกไป ส่วนการติดตามทิศทางการออกแบบนั้น กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการติดตามทิศทางการออกแบบสามารถอ่านเพิ่มเติมในตอนที่ 3 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพในหัวข้อ 2.3 ทิศทางการออกแบบแต่ละปีและทิศทางการต้องการซื้อของผู้ซื้อ รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) สื่อสารชัดเจน ใช้งานง่าย มีคุณภาพ และมีประโยชน์

“... ภาพสื่อสารชัดเจนและเข้าใจง่าย ใช้เนื้อหาเกี่ยวกับ keyword ที่ตรงกับภาพ ทำให้การค้นหาภาพง่ายขึ้น อย่างเช่นใช้ keyword ของภาพคำว่า

business, pointing, graph, success, hand ก็จะเป็นรูปมือชี้ตรงกราฟในลักษณะขึ้นหรือลงก็แล้วแต่ keyword ของเร่อีกทีครับ ส่วนรายละเอียดอย่างอื่นอาจใส่บ้างแล้วแต่องค์ประกอบของภาพอีกที ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ



ภาพที่ 25 Businessman pointing at growth graph and business concept

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

“... งาน business template จะเน้นการนำไปใช้งานจริงของลูกค้า อย่างที่ผมบอกข้างต้นผมทำงานด้านการออกแบบมาตลอดค่อนข้างจะรู้หลักของการออกแบบการพิมพ์เมื่อเอาภาพไปโรงพิมพ์ ถ้าลูกค้าซื้องานผมไปไม่ต้องแก้ไขอะไรก็สามารถส่งงานเข้าโรงพิมพ์ได้เลย ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ



ภาพที่ 26 Business card design vector

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

2) ใช้งานง่าย มีประโยชน์ และตรงกับความต้องการของลูกค้า

“... งานต้องเข้าใจง่าย ใช้งานง่ายและใช้งานได้จริง ภาพที่สื่อออกมาต้องตรงกับหัวข้อ ข้อมูลจริงไม่ออกแบบเกินจริงหรือผิดเพี้ยนจากขอบเขตเนื้อหา ที่สำคัญต้องเข้าใจตลาด ต้องเข้าใจลูกค้าด้วยว่าลูกค้าต้องการแบบไหนยังไง ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

HOW TO SLOW LIFE

Take a break

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McChesack, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undetectable source.



Focus on what's really important

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McChesack, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undetectable source.



Eat slower

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McChesack, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undetectable source.



Take a slow walk, bicycle

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McChesack, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undetectable source.



ภาพที่ 27 Slow Life, Activities ,office

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

3) ความงาม ตรงกับความต้องการของลูกค้า

“... งานของผมจะเน้นสไตล์ของตัวเองเป็นหลักครับ จะชอบพวกสีสดๆ หน่อยๆ ตัวการ์ตูน พวกเส้นก็จะโค้งกลม ตัวการ์ตูนจะออกแนวทางฝั่งเอเชีย ญี่ปุ่น อะไรประมาณนั้น...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ



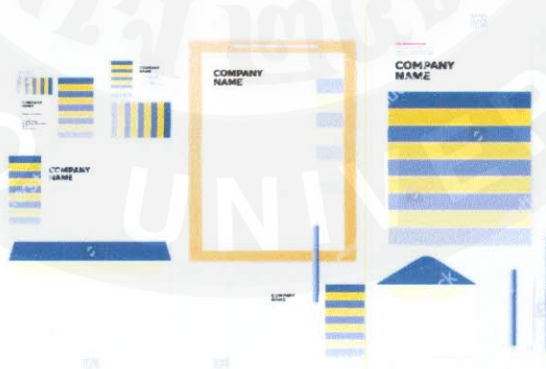
ภาพที่ 28 Like business concept startup

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

“... ให้ความเด่นในเรื่องของสีครับ ผมจะพยายามคุมโทนให้เป็นสี
โทนเดียวกัน ไม่หลุดจากกันมาก ลูกค้าเห็นสีนี้ การออกแบบแนวนี้ แน่แน่นอนว่า
เป็นของเรา ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ



ภาพที่ 29 Corporate stationary design for business in
swish design style include paper

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

4) การเป็นต้นคิด ความแปลก แตกต่าง

“... ขายไอเดียเป็นหลักค่ะ คือเรื่องของเราอาจจะไปตรงหรือเป็น concept เดียวกับของคนอื่น เราก็พยายามนำเสนอไอเดียให้ฉีกจากของคนอื่นไป เช่น เรากำลังวาดนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ของคนอื่นอาจจะวาดคนกำลังดีใจหรือได้เงิน ของเราก็อาจจะเพิ่มถ้วยรางวัลหรือเพิ่มอะไรที่เป็นความสำเร็จลงไปให้ภาพดูต่างไปจากของคนอื่น...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ



ภาพที่ 30 Businessman success

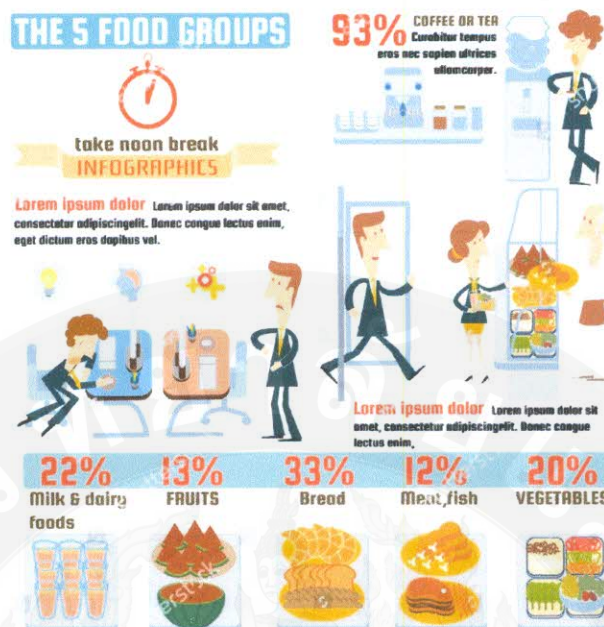
หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

5) ความงาม ความง่าย ตรงกับความต้องการของลูกค้า

“... ข้อมูลถูกต้องตามความเป็นจริง เน้นการนำเสนอที่เข้าใจง่าย ไม่นำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อน ลูกค้าสามารถอ่านแล้วเข้าใจได้เลยว่าต้องการนำเสนออะไร ก็ต้องสวยงามด้วยครับจะได้ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาซื้อภาพ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก



ภาพที่ 31 The 5 food groups Infographics

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

6) การเป็นต้นคิด ความแปลกแตกต่าง ความต้องการของลูกค้า

“... งานผมส่วนหนึ่งก็มาจากความชอบของผม ผมชอบภาพแนวทิวทัศน์พวก landscape แต่จะให้มาวาดแนวนั้นขายมันก็ขายค่อนข้างยาก ผมเลยประยุกต์เอาพวกตัวการ์ตูนมาใส่แล้วภาพที่ผมวาดก็จะมุกกว้างหน่อย ให้เห็นทิวทัศน์เห็นอะไรมุกกว้างบ้าง ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ



ภาพที่ 32 A businessman is sitting and using a smartphones
in office on building background

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

ตารางที่ 8 ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง

กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	งานเน้นไอเดีย หาไอเดียใหม่ๆ ที่ยังไม่มีใครทำ
Max2	ทำงานให้เหนือกว่าคนอื่น มี detail ที่เป็นเอกลักษณ์
Max3	สีเส้นของภาพ ให้สีเส้นสดในโดนใจลูกค้า
Max4	ออกแบบให้มีความง่าย การนำไปใช้ประโยชน์ การติดตามทิศทางการออกแบบ และความต้องการของลูกค้า
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	สีเส้นที่สดใส เส้นโค้งกลม
Medium2	ภาพสื่อออกมาชัดเจนจาก keyword

ตารางที่ 8 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง
Medium3	เน้นไอดีร์และสีที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง
Medium4	คุมโทนสีให้เป็นโทนสีเดียวกัน
Medium5	การนำไปใช้จริงของลูกค้า ออกแบบให้ลูกค้าไม่ต้องปรับแก้เยอะเอาไปพิมพ์ได้เลย
Medium6	งานที่มีคุณภาพ ลูกค้าสามารถโหลดไปแล้วใช้งานได้เลย
Medium7	ภาพมุมกว้าง มีความแปลกแตกต่างจากของคนอื่น
Medium8	งานเข้าใจง่าย ใช้งานง่าย

3. การสร้างการยอมรับ

การสร้างความสำเร็จและการยอมรับของลูกค้าและวงการการขายภาพออนไลน์

จากการวิจัยพบว่า การสร้างการยอมรับหรือการสร้างความสำเร็จและการยอมรับของลูกค้าและวงการการขายภาพออนไลน์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการยอมรับอยู่ 4 ประการ ได้แก่ 1) การรับรู้ 2) การสร้างความสนใจ 3) การสร้างความเชื่อมั่น และ 4) การยอมรับ รายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

3.1 การรับรู้

จากผลการวิจัยการสร้างการยอมรับของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ในขั้นตอนการรับรู้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ความเป็นนักกราฟิกมืออาชีพ และผลงานการออกแบบกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการส่งผลงานผ่านไมโครสต็อกต่างๆ และส่งผลงานเข้าระบบอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอซึ่งจะทำให้ลูกค้าเห็นผลงานการออกแบบและเป็นที่รู้จักในวงการการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ โดยส่วนมากจะขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 8 คน และขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 4 คน โดยไมโครสต็อกที่ขายส่วนใหญ่จะเป็น shutterstock, istockphoto, fotolia, dreamstime ฯลฯ ตามลำดับ ทั้งนี้ไมโครสต็อกหลักๆ ที่ขายก็ยังคงเป็น shutterstock, istockphoto และ fotolia สามารถจำแนกได้ดังนี้

3.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือ ขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก 2 คน โดยไมโครสต็อกหลักที่ทำรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock รายละเอียดดังผลจากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) มากกว่า 5 ไมโครสต็อก

“... ก็ส่งอยู่ประมาณ 10 เว็บ เว็บที่ทำรายได้หลักๆ จะเป็น shutterstock รองลงมา ก็จะมี istockphoto, freepik, envato, 123rf, fotolia, depositphotos, dreamstime, bigstockphoto แล้วยังมี canstockphoto ตัวเองเนี่ยจะส่งแต่ shutterstock ส่วนเว็บที่เหลือให้แฟนจัดการ คือจะดู feed back จากลูกค้า shutter ก่อนแล้วค่อยส่งขายเว็บอื่น ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ขายอยู่หลายเว็บเหมือนกันครับ shutterstock, dreamstime, fotolia, 123rf, depositphoto, canstockphoto ครับ ก็เรียงลำดับรายได้ตามนั้นเลย...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) น้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก

“... ของผมขายอยู่ 3 เว็บครับ แรกๆ ก็ขายอยู่หลายเว็บนะครับ มากกว่า 10 แต่ช่วงหลังส่งแต่เว็บหลักๆ พอ ก็จะมี shutterstock, istock ละก็ creative market เว็บ creative market มันคือ ตลาด ที่รวมทั้งนักสร้างงานไปจนถึงนักขาย ที่อาจจะไม่ได้สร้างงานเองเลยก็ได้ ถ้าเราสามารถช่วยขายงานที่เค้าจัดเอาไว้ให้ก็มีส่วนแบ่งให้ ส่วนนี้ก็จะคล้ายกับเว็บ microstock อื่นๆ แต่ด้วยการเป็นเว็บที่มีรูปแบบงานหลากหลายและไม่จำกัดรูปแบบ package มีการขายปลีกที่ทำให้ขายผ่านการโฆษณาได้ง่ายกว่า ทำให้เราสามารถสร้างตลาดได้อย่างอิสระกว่า ไม่ต้องตั้ง agency ของตัวเอง เพื่อขายงานก็ได้ อันนี้เป็นเว็บใหม่ที่เพิ่งขายครับ แต่รายได้เอาเรื่องอยู่ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... พี่ขายอยู่ประมาณ 3 -4 เว็บค่ะ ก็จะมี shutterstock, istock, fotolia, dreamtime ค่ะ shutter ขายดีที่สุด ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

3.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือ ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก มากที่สุด จำนวน 6 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์น้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีช่องทางการขายภาพออนไลน์ที่แตกต่างกัน แต่ไมโครสต็อกหลักๆ ที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock นั่นเอง รายละเอียดดังผลจากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) มากกว่า 5 ไมโครสต็อก

“... ตอนนี้ที่ขายจะมี shutterstock, istockphoto, 123rf, fotolia, dreamstime, bigstockphoto แล้วก็ canstockphoto อ้อ... ประมาณนี้ครับ 7 เว็บ ก็มีเว็บอื่นที่เล็กๆ ใกล้เคียงกัน แต่ยังไม่ได้ส่ง พวก freepic รายได้หลักแน่นอนอยู่แล้วครับ shutter ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ

“... ขายอยู่หลายเว็บค่ะ ก็จะมี ss, istock, fotolia, 123rf, dream, big, canstock ประมาณนี้ค่ะ รายได้ก็เรียงตามนี้เลยน่ะ ที่จริงมีอีกสองสามเว็บ vectorstock, alamy, pond5 ที่ส่งแต่ยอดขายบวกเงื่อนไขในการส่งของเค้าเยอะ เลยไม่ได้ส่งต่อ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ

“... ขายเยอะอยู่เหมือนกันครับจะมี shutterstock, istock, fotolia dreamstime, 1 2 3 rf, veer, graphicleftovers, canstockphoto, photodune, deposit, bigstock, crestock ก็เรียงลำดับตามนี้เลย shutter

เป็นเว็บที่สร้างรายได้หลักให้ผมเลยครับ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ขายทุกเว็บเลยครับที่เค้าขายกัน ก็จะมี shutterstock, istockphoto, dreamstime, fotolia, 1 2 3 rf, alamy, colourbox, depositphotos, graphicleftovers, freedigitalphotos, canstockphoto, bigstockphoto, photodune, pixtastock, pond5, stockfresh เว็บหลังๆ นียอดไม่ค่อยเท่าไรแต่ก็มีส่งงานไปขายบ้างเป็นระยะๆ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“...ขายอยู่ อือ... 8 เว็บ ก็จะมี shutterstock, fotolia, 123rf, istockphoto, dreamstime, depositphotos, canstockphoto, bigstockphoto, shutterstock ขายดีสุดครับ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ที่ขายอยู่จะมี shutterstock, istockphoto, dreamstime, fotolia, 123rf, depositphoto, canstockphoto แล้วก็ bigstock ครับ 8 เว็บ เรียงรายได้ตามนี้เลยครับ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) น้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก

“... ผมขายอยู่ 5 เว็บครับ มี shutterstock, istockphoto, dreamstime, 123rf เออ... แล้วก็ fotolia เรียงลำดับรายได้ตามที่บอกเลยครับ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ตอนแรกทำอยู่หลายเว็บครับ ประมาณ 7 เว็บได้ แต่ว่ารู้สึกว่
บางเว็บรายได้ไม่คุ้มกับเวลา ส่งเป็นปีแล้วยังไม่ได้เบิกเงิน หลังๆมาส่งแค่
สามเว็บครับ ss, istock, fotolia แล้วเอาเวลาไปทำภาพใหม่ดีกว่า ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 9 การรับรู้

กลุ่มตัวอย่าง	ช่องทางการขายภาพและเว็บไซต์ที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ประมาณ 10 เว็บไซต์ shutterstock, iStockphoto, freepik ฯลฯ
Max2	3 เว็บไซต์ shutterstock, istockphoto และ creative market
Max3	4 เว็บไซต์ shutterstock, istockphoto, fotolia และ dreamtime
Max4	6 เว็บไซต์ shutterstock, dreamstime, fotolia ฯลฯ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ประมาณ 7 เว็บไซต์ shutterstock, iStockphoto, 123rf ฯลฯ
Medium2	3 เว็บไซต์ shutterstock, iStockphoto และ fotolia
Medium3	7 เว็บไซต์ shutterstock, istockphoto, fotolia, ฯลฯ
Medium4	12 เว็บไซต์ shutterstock, istockphoto, fotolia, ฯลฯ
Medium5	16 เว็บไซต์ shutterstock, istockphoto, fotolia, ฯลฯ
Medium6	8 เว็บไซต์ shutterstock, fotolia, 123rf, ฯลฯ
Medium7	5 เว็บไซต์ shutterstock, istockphoto, dreamstime ฯลฯ
Medium8	8 เว็บไซต์ shutterstock, istockphoto, dreamstime ฯลฯ

3.2 การสร้างความสนใจ

จากผลการวิจัยการสร้างการยอมรับของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ในขั้นตอน
การสร้างความสนใจนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการนำจุดเด่นในการออกแบบและความเป็นอัตลักษณ์ใน
ผลงานของตนเองมาใช้ในการสร้างความสนใจ หรือดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาดาวน์โหลดภาพของตนเอง โดยการ
การสร้างผลงานที่สื่อสารที่ชัดเจน จำนวน 4 คน เมื่อลูกค้าดูผลงานแล้วสามารถเข้าใจความหมายของ
ภาพได้เลย ซึ่งรวมไปถึงหนึ่งภาพมีการนำเสนอที่หลากหลายมุมมองด้วยคุณภาพของผลงาน จำนวน

3 คน ก็เป็นสิ่งที่นักกราฟิกให้ความสำคัญในการใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจของลูกค้า รองลงมาจะเป็นการเน้นเรื่องสีสัน จำนวน 2 คน และการเน้นการขายโอเดียรวมไปถึงความคิดสร้างสรรค์ในผลงาน จำนวน 2 คน สุดท้ายจะเป็นการสร้างลายเซ็นให้ตัวเอง จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

3.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีสร้างความสนใจให้กับผลงานของตนเอง โดยการ ใช้โอเดียและความคิดสร้างสรรค์ การสร้างลายเซ็นให้ตัวเอง สีสันสดเด่นโดดเด่น ความง่ายในการเข้าใจและการนำไปใช้งาน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) โอเดียและความคิดสร้างสรรค์

“... โอเดียต้องแปลกใหม่ เน้นตัวการ์ตูนหลักแล้วใส่โอเดีย ความคิดสร้างสรรค์เข้าไป คิดและสื่อโอเดียในตัวการ์ตูนให้โดนใจลูกค้า ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

2) สร้างลายเซ็นให้ตัวเอง

“... การสร้างลายเซ็น คือ เทคนิคในการสร้างภาพ เช่นการใช้เส้น การใช้สี องค์ประกอบภาพต่างๆ แนวการ process มุมมอง หรือวิธีสื่อสาร หรืออุปกรณ์ที่เราใช้ เช่นกล่องรุ่นที่ใช้ประจำ เลนส์ หรือช่วงเลนส์ที่ใช้ ดอลลี โตรอน housing เม้าส์ปากกา หรืออุปกรณ์อะไรก็ตาม พอเราใช้สิ่งเหล่านี้ซ้ำๆ บ่อยๆ ในงานของเราจนเป็นเอกลักษณ์ ลูกค้าจะเริ่มจำงานของเราได้ การพยายามทำอย่างจี้กับทุกรูป ที่อัดลงพอร์ต มันก็คือ branding หรือการสร้าง brand นั้นเองครับ เมื่อ brand ของเราเริ่มแข็ง สิ่งที่มาคือ brand loyalty (ความจงรักภักดีในตราสินค้า) ซึ่งจะก่อให้เกิด สาวก หรือ follower ขึ้นนั่นเองครับ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) สีสันตไส

“... ก็เป็นตัวหนังสือสันตไสค่ะ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

3) ความง่ายในการเข้าใจและการนำไปใช้งาน

“... อย่างที่บอกครับ ความง่ายต่อการเข้าใจและการเอาไปใช้งาน ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีการสร้างความสนใจให้กับผลงานของตนเองที่หลากหลาย คือ การสื่อสารที่ชัดเจน จำนวน 3 คน คุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน ใช้สีสัน จำนวน 1 คน ไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไป

1) การสื่อสารที่ชัดเจน

“... ในหนึ่งไอเดีย ผมจะทำภาพในหลายๆ มุมครับ อย่างเช่น มุมตรง มุมเฉียง ภาพเต็มๆ หรือเว้นที่ว่างไว้สำหรับใส่ข้อความ เพื่อเป็นทางเลือก ทำให้คนซื้อภาพสามารถเลือกภาพที่เหมาะสมกับงานของเขาได้ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ลูกค้าดูภาพเราแล้วสามารถเข้าใจได้เลยว่าในภาพที่เราออกแบบ ขายนั่น เราหมายถึงอะไร ต้องการสื่ออะไร ชัดเจนในตัวภาพของมันเอง ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... สื่อความหมายในงานได้อย่างชัดเจน ตรงกับความต้องการของ
ลูกค้า เป็นการออกแบบที่อ่านแล้วเข้าใจง่าย ลูกค้ารู้เลยว่าผมต้องการสื่ออะไร
ในส่วนของภาพแม้จะไม่ได้อ่านข้อความประกอบ ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) คุณภาพของผลงาน

“... คุณภาพของงานต้องมาก่อน ลูกค้าโหดไปต้องไม่ผิดพลาดในงาน
ของเรา มีการจัดเรียงตำแหน่งให้อ่านง่าย สบายตา งานของผมจะ
จัดองค์ประกอบเหมือนกัน เพื่อให้ลูกค้าจดจำ จะเปลี่ยนแค่เนื้อหา หรือการ
ออกแบบอื่นๆ ในชิ้นส่วนของงาน ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมจะเน้นงานที่มีคุณภาพ ลูกค้าสามารถโหดไปแล้วใช้งานได้
เลย การแก้ไขงานไม่ยุ่งยากซับซ้อน ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ

“... ข้อมูลถูกต้องตามความเป็นจริง ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าถ้าลูกค้า
มาซื้องานของผม จะได้ข้อมูลจริงแน่นอน สามารถนำไปใช้หรือเผยแพร่ตามสื่อ
ต่างๆ ได้ โดยที่ข้อมูลไม่ผิดพลาดเลย ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) สีสัน

“... ทำให้ภาพมีจุดเด่นและจุดขายในตัวของมัน ของผมจะเน้นเรื่อง
สีสันที่สดใส ตัวการ์ตูนพระเอกหลักของผม และใส่แนวคิดนักธุรกิจในกิจกรรม

ต่างๆ เข้าไป ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

4) ไอเดีย/ ความคิดสร้างสรรค์

“... ไอเดียในการออกแบบงานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
ให้ลูกค้าสามารถเอาไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายในงานของเขา ไม่ว่าลูกค้าจะ
คิดหรืออยากได้อะไร งานของเราต้องตอบโจทย์ของลูกค้าให้ได้ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

ตารางที่ 10 การสร้างความสนใจ

กลุ่มตัวอย่าง	ตัวเลือกในการตัดสินใจ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ไอเดียต้องแปลกใหม่ ยังไม่เห็นในงานเวกเตอร์ของคนอื่น/ ความคิดสร้างสรรค์
Max2	การสร้างลายเส้นให้ตัวเองทำให้ลูกค้าจดจำ
Max3	สีสดใส
Max4	ความง่ายในการเข้าใจและการนำไปใช้งาน
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	สีสดใสสร้างจุดเด่นให้ภาพ
Medium2	ภาพสามารถสื่อสารได้ชัดเจนว่าต้องการสื่ออะไร
Medium3	ลูกค้าดูภาพแล้วเข้าใจได้เลยว่าหมายถึงอะไร ค้นหาภาพที่ต้องการสื่ออะไร
Medium4	ไอเดียตรงกับความต้องการลูกค้า ลูกค้าสามารถเอาไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย
Medium5	คุณภาพของผลงาน การจัดเรียงตำแหน่งที่อ่านง่าย
Medium6	คุณภาพของงาน
Medium7	ข้อมูลถูกต้องตามความเป็นจริง
Medium8	สื่อความหมายในงานได้ชัดเจน ตรงกับความต้องการของลูกค้า

3.3 การสร้างความเชื่อมั่น

จากผลการวิจัยการสร้างการยอมรับของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ในขั้นตอนการสร้างความเชื่อมั่นนั้น กลุ่มตัวอย่างมีการสร้างความเชื่อมั่นโดยการสร้างความเป็นมืออาชีพให้กับตนเอง โดยการให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 6 คน และการศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 3 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน จำแนกได้ดังนี้

3.3.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีการสร้างความเชื่อมั่นด้วยการรักษาความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 3 คน และสร้างความเชื่อมั่นด้วยการศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ผิดกฎ จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงาน และคุณภาพของผลงาน

“... คิดว่าความคงที่ สม่ำเสมอของการส่งงานนะ มีอยู่ช่วงหนึ่งไม่ค่อยได้ส่งภาพ เป็นช่วงที่ทำบ้านต้องดูงาน ซื่อของ อะไรหลายๆ อย่าง ก็เลยไม่ได้ส่งภาพ ยอดโหลตตกไปเยอะเหมือนกัน ครึ่งต่อครึ่งเลย ตอนนั้นก็พยายามส่งนะ แต่มันไม่ค่อยต่อเนื่องสม่ำเสมอ ตอนนี้น้ำบ้านเสร็จละก็กลับมาทำตามปกติแล้ว ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...การเป็นมืออาชีพสำหรับคนทำสต็อก ผมว่าประกอบด้วยหลายๆ อย่างนะไม่ว่าจะเป็นความสม่ำเสมอในการส่งงาน ถ้าเราส่งบ้างไม่ส่งบ้าง ลูกค้าเก่าที่เคยซื้อไปแล้วก็จะไม่เห็นผลงานใหม่ของเรา ยกตัวอย่างร้านข้าวมันไก่ เปิดบ้างไม่เปิดบ้าง ลูกค้ามาแล้วได้กินบ้างไม่ได้กินบ้าง ถึงรสชาติจะอร่อยแค่ไหนแต่เมื่อลูกค้ามาแล้วไม่เจอ เวลาปิดเปิดไม่แน่นอน ลูกค้าเก่าที่เคยกินประจำมันก็จะค่อยๆ หายไป ลูกค้าใหม่นี้ไม่ต้องพูดถึงเลย คุณภาพของงานและการสร้างสรรค์ผลงานก็สำคัญ ถ้าร้านเราเปิด-ปิดตรงเวลาก็จริง แต่รสชาติไม่อร่อย แค่ว่าก็ไม่มาอีก ไม่มีอะไรแปลกใหม่ให้ลูกค้า ลูกค้าก็เบื่อไม่เข้าร้านเรา ก็เหมือนกับการขายภาพนั้นแหละครับ แค่ว่าโหลตภาพของเราไปใช้ ถ้างานไม่มีคุณภาพ เอาไปใช้อะไรก็ได้ วางตรงไหนก็ไม่สวย แค่ว่าไม่ซื้ออีก ลูกค้าเก่าถ้ามีแต่ภาพเดิมๆ ไม่หาเทคนิคลูกเล่น หรือไอเดียใหม่ๆ มานำเสนอในภาพ ก็ไม่

นำซื้อไม่ต้องดูให้ลูกค้านำไปใช้ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ความสม่ำเสมอในการส่งผลงานค่ะ ในการส่งงานยิ่งเราส่งผลงานอย่างสม่ำเสมอบวกกับการรักษามาตรฐานของผลงาน จะยิ่งทำให้งานเราถูกค้นเจอ และถือเป็นการเพิ่มชื่อเสียงให้เราไปในตัวด้วยนะ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

2) ศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตาม ไม่ทำผิดกฎ และความสวยงามในการออกแบบ

“... ศึกษากฎของการขายภาพแต่ละสต็อกครับเพื่อจะได้ทำงานออกมาให้ตรงกับกฎของสต็อก ถ้างานเราถูกต้องตามกฎทุกอย่างแล้วบวกกับความสวยงามในการออกแบบ ข้อมูลที่ถูกต้อง มันจะทำให้งานของเราดูเป็นมืออาชีพ ถูกใจลูกค้าที่เค้าซื้อภาพจากสต็อกครับ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3.3.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากให้ความสำคัญกับความคงที่สม่ำเสมอในการส่งงาน จำนวน 4 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน และการศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 2 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงาน

“... ส่งงานให้ต่อเนื่องสม่ำเสมอครับ อันนี้สำคัญนะสำหรับคนทำสต็อก เพราะคนทำสต็อกหน้าใหม่ๆ เยอะมาก ถ้าวันหนึ่งเราหยุดส่งหรือส่งไม่ต่อเนื่อง ส่งบ้างไม่ส่งบ้าง จะทำให้ลูกค้าลืมเราไป ไม่จดจำเราครับ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...เน้นการส่งงานให้คงที่สม่ำเสมอค่ะ งานจะได้ขึ้นหน้า news ตลอดมันจะทำให้ลูกค้าเห็นงานเก่าๆ เราด้วยค่ะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เรื่องของการจัดการเวลาครับ อย่างผมทำงานประจำด้วย ยิ่งต้องจัดการเวลาให้ดี ทั้งการคิดงาน การออกแบบ การใส่ keyword การแบ่งเวลาจะช่วยผ่อนแรงไปได้มาก ถ้าจัดการเวลาดีจะส่งให้เราส่งงานได้ต่อเนื่องสม่ำเสมอด้วย ถ้าเราส่งงานต่อเนื่องสม่ำเสมอ ลูกค้าเก่าก็ไม่หายไปไหน ลูกค้าใหม่ก็มาเรื่อยๆ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... อ้อ เป็นความสม่ำเสมอของการส่งงานเข้าระบบครับ ถ้าลูกค้าเห็นภาพเราตลอด ภาพใหม่ๆ trend ใหม่ๆ มันก็เพิ่มโอกาสการขายภาพให้เราได้มากเหมือนกันครับ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

2) สร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน

“... การเป็นมืออาชีพสำหรับผมดูที่ผลงานครับ ผมจะเน้นงานที่มีคุณภาพลูกค้าซื้อแล้วไปใช้งานได้ทันทีครับ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... สร้างงานที่มีคุณภาพครับ เชื่อว่างานที่มีคุณภาพของเราจะบ่งบอกความเป็นมืออาชีพของเราครับ ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) ศึกษาภูมิของสต็อกและทำตาม ไม่ทำผิดกฎ

“... ผมก็ไม่รู้ว่าความเป็นมืออาชีพเขาวัดกันจากอะไร ผมแค่ทำไปเรื่อยๆ ถ้าวัดที่ภาพผ่านหรือไม่ผ่าน แรกๆ มาภาพก็ถูก reject เยอะอยู่ครับ แต่พอทำไปเรื่อยๆ รู้กฎแล้วก็หลังๆ มาผ่านหมดเลยครับ แทบจะไม่มีภาพที่ถูก reject ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ศึกษาภูมิของสต็อกครับ แต่ละสต็อก อันไหนเค้าให้ทำ อันไหนเค้าไม่ให้ทำก็ว่ากันไป ทำให้ถูกกฎไม่แหกกฎหรือซิกแซ็กครับ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 11 การสร้างความเชื่อมั่น

กลุ่มตัวอย่าง	การเป็นมืออาชีพของนักกราฟิกมืออาชีพ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ความคงที่สม่ำเสมอของการส่งงาน
Max2	ความคงที่สม่ำเสมอในการส่งงาน, คุณภาพของผลงาน
Max3	ความคงที่สม่ำเสมอของการส่งผลงาน
Max4	ศึกษาภูมิของการขายภาพแต่ละสต็อก, ความสวยงามในการออกแบบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	การส่งงานต่อเนื่องสม่ำเสมอ
Medium2	ประสบการณ์จำนวนภาพที่ผ่านการตรวจของสต็อก
Medium3	ศึกษาภูมิของสต็อก, ส่งงานให้คงที่สม่ำเสมอ
Medium4	การจัดการเวลา, ความคงที่สม่ำเสมอของการส่งงาน
Medium5	เน้นงานที่มีคุณภาพลูกค้าซื้อแล้วไปใช้งานได้ทันที
Medium6	ความคงที่สม่ำเสมอของการส่งงานเข้าระบบ
Medium7	ศึกษาภูมิของสต็อกและทำตามกฎ
Medium8	ผลงานที่มีคุณภาพ

3.4 การยอมรับ

จากผลการวิจัยการสร้างการยอมรับของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ในขั้นตอนการยอมรับ กลุ่มตัวอย่างมีการสร้างการยอมรับโดยการรักษาคุณภาพของงานหรือเผยแพร่ผลงาน สม่่าเสมอของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ ความคงที่ สม่่าเสมอในการส่งงานเข้าระบบมากที่สุด จำนวน 5 คน ซึ่งนักกราฟิกส่วนมากจะให้ความสำคัญกับการส่งงานอย่างสม่่าเสมอ หากส่งงานไม่สม่่าเสมอหรือขาดส่งแล้วนักกราฟิกหลายคนพบว่ายอดดาวน์โหลดของตนเองน้อยลงจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ในขณะที่นักกราฟิกอีกส่วนหนึ่งก็ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองและพัฒนาผลงานอยู่เสมอ จำนวน 5 คน และการรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน จำแนกได้ดังนี้

3.4.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีการสร้างการยอมรับที่แตกต่างกันคือ ความคงที่ สม่่าเสมอในการส่งงานเข้าระบบ จำนวน 2 คน พัฒนาตนเองหรือพัฒนาผลงานอยู่เสมอ และรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ความคงที่ สม่่าเสมอในการส่งงานเข้าระบบ

“... ส่วนหนึ่งของยอดโหลดมาจากผลงานใหม่ จากที่สังเกตดูถ้าช่วงไหนไม่ได้อัปเดตงานเลยยอดโหลดก็ตกเหมือนกัน วิธีการที่จะทำให้งานเรายังขายได้ขายดียอดขายไม่ตกความสม่่าเสมอก็เป็นส่วนหนึ่ง ตอนนั้นก็ตั้งเป้าอาทิตย์ละประมาณ 8 ผลงาน อีกส่วนหนึ่งก็น่าจะเป็นคุณภาพของงานนั้นแหละ ลูกค้าจะซื้อหรือไม่ซื้องานก็อยู่ที่คุณภาพด้วย ถ้างานคุณภาพไม่ดีอาจจะซื้อครั้งเดียวแล้วไม่ซื้ออีก แต่ถ้างานดีมีคุณภาพ โอเคทีเดียวใจ ก็คงซื้อกันต่อไปเรื่อยๆ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนน่ารักธุรกิจ

“... ต่อให้เราทำรูปที่เจ๋งที่สุดออกมา แต่มีอยู่ใบเดียว พลังมันก็ไม่พอหรือเปิดพอร์ตมา นานๆ จะเจอเจ๋งๆ ชักไบนิ่ง อย่างงี้ก็เกิดยากครับ ลูกค้าเปิดมาดูหน้าเดียว แล้วก็ปิด ทำพอร์ตให้เจ๋ง ลูกค้าเปิดมาดูแล้วต้องว้าว ทำไงให้ลูกค้า stun ให้ได้ เขาจะมา follow เรา พอมีรูปใหม่เข้าพอร์ตปั๊บ follower ก็มาโหลดปั๊บ ดันให้ไปติดหน้าแรกไว ก็เกิดอุปทานหมู่ คนอื่นที่ไม่ได้ follow ก็เข้ามาโหลดตาม ทำให้ติดหน้าแรกยาวๆ พอ follower เริ่มเยอะขึ้น ที่นี้ทำอะไรออกมาชักไบ ก็ติดหน้า pop ง่ายไปหมดเลยครับ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) พัฒนาตนเองหรือพัฒนาผลงานอยู่เสมอ และรักษาคุณภาพของผลงาน

“... ไม่ได้คิดถึงการรักษาชื่อเสียงหรือการเผยแพร่ผลงานของตัวเองเท่าไรค่ะ คิดแต่ว่างานของเราต้องดี มีคุณภาพ หมั่นดู trend ดูงานออกแบบของนักออกแบบทั่วโลกเพื่อที่จะได้เอามาพัฒนาผลงานของตัวเอง ทั้งพวกทักษะ ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ จากนั้นก็อัปเดตผลงานเข้าพอร์ตให้ลูกค้าเป็นคนตัดสินใจและเป็นคนเลือกเองค่ะ ถ้างานเราดีจริง ถูกใจลูกค้า ยอดไหลจะเข้ามาและมาเรื่อยๆ ด้วย ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... พยายามทำงานออกมาให้ดีที่สุดทุกครั้งที่ออกแบบครับ งานไหนที่ยังไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ก็ยังไม่ปล่อยผ่านไป ปรับปรุงให้ดีขึ้นและค่อยส่งเข้าพอร์ตตัวเอง ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3.4.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีวิธีการสร้างการยอมรับที่แตกต่างกัน คือ การพัฒนาตนเองและพัฒนาผลงานอยู่เสมอมากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ ความคงที่สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบ จำนวน 3 คน และสุดท้ายคือการรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) พัฒนาตนเองหรือพัฒนาผลงานอยู่เสมอ

“... การรักษาคุณภาพของงานและพัฒนางานให้มีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ หมั่นศึกษาหาความรู้เทคนิคใหม่ๆ ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ครับ ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... อย่างที่ผมบอกครับ งานผมจะเน้นคุณภาพอยู่แล้ว ก็คง concept เดิมเน้นให้ลูกค้าใช้งานง่าย ไม่ต้องแก้ไขอะไรเยอะ ถึงจะแก้ไขก็แก้ไขได้ง่าย ผมก็ยังคงรักษาระดับมาตรฐานของตัวเองอันนี้เอาไว้ครับ และเพิ่มมาตรฐานของตัวเองให้สูงขึ้น อาจจะทำให้ส่ายขึ้นกว่าเดิมหรือเน้น concept ที่แปลกใหม่ ใส่พวกรายละเอียดเพิ่มเติมเข้าไป ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมเชื่อว่าคนที่ทำงานด้านนี้ที่ประสบความสำเร็จทุกคนเป็นมืออาชีพและทุกคนมีหลักคล้ายๆ กัน คือมีความรับผิดชอบและซื่อสัตย์ต่อผลงาน คุณภาพของผลงานต้องดีและดีขึ้นเรื่อยๆ อย่าให้ตก สองอย่างนี้จะบอกตัวมันเองและรักษาความเป็นมืออาชีพของมันไว้ครับ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมว่านักออกแบบต้องเปิดใจให้กว้าง เปิดรับองค์ความรู้ใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีให้ทัน ฝึกฝนพัฒนาตนอยู่ตลอดเวลา ต้องคิดว่าเราพร้อมที่จะเรียนรู้หรือเปิดรับสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ถ้าหากเราเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ผลงานเราก็จะมีคุณภาพและมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบ

“... ผมคิดว่าเป็นความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบครับ การที่เราอัปงานเข้าระบบเป็นประจำสม่ำเสมอไม่หายไปจากหน้าแรกๆ จะทำให้ลูกค้าเห็นงานเราเป็นอันดับแรก และตามมาไหลตงานที่เคยอัปไว้ครับ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอในการส่งผลงานค่ะ ยิ่งถ้าเราส่งผลงานเข้าพอร์ตเป็นประจำสม่ำเสมอบวกกับที่เรารักษามาตรฐานของผลงานไปด้วย ก็จะส่งให้งานของเราถูกค้นเจอเสมอๆ และเป็นการเพิ่มชื่อเสียงให้กับตัวเองด้วย ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... การจัดการเวลากับความขยันเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ผมทำงานประจำด้วยยังต้องจัดการเวลาให้มากกว่าคนอื่นเพราะมีเวลาทำแค่ช่วงหลังเลิกงานกับเสาร์อาทิตย์ ถ้าขี้เกียจไม่อัปเดตงานขึ้นระบบ งานก็จะหายไปจากหน้าเว็บไปเลย มันจะทำให้ลูกค้าใหม่ๆ ไม่รู้จักเรา หางานเราไม่เจอ นานไปๆ ลูกค้าเก่าก็จะหายตามไปด้วยเพราะไม่มีงานใหม่ๆ เข้าพอร์ต ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

3) รักษาคุณภาพของผลงาน

“... คุณภาพของข้อมูลและคุณภาพของงานออกแบบให้ถูกต้องเข้าใจง่าย ภาพสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจนครับ การที่เรามีการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์กับเพื่อน หรือคนอื่นๆ ที่ทำสต็อก หรือคนที่ทำงานด้านการออกแบบก็จะทำให้เราได้ความรู้ใหม่ๆ รวมทั้งเป็นการต่อยอดความรู้เดิมที่เราได้ให้แน่นมากขึ้น ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 12 การยอมรับ

กลุ่มตัวอย่าง	การยอมรับ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	พยายามอัปเดตงานใหม่เข้าในระบบเสมอ/ ใ้ไอเดียใหม่ๆ โดนใจลูกค้า
Max2	อัปเดตงานสม่ำเสมอต่อเนื่องให้ในพอร์ทัลมีรูปเยอะๆ
Max3	หมั่นดูเทรนด์การออกแบบของนักออกแบบทั่วโลกเพื่อพัฒนาผลงานตัวเอง
Max4	ทำงานออกมาให้ดีที่สุดทุกครั้งที่ออกแบบ งานไหนที่ยังไม่ดีไม่มีคุณภาพ ก็ยังไม่อัปเดตขึ้นระบบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	พัฒนางานให้มีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ หมั่นศึกษาหาความรู้เทคนิคใหม่ๆ ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง
Medium2	ความคงที่สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบ
Medium3	ความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอในการส่งผลงาน
Medium4	การจัดการเวลากับความขยัน อัปเดตงานใหม่ๆ เข้าระบบ
Medium5	ระดับมาตรฐานของตัวเอง และเพิ่มมาตรฐานของตัวเองให้สูงขึ้น
Medium6	มีความรับผิดชอบและซื่อสัตย์ต่อผลงาน คุณภาพของผลงานต้องดีและดีขึ้นเรื่อยๆ อย่าให้ตก
Medium7	คุณภาพของข้อมูลและคุณภาพของงานออกแบบให้ถูกต้อง ชัดใจง่าย ภาพสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน
Medium8	เปิดใจให้กว้าง เปิดรับองค์ความรู้ใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีให้ทัน ฝึกฝนพัฒนาตนอยู่ตลอดเวลา

4. การรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล

การรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคลโดยการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคมของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ ส่วนมากมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านตัวบุคคล กลุ่มบุคคล และกลุ่ม facebook จำนวน 8 คน ที่ตั้งขึ้นมาสำหรับผู้ที่ย้ายภาพหรือภาพเวกเตอร์ออนไลน์ ร้องลงมาเป็นเป็นวิทยากรเผยแพร่ความรู้ จำนวน 2 คน ในลักษณะของเวทีให้ความรู้หรือกลุ่มคนตัวบุคคลที่เข้ามาหาโดยตรง ยังมีนักกราฟิกบางคนมีการนำผลงานของตนเองไปโพสต์ในเพจบน facebook จำนวน 1 คน ที่ตนเองสร้างขึ้น และบางคนก็ไม่ได้เผยแพร่ความรู้อะไรมากนักเนื่องจาก

ยังมีประสบการณ์ไม่มากเท่าคนอื่นจึงเป็นในลักษณะของการเสพมากกว่าเผยแพร่ จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

4.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีการรักษาอัตลักษณ์โดยการการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม คือ การเป็นวิทยากรเผยแพร่ความรู้ จำนวน 2 คน และ เผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กลุ่ม facebook จำนวน 2 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) การเป็นวิทยากรเผยแพร่ความรู้

“... มีเชิญไปเป็นวิทยากรบ้างแต่ไม่บ่อยส่วนมากจะทำงานอยู่ที่บ้าน ตั้งใจว่าอนาคตจะเปิดบ้านสอนเด็กๆ แล้วยังให้ความรู้เรื่องสต็อก ให้เค้าสามารถเอาไปใช้ทำมาหากิน ไม่ต้องไปทำงานต่างบ้าน ต่างจังหวัด คิดถึงสมัยตัวเองตอนนั้นไม่มีใครบอก ไม่มีใครแนะนำอะไรเลย ถ้าเกิดมีคนบอก คนแนะนำแต่เนิ่นๆ อาจไปไวกว่านี้ก็ได้ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เป็นวิทยากรให้ความรู้เรื่อยๆ ครับ มีทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ที่เข้ามาหา แล้วก็เขียนบทความในกลุ่ม facebook ด้วยครับ ผมเสียเวลาหลงทางไปกับเรื่องเหล่านี้หลายปี อยากให้ทุกท่านวอร์ปผ่านช่วงหลงทางเหล่านี้ไปเลย จะได้เติบโตในงานด้านนี้กันไวๆ แล้วส่งต่อโอกาสนี้แก่เพื่อนๆ รุ่นต่อไป ยกกระดับสต็อกเกอร์ไทย ให้ไม่แพ้ชาติใดในโลกครับ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) เผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กลุ่ม facebook

“... คุยกับเพื่อนชาวต่างชาติค่ะ เพราะเค้าทำมาก่อนแล้วเค้าก็เป็นคนแนะนำให้ทำด้วย ส่วนมากจะคุยกันเรื่องการขายผ่าน skype มีสอนน้องที่เรียน ป.โทด้วยกันบ้าง สอนให้น้องสมัครขายรูปอะไรประมาณนี้ค่ะ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมไม่ได้เผยแพร่ความรู้ในกลุ่มใหญ่มากนะ เพราะงานที่ออกไปโดนก๊อปไอดีเยอะมาก ส่วนมากก็จะเผยแพร่กันแต่คนรู้จักในกลุ่มเล็กๆ ไม่ใหญ่มาก ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

4.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีวิธีการรักษาอัตลักษณ์โดยการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคมที่แตกต่างกัน แต่จะมีวิธีการเผยแพร่โดยแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กลุ่ม facebook มากที่สุด จำนวน 6 คน เผยแพร่ความรู้โดยการนำผลงานของตนเองไปโพสต์ในเพจบน facebook จำนวน 1 คน และบางคนก็ไม่ได้เผยแพร่ความรู้อะไรมากนักเนื่องจากยังมีประสบการณ์ไม่มากเท่าคนอื่น จึงเป็นในลักษณะของการเสพมากกว่าเผยแพร่จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) เผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กลุ่ม facebook

“... ก็ไม่ได้เผยแพร่ความรู้อะไรเป็นจริงเป็นจังนะครับก็มีแลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่ม facebook กลุ่มของชายภาพออนไลน์นั่นแหละครับ บางทีอันไหนที่ติดทำไม่ได้ก็ไปโพสต์ถามบ้าง อันไหนที่คนอื่นโพสต์ถามหรือเราตอบได้ก็เข้าไปตอบบ้าง ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ส่วนมากจะเป็นพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนที่ทำงานสต็อกด้วยกันมากกว่าครับ ก็เป็นเพื่อน พี่ที่ออฟฟิศ เพื่อนที่รู้จักกัน ไม่ได้เผยแพร่เป็นบทความหรืออย่างอื่น เน้นพูดคุยแลกเปลี่ยนกันมากกว่าครับ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ก็เข้าไปแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตัวเองในกลุ่ม facebook ครับ เช่น ถ้าผมโดน reject ข้อหาใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยเจอก็เข้าไปแชร์ประสบการณ์บ้าง บางครั้งถ้ามีการนัดรวมกลุ่มนักร้องแบบ กลุ่มเล็กๆ ที่ผมพอไปได้ผมก็ไปครับ ไปฟังไปแลกเปลี่ยนความรู้กัน ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... มีสอนเทคนิคบางอย่างให้เพื่อนที่ทำสตั๊กด้วยกันบ้างครับ แลกเปลี่ยนกัน ผมทำงานด้านนี้มานานแต่ประสบการณ์ด้านสตั๊กผมก็สู้พี่ๆ บางคนไม่ได้ พี่บางคนทำงานสตั๊กมานานแต่ไม่มีพื้นฐานการออกแบบมาก่อน ก็เอาความรู้แลกเปลี่ยนกันครับ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมจะถนัดด้านการถ่ายรูปมากกว่าภาพเวกเตอร์ ไม่ได้เขียนบทความ หรือเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต แต่จะเป็นแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านกลุ่ม facebook มากกว่า เข้าไปตอบคำถามเรื่องการถ่ายภาพ เข้าไปถามเรื่องการขายภาพเวกเตอร์ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ

“... ผมเป็นอาจารย์พิเศษอยู่ครับ ก็มีสอนนักศึกษา สมัคร ขายภาพบ้าง ส่วนมากจะสอนเบื้องต้น วิธีสมัคร การสอบ การเตรียมภาพสอบ แต่ละเว็บ เว็บไหนข้อห้ามยังไง ทำยังไงให้สอบผ่าน พอสอบผ่านก็เฝ้าแนวคิดให้เค้าว่าเค้าชอบอะไร ให้เริ่มจากสิ่งที่ตัวเองชอบก่อนแล้วค่อยพัฒนาตัวเองต่อไป ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) โพสต์ผลงานใน Facebook ตนเอง

“... ของผมจะเป็นเอางานไปโพสต์ในเพจบน facebook ของตัวเองครับ คิดว่าไม่ได้เพิ่มยอดขายอะไรมากเพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) ไม่ได้เผยแพร่

“... เน้นเสฟสิ่งที่ผู้รู้เอามาเผยแพร่มากกว่าค่ะ เพราะตัวเองก็ไม่ได้เก่งอะไรมา ยังไม่กล้าเผยแพร่ให้คนอื่น ก็เข้าไปเสฟตามอินเทอร์เน็ต กลุ่ม facebook ค่ะ อยู่เรื่อยๆ ไปก่อน รอเก่งกว่านี้คิดว่าจะเขียนบทความ หรือ อย่างอื่นเผยแพร่อยู่ แต่ตอนนี้ขอเสฟไปก่อนดีกว่า...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 13 การรักษาลักษณะส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่าง	การรักษาลักษณะส่วนบุคคล
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	เป็นวิทยากรบ้างครั้งแต่ไม่บ่อย อนาคตจะเปิดบ้านสอนเด็กๆ แถวบ้าน
Max2	เป็นวิทยากรให้ความรู้เรื่อยๆ ครบ มีทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ที่เข้ามาหา
Max3	สอนน้องที่เรียน ป.โทด้วยกันบ้าง
Max4	เผยแพร่กันแต่คนรู้จักในกลุ่มเล็กๆ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	แลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่ม Facebook กลุ่มของขายภาพออนไลน์
Medium2	พูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนที่ทำงานสต็อกด้วยกัน
Medium3	เน้นเสฟสิ่งที่ผู้รู้เอามาเผยแพร่มากกว่า
Medium4	เข้าไปแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตัวเองในกลุ่ม Facebook
Medium5	สอนเทคนิคบางอย่างให้เพื่อนที่ทำสต็อกด้วยกันบ้าง
Medium6	ไม่ได้เขียนบทความ หรือเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต แต่จะเป็นแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านกลุ่ม Facebook
Medium7	เอางานไปโพสต์ในเพจเฟซบุ๊กของตัวเองครับ
Medium8	มีสอนนักศึกษาสมัคร ขายภาพบ้าง ส่วนมากจะสอนเบื้องต้น

สรุปผลการวิจัยการสร้างอัตลักษณ์ของนักกราฟิก

จากการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ของนักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 คน พบว่า ด้านการค้นหาค้นหาตนเอง มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ปัจจัย คือ ลักษณะพิเศษที่โดดเด่น ความต้องการและเป้าหมายชีวิต และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง คือ มีความชอบและใจรักด้านการออกแบบอยู่แล้ว จำนวน 6 คน มีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน จำนวน 5 คน พัฒนาตนเองจากการขายภาพออนไลน์มาเป็นขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จำนวน 1 คน ตามลำดับ ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต คือ ต้องการประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 6 คน รองลงมาคือ การมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตัวนักกราฟิกเอง จำนวน 4 คน และอันดับสุดท้ายคือการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 2 คน ตามลำดับ และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน คือ ครอบครัว จำนวน 5 คน รองลงมา คือ รายได้ จำนวน 4 คน สุดท้าย คือ เป้าหมายในชีวิตของตนเอง จำนวน 3 คน ตามลำดับ

ด้านการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ปัจจัย คือ แนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ การหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอ และภาพที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง โดยแนวภาพที่ชอบหรือความเป็นตัวตน คือ ชอบการ์ตูนมากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ทิวทัศน์ จำนวน 2 คน ชอบหลายแนวและงานออกแบบทั่วไป จำนวน 2 คน และ ไม่ได้ชอบแนวใดเป็นพิเศษ จำนวน 2 คน ตามลำดับ การตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอ คือ หาจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต จำนวน 11 คน และจากการอ่านหนังสือ จำนวน 1 คน ตามลำดับ สำหรับผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง คือการเป็นต้นคิด มีความแปลกหรือแตกต่าง มีความงามและความง่าย การนำไปใช้ประโยชน์ ความซับซ้อน ความสง่างาม การติดตามทิศทางการออกแบบ และความต้องการของลูกค้า ซึ่งผลงานของกลุ่มตัวอย่างบางคนอาจมีคุณสมบัติเดียว หรือสองถึงสามคุณสมบัติดังที่กล่าวมาข้างต้น

ด้านการสร้างการยอมรับ มีขั้นตอนการสร้างการยอมรับอยู่ 4 ขั้นตอนคือ การรับรู้ การสร้างความสนใจ การสร้างความเชื่อมั่น และการยอมรับ โดยการรับรู้เพื่อให้ลูกค้าได้รู้ความเป็นนักกราฟิกมืออาชีพ และผลงานการออกแบบ กลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการส่งผลงานผ่านไมโครสต็อกต่างๆ และส่งผลงานเข้าระบบอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอซึ่งจะทำให้ลูกค้าเห็นผลงานการออกแบบและเป็นที่รู้จักในวงการการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ โดยส่วนมากจะขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 8 คนและขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 4 คน โดยไมโครสต็อกที่ขายส่วนใหญ่จะเป็น shutterstock, istockphoto, fotolia, dreamstime ฯลฯ ตามลำดับ ทั้งนี้ ไมโครสต็อกหลักๆ ที่ขายก็ยังคงเป็น shutterstock, istockphoto และ fotolia ขั้นตอนการสร้าง ความสนใจ กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการนำจุดเด่นในการออกแบบและความเป็นอัตลักษณ์ในผลงานของ

ตนเองมาใช้สร้างความสนใจ หรือดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาดูงานนิทรรศการของตนเอง โดยการการสร้างผลงานที่สื่อสารที่ชัดเจน จำนวน 4 คน เมื่อลูกค้าดูผลงานแล้วสามารถเข้าใจความหมายของภาพได้เลย ซึ่งรวมไปถึงหนึ่งภาพมีการนำเสนอที่หลากหลายมุมมองด้วยคุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน ก็เป็นสิ่งที่ให้นักกราฟิกให้ความสำคัญในการใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจของลูกค้า รองลงมาจะเป็นการเน้นเรื่องสีสันทัน จำนวน 2 คน และการเน้นการขายโอเดียรวมไปถึงความคิดสร้างสรรค์ในผลงานจำนวน 2 คน สุดท้ายจะเป็นการสร้างลายเซ็นให้ตัวเอง จำนวน 1 คน ขั้นตอนการสร้างภาพเชื่อมั่นกลุ่มตัวอย่างมีการสร้างความเชื่อมั่นโดยการสร้างความเป็นมืออาชีพให้กับตนเอง โดยการให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 6 คน และการศึกษาทฤษฎีของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 3 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน และขั้นตอนการยอมรับกลุ่มตัวอย่างมีการสร้างการยอมรับโดยการรักษาคุณภาพของงานหรือเผยแพร่ผลงานสม่ำเสมอของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบมากที่สุด จำนวน 5 คน ซึ่งนักกราฟิกส่วนมากจะให้ความสำคัญกับการส่งงานอย่างสม่ำเสมอ หากส่งงานไม่สม่ำเสมอหรือขาดส่งแล้วนักกราฟิกหลายคนพบว่ายอดดาวน์โหลดของตนเองน้อยลงจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ในขณะที่นักกราฟิกอีกส่วนหนึ่งก็ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองและพัฒนาผลงานอยู่เสมอ จำนวน 5 คน และการรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน ตามลำดับ

และ ด้านการรักษาอัตลักษณ์ของส่วนบุคคลส่วนมากมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านตัวบุคคล กลุ่มบุคคล และกลุ่ม facebook จำนวน 8 คน ที่ตั้งขึ้นมาสำหรับผู้ที่ย้ายภาพหรือภาพเวกเตอร์ออนไลน์ รองลงมาจะเป็นเป็นวิทยากรเผยแพร่ความรู้ จำนวน 2 คน ในลักษณะของเวทีให้ความรู้หรือกลุ่มคน ตัวบุคคลที่เข้ามาหาโดยตรง ยังมีนักกราฟิกบางคนมีการนำผลงานของตนเองไปโพสต์ในเพจบน facebook จำนวน 1 คน ที่ตนเองสร้างขึ้น และบางคนก็ไม่ได้เผยแพร่ความรู้มากนักเนื่องจากยังมีประสบการณ์ไม่มากเท่าคนอื่นจึงเป็นในลักษณะของการเสพมากกว่าเผยแพร่ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

1. กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน พบว่า ด้านการค้นหาค้นหาตนเอง มีความชอบและใจรักในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 2 คน มีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน จำนวน 1 คน และมีทั้งความชอบ ใจรักด้านการออกแบบพร้อมทั้งมีพื้นฐานด้านการออกแบบ จำนวน 1 คน ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต คือ ต้องการประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 2 คน ต้องการมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานในชีวิต จำนวน 1 คน และต้องการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 1 คน และแรงบันดาลใจหรือ

แรงขับเคลื่อน คือ ส่วนมากมีแรงบันดาลใจและแรงขับเคลื่อนคือ ครอบครัว จำนวน 3 คน และอีก 1 คน คือ การมีรายได้และการหาความรู้ใหม่ๆ ในการออกแบบ

ด้านการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง มีแนวทางที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) คือ การทุนจำนวน 2 คน ทั้งสองคนสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองด้วยการออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูน อีก 1 คนสร้างตัวการ์ตูนที่มีลักษณะเฉพาะและต่อยอดเป็นภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทอินโฟกราฟิก ไม่ได้ชอบภาพประเภทใดเป็นพิเศษ จำนวน 2 คน แต่ภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจและอินโฟกราฟิกได้มียอดขายดีสูงจึงออกแบบภาพประเภทนี้เป็นหลัก ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอนั้น มีตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอที่แตกต่างกัน คือ หาจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 คน หาตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์จากการอ่านหนังสือและในอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 คน มีการออกแบบภาพเวกเตอร์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวเองที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีเหมือนกันคือการติดตามทิศทางการออกแบบ

ด้านการสร้างการยอมรับ ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ มีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือ ขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก 2 คน โดยไมโครสต็อกหลักที่ทำรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock ขั้นตอนที่ 2 การสร้างความสนใจ มีวิธีสร้างความสนใจให้กับผลงานของตนเองโดยการ ใช้ไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ การสร้างลายเซ็นให้ตัวเอง สีสันสดเด่นโดดเด่น ความง่ายในการเข้าใจและการนำไปใช้งาน ขั้นตอนที่ 3 การสร้างความเชื่อมั่น มีการสร้างความเชื่อมั่นด้วยการรักษาความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 3 คน และสร้างความเชื่อมั่นด้วยการศึกษาของไมโครสต็อกและทำตามไม่ผิดกฎ จำนวน 1 คน และขั้นตอนที่ 4 การยอมรับ มีวิธีการสร้างการยอมรับที่แตกต่างกันคือ ความคงที่สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบ จำนวน 2 คน พัฒนาตนเองหรือพัฒนาผลงานอยู่เสมอ และรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน

และ ด้านการรักษาอัตลักษณ์ โดยการการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม คือ การเป็นวิทยากรเผยแพร่ความรู้ จำนวน 2 คน และ เผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กลุ่ม facebook จำนวน 2 คน

2. กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คนพบว่า ด้านการค้นหาตัวตน ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน จำนวน 4 คน รองลงมาคือ มีความชอบและใจรักในการออกแบบ จำนวน 3 คน และ อีก 1 คน พัฒนาตนเองจากการขายภาพออนไลน์มาเป็นขายภาพเวกเตอร์

ออนไลน์และมีความคุ้นเคยกับงานเวกเตอร์ ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความต้องการและเป้าหมายในชีวิต คือต้องการประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 4 คน รองลงมาคือ การมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตัวนักกราฟิกเอง จำนวน 3 คน และสุดท้ายคือการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 1 คน และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนส่วนมากมีแรงบันดาลใจหรือ แรงขับเคลื่อนจากความต้องการมีรายได้ จำนวน 3 การตั้งเป้าหมายในชีวิต ต้องการมีบ้าน มีรถ ท่องเที่ยว ฯลฯ จำนวน 3 คน และครอบครัว จำนวน 2 คน ตามลำดับ

ด้านการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง มีแนวทาง (ความเป็นตัวตน) ที่ชอบคือ ภาพการ์ตูน จำนวน 3 คน ซึ่งมีการต่อยอดผลงานการออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูนและอินโฟกราฟิก ชอบภาพประเภททิวทัศน์ จำนวน 3 คน และไม่ได้ชอบประเภทใดเป็นพิเศษ จำนวน 2 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ชอบภาพทิวทัศน์และไม่ได้ชอบภาพประเภทใดเป็นพิเศษมีการวิเคราะห์ภาพที่ถูกคัดค้านโหลดสูงจากแฟ้มสะสมผลงานของตนเองแล้วจึงนำไปเป็นแนวทางในการค้นหาและสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองให้โดดเด่น ส่วนตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองการออกแบบใหม่ๆ นั้นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะระดับปานกลาง ทั้งหมดมีตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองการออกแบบใหม่ๆ จากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต เช่น shutterstock, pinterest, dribbble ฯลฯ สุดท้ายคือผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเองมีการออกแบบภาพเวกเตอร์ที่ลักษณะเฉพาะตัวเองที่แตกต่างกันออกไป ในแง่ของ การเป็นต้นคิด ความแปลกแตกต่าง ความงาม ความง่าย ฯลฯ ส่วนการติดตามทิศทางการออกแบบนั้น กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการติดตามทิศทางการออกแบบอยู่เสมอจาก shutterstock, pinterest และ behance เป็นต้น

ด้านการสร้างการยอมรับ ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ มีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือ ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก มากที่สุด จำนวน 6 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์น้อยกว่า 5 จำนวน 2 คน ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีช่องทางการขายภาพออนไลน์ที่แตกต่างกัน แต่ไมโครสต็อกหลักๆ ที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่าง คือ shutterstock ขั้นตอนที่ 2 การสร้างความสนใจ มีการสร้างความสนใจให้กับผลงานของตนเองที่หลากหลาย คือ การสื่อสารที่ชัดเจน จำนวน 3 คน คุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน ใช้สีสัน จำนวน 1 คน ไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 1 คน ขั้นตอนที่ 3 การสร้างความเชื่อมั่น ส่วนมากให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงาน จำนวน 4 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน และ การศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 2 คน และสุดท้ายขั้นตอนที่ 4 การยอมรับ มีวิธีการสร้างการยอมรับที่แตกต่างกันคือ การพัฒนาตนเองและพัฒนาผลงานอยู่เสมอมากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบ จำนวน 3 คน และสุดท้ายคือการรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 1 คน ตามลำดับ

และ ด้านการรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล มีวิธีการรักษาอัตลักษณ์โดยการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคมที่แตกต่างกัน แต่จะมีวิธีการเผยแพร่โดยแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กลุ่ม facebook มากที่สุด จำนวน 6 คน เผยแพร่ความรู้โดยการนำผลงานของตนเองไปโพสต์ในเพจบน facebook จำนวน 1 คน และบางคนก็ไม่ได้เผยแพร่ความรู้อะไรมากนักเนื่องจากยังมีประสบการณ์ไม่มากเท่าคนอื่น จึงเป็นในลักษณะของการเสปมากกว่าเผยแพร่จำนวน 1 คน ตามลำดับ

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ด้านการค้นหาตัวตน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาตัวตนอยู่ 3 ประการคือ ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน โดยนักกราฟิก 3 กลุ่มนี้มีลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็งที่เหมือนกันได้แก่ มีความชอบและใจรักด้านการออกแบบอยู่แล้ว มีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน และพัฒนาตนเองมาจากการขายภาพออนไลน์ ส่วนความต้องการและเป้าหมายในชีวิตก็เช่นกัน ได้แก่ อยากทำงานหรืออาชีพอิสระ การมีเงินมีรายได้เสริม และการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ สุดท้ายเป็นแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนของนักออกแบบกราฟิก ได้แก่ ครอบครัว เงิน และสิ่งที่ตนเองตั้งเป้าหมายเอาไว้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการสร้างแบรนด์บุคคล (สุจรรยา โชติช่วง, 2554: 40) ที่สรุปได้ว่า การสำรวจค้นหา (discover) เป็นการสำรวจว่าคุณเป็นใครอะไรที่คุณต้องการทำในชีวิต สำรวจดูว่าเป้าหมาย แรงบันดาลใจของคุณคืออะไร แรงขับเคลื่อนคืออะไร ในขณะเดียวกันอาจสำรวจตรวจสอบจากบุคคลรอบข้างว่าคนอื่นพูดถึงคุณอย่างไร นอกจากนี้จะต้องสำรวจถึงจุดแข็งที่เหนือกว่าคนอื่น โดยไม่ต้องอายที่จะบอกกับทุกคน เพื่อเป็นการบอกว่าเราเก่งในเรื่องใด หรือสิ่งที่ทำให้คนอื่น ๆ หุุดสนใจ และแสดงความประหลาดใจในทางที่ดีกับตัวคุณ จากนั้นก็จะเริ่มสร้างแผนในการพัฒนาขึ้นมาโดยมีการกำหนดเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์การถ่ายภาพดิจิทัลสารคดีท่องเที่ยวของนักถ่ายภาพมืออาชีพของ Chen She Ying (2555: 199) ที่พบว่า การค้นหาตนเองของนักถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยว นั้น สาเหตุหรือแรงบันดาลใจที่ทำให้ให้นักถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยวธรรมชาติสนใจการถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยว คือ เกิดจากความสนใจส่วนตัว ด้วยมีความชอบในการเดินทางท่องเที่ยวและมีความชื่นชอบความสวยงามระหว่างการเดินทาง ทั้งนี้เพราะว่าอยากบันทึกความสวยงามและความรู้ที่ค้นพบระหว่างการเดินทางให้ผู้คนที่ไม่ได้ไปด้วยเห็นบ้าง จนกระทั่งเกิดการท่องเที่ยวด้วย นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ในการถ่ายภาพทิวทัศน์ด้วยกล้องดิจิทัล ของนักถ่ายภาพมืออาชีพ ของอนุสรณ์ วิจารณ์ปรีชา (2555: 391) ที่พบว่า การค้นหาตัวตน ลักษณะที่โดดเด่น แรงบันดาลใจ หลักคิดและปฏิบัติของนักถ่ายภาพทิวทัศน์ของนักถ่ายภาพมืออาชีพมีปัจจัยที่

เกี่ยวข้องคือ แนวภาพที่ชอบ โดยนักถ่ายภาพจะมีลักษณะที่โดดเด่นแตกต่างกัน ประเภทภาพที่ชอบ ของอภินันท์ บัวหภักดี จะชื่นชอบถ่ายภาพวิวทัศนทะเล วรรณ สุวรรณโณ ชื่นชอบการถ่ายภาพทะเล ริมชายฝั่งในฤดูร้อนและฤดูหนาวด้วยการใช้เลนส์นอร์มอลและเลนส์เทเล วิชาลน้ำค้างชื่นชอบ ถ่ายภาพธรรมชาติเพราะเคยเป็นนักวาดภาพสีน้ำมาก่อน เป็นต้น

ด้านการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ความโดดเด่น ความแตกต่าง แก่นแท้ ความรู้ ทักษะ จุดยืน ประสบการณ์ ของกลุ่มตัวอย่าง มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลงานที่มีบุคลิก ของตนเองอยู่ 3 ประการ ได้แก่ แนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ การหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยกลุ่มนักกราฟิกทั้ง 2 กลุ่มมีแนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) ที่เหมือนกัน ได้แก่ การวาดภาพแนวการ์ตูน ส่วนการวางแผนการออกแบบนั้นนักกราฟิกส่วนใหญ่จะ เป็นการหาไอเดียจาก keyword หรือ concept ที่ตั้งไว้ รองลงมาคือการวิเคราะห์คู่แข่ง และ ตัวอย่าง ด้านความคิดสร้างสรรค์ การหามุมมองใหม่ๆ ของนักกราฟิกส่วนใหญ่มีการหาตัวอย่างหรือมุมมอง ใหม่ๆ จากเว็บไซต์ต่างๆ ทั้งจาก pinterest, behance, shutterstock, dribbble, microstock หรือ ใน google ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างแบรนด์บุคคล (เสริมยศ ธรรมรักษ์, 2554: 113-116) ที่ว่าการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลเป็นการสร้างเอกลักษณ์บุคคลที่มีผลต่อการกระตุ้นให้เกิด การตอบสนองและมีความหมายในเชิงอารมณ์ต่อผู้ชมหรือบุคคลอื่นเกี่ยวกับคุณค่าหรือคุณภาพของ บุคคลนั้นๆ งานหรือธุรกิจที่บุคคลนั้นกำลังทำงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ ในการถ่ายภาพทัศนด้วยกล้องดิจิทัล ของนักถ่ายภาพมืออาชีพของ อนุสรณ์ วิจารณ์ปรีชา (2555: 421) ที่พบว่า การสร้างผลงานที่มีบุคลิกของตนเอง (ความโดดเด่น ความแตกต่าง แก่นแท้ ความรู้ ทักษะ จุดยืน ประสบการณ์) พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลงานที่มีบุคลิกของตนเอง คือ ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ การประยุกต์ทฤษฎีถ่ายภาพเพื่อการใช้งานจริง การรู้จักกล้อง อุปกรณ์ของตนเองและใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ รวมถึงการรู้ขั้นตอนการทำงาน

ด้านการสร้างการยอมรับ ของกลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการยอมรับ คือ การรับรู้ การสร้างความสนใจ การสร้างความเชื่อมั่น และการยอมรับ ซึ่งส่วนใหญ่จะเห็นว่าการสร้าง ผลงานที่สื่อสารชัดเจนกับคุณภาพของผลงาน รวมทั้งการส่งภาพเวกเตอร์เข้าระบบอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ เป็นสิ่งที่มีผลกับการสร้างการยอมรับและสามารถทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกดาวน์โหลด ภาพเวกเตอร์ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ กระบวนการของผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า (path to purchase) ของ PP (2560: ระบบออนไลน์) ซึ่ง google และ TNS ทำการสำรวจในกลุ่มโทรคมนาคม (telco) เพื่อศึกษาวิธีเลือกเครือข่ายและแพ็คเกจโทรศัพท์มือถือจากผู้ซื้อแพ็คเกจโทรศัพท์มือถือ ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 500 คนทั่วประเทศ และพบว่า เวลาตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แบ่ง ออกมาได้ 4 ช่วงสำคัญ ได้แก่ 1) มีปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความสนใจซื้อ (consideration trigger) ทั้ง จากโฆษณา หรือแพ็คเกจที่ใช้อยู่หมดโปรโมชั่น 2) การหาข้อมูลเบื้องต้น (initial research) 3) ช่วง

หาข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อหาสิ่งที่เหมาะสมกับตัวเอง (further research) 4) การหาข้อมูล ณ จุดขาย (research at POS) ซึ่งนับรวมทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ และสอดคล้องกับบทความเรื่อง Customer Journey เมื่อผู้บริโภคฉลาดขึ้น และรู้ทันแบรนด์มากขึ้น ของ Fayossy (2559: ระบบออนไลน์) ที่กล่าวถึง consideration ไว้ว่า ความตั้งใจซื้อสินค้า เมื่อได้ข้อมูลที่เพียงพอแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีแบรนด์อยู่ในใจ และมีความตั้งใจที่จะไปซื้อ แต่ถ้าเจอแบรนด์อื่นๆ ที่น่าสนใจกว่า ก็พร้อมจะเปลี่ยนใจทันที

และ ด้านการรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ของผู้ให้ข้อมูลนักกราฟิกมืออาชีพ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ได้แก่ การรักษาคุณภาพของงานหรือเผยแพร่ผลงานสม่ำเสมอ และการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม โดยการรักษาคุณภาพของงานหรือเผยแพร่ผลงานอย่างสม่ำเสมอของนักกราฟิกส่วนใหญ่ คือ ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงาน (ภาพเวกเตอร์) เข้าระบบ และการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม คือ มีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านตัวบุคคล กลุ่มบุคคล และกลุ่ม facebook ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี 5 กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ของ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2552: ระบบออนไลน์) ที่กล่าวถึง brand loyalty การภักดีต่อ Brand สิ่งสำคัญก็คือ CRM (Customer Relationship Management) ให้ลูกค้ามั่นใจ วางใจ ศรัทธา โครงการใช้สินค้าของเราไปสู่การบอกต่อ และบทความเรื่อง 5 กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ของสุดปฐพี เวียงสี (2557: ระบบออนไลน์) กล่าวถึง การสร้าง brand loyalty คือ การทำให้ลูกค้าจงรักภักดี บอกต่อ โดยใช้เครื่องมือ CRM มาช่วย และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง กระบวนการสร้างแบรนด์บุคคลของ สุจรรยา โชติช่วง (2554: 40) ที่พบว่าการรักษาให้คงไว้ (maintain) เมื่อแบรนด์บุคคลมีความชัดเจนและแข็งแกร่งขึ้นในทุกวัน การทำงานใหม่ๆ ของคุณรวมถึงรางวัลที่ได้รับ การแสดงความคิดเห็นต่างๆ การปรากฏตัวในงานสำคัญต่างๆ การนำเสนอความเป็นตัวของตัวเอง ทุกๆ อย่างที่สร้างขึ้นจะต้องรักษาและคงสภาพความเป็นตัวตนไว้ หรือเรียกว่าทำตัวเองให้ อยู่ในร่องในรอย คงเส้นคงวา (consistency) อย่าให้เกิดรอยสะดุด (seamless) เมื่อบุคคลต่างๆ ได้มีโอกาสพบเห็น เมื่อกลายเป็นแบรนด์บุคคลที่ได้รับความนิยม ชื่อเสียงของจะถูกนำเสนอไปในหลายๆ ช่องทาง ผ่านเว็บไซต์ ผ่านบล็อก ผ่านสื่อสังคมต่างๆ (social media) อาทิ facebook, twitter รวมถึงช่องทางวิดีโอ เช่น youtube รวมถึงช่องทางอื่นๆ จะต้องติดตามแบรนด์บุคคลของตนเองอย่างใกล้ชิดตลอดเวลา นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์การถ่ายภาพดิจิทัลสารคดีท่องเที่ยวของ นักถ่ายภาพมืออาชีพของ Chen She Ying (2555: 199) ที่พบว่าการรักษาแบรนด์บุคคลของ นักถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยว นักถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนักถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทั้งหมดมีแนวคิดและวิธีการรักษาแบรนด์ของตนเอง คือรักษาแบรนด์ของตนโดยการรักษาคุณภาพของผลงานภาพถ่าย ด้วยความรัก ความชอบและความตั้งใจ สำหรับผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนักถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยวเชิงศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม ส่วนมากมีแนวคิดและวิธีการรักษาแบ

รนต์ของตนด้วยการรักษาคุณภาพของผลงานภาพถ่ายและนำเสนอผลงานโดยผ่านช่องทางต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ในการถ่ายภาพทิวทัศน์ด้วยกล้องดิจิทัลของนักถ่ายภาพมืออาชีพของ อนุสรณ์ วิจารย์ปริชา (2555: 391) ที่พบว่าการรักษาอัตลักษณ์ ชื่อเสียง คุณภาพ คุณค่า การเป็นประโยชน์ต่อสังคม เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ในการถ่ายภาพทิวทัศน์ด้วยกล้องดิจิทัลของนักถ่ายภาพมืออาชีพ พบว่า ปัจจัยเสริมแรง ได้แก่ ใจรัก สนุกกับงานที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลปะ สร้างเครือข่าย รักษาคุณภาพของผลงานหรือเผยแพร่ผลงานให้เห็นสม่ำเสมอสู่สังคม และเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม

ตอนที่ 3 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายภาพเวกเตอร์ ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

การออกแบบและการสื่อความหมายในงานกราฟิกเวกเตอร์ เป็นกระบวนการและเทคนิคในการออกแบบภาพเวกเตอร์ ส่งผลไปถึงการออกแบบภาพเวกเตอร์ที่แตกต่างไปจากเดิมและก่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม รวมไปถึงการออกแบบที่มีสัญลักษณ์และสามารถสื่อความหมายของภาพที่จะให้ผู้ซื้อภาพได้รู้ถึงการสื่อความหมายของแต่ละภาพเวกเตอร์ที่นักกราฟิกนั้นได้ถ่ายทอดออกมาบนภาพเวกเตอร์นั้นๆ เพื่อเป็นการเชื่อมโยงความคิดหรือความรู้สึกให้เห็นพ้องต้องกันของนักกราฟิกไปยังผู้ซื้อ ดังนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งเทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายด้วยภาพออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ และการสื่อความหมาย โดยมีรายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

แผนผังสรุปผลการวิจัย ตอนที่ 3
เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจ
ของนักกราฟิกมืออาชีพ



ภาพที่ 33 แผนผังสรุปผลการวิจัย ตอนที่ 3 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

1. เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์

จากการวิจัยพบว่า เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 5 ประการ ได้แก่ อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ อุปกรณ์เสริม โปรแกรมที่ใช้ออกแบบ เทคนิคการออกแบบ ภาพเวกเตอร์ และแหล่งเรียนรู้ รายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

1.1 อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ

อุปกรณ์หลักที่กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ใช้ในการออกแบบ คือ ใช้ MacBook มากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 3 คน อีกทั้งยังมีกลุ่มตัวอย่าง บางส่วนที่ใช้ notebook ธรรมดา จำนวน 1 คน Mac Mini จำนวน 1 คน และ ใช้ทั้ง Mac ทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบ จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

1.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ใช้ MacBook จำนวน 3 คน และ ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบจำนวน 1 คน ซึ่งการใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบของกลุ่มตัวอย่างนั้น ไม่ได้สร้างปัญหาให้กับกลุ่มออกแบบเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการนำจอที่ใช้ไป calibrate เพื่อให้เพื่อสีที่ถูกต้องสมจริง รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ใช้ MacBook ในการออกแบบ

“... ตอนทำแรกๆ ใช้ notebook ตอนนั้นก็ไม่ได้คิดว่ามันต่างอะไร มาก แต่พอตอนนี้เปลี่ยนมาใช้ Mac สีนี้ต่างกันเยอะพอสมควร ก็ต้องปรับตัวอยู่ ระยะเวลาหนึ่ง ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2561)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“.. ผมใช้ MacBook ครับ ผมมองว่าไม่ว่าจะ Mac หรือ PC หรือ จออะไรไหนสีมันก็เพี้ยนเหมือนกันหมดนั่นแหละ เพียงแต่ว่า เรามองว่าลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าชาวต่างชาติ ผังยุโรปที่เค้าใช้ Mac เป็นหลักกัน ถ้าผมใช้ Mac ลูกค้าก็ใช้ Mac ถึงสีที่จอผมจะเพี้ยนแต่สีเพี้ยนๆ ของผมไปตรงกับสีที่ ลูกค้าเห็น โอกาสที่จะทำให้ลูกค้าเลือกงานของเราก็ค่อนข้างสูงด้วยเหมือนกัน ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบ

“... พี่ใช้ PC ออกแบบค่ะ ก็ไม่มีปัญหาอะไรนะ พี่เอาจอไป calibrate ที่ร้านค่ะ ก็ไม่ก็ร่อนนะคะ อีกอย่างพี่ก็จะทำเป็นประจำคือใช้โค้ดสี เดิมที่เราเคยออกแบบไว้ และเทียบสีจากภาพที่ติดป๊อปเอา ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

3) ใช้ทั้ง Mac และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบ

“... ผมจะใช้ทั้ง Mac ทั้ง PC เลยครับ Mac จะใช้เวลาออกไปข้างนอกครับ ต้องยอมรับเลยว่าพวกจอ พวกสี แบต ของ Mac นี่เหนือกว่า PC หรือ notebook ยิ่งแบตของ Mac อัตราหนึ่งเอวี่ทำงานได้ทั้งวันเลย ส่วน PC ของผมจะใช้ตอนอยู่บ้านส่วนมากก็อยู่บ้านเป็นหลักนะ จ้อจอดีๆ calibrate จอก็คือไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องสีครับ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

1.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากใช้ MacBook ในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบ จำนวน 2 คน และ notebook จำนวน 1 คน MacMini จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ใช้ MacBook ในการออกแบบ

“... ผมใช้ MacBook ครับมันสะดวกกับการเดินทางหรือออกนอกสถานที่ แบตอยู่ได้นานดีเวลาไปทำงานข้างนอก...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ตอนนี้อยู่ MacBook แล้วครับ ตอนแรกผมก็ใช้ notebook นี่แหละครับ ASUS พอมันเสียก็เลยเปลี่ยนมาใช้ Mac ก็ไม่ได้มีปัญหาอะไรนะ

ครับ ตอนเปลี่ยนผมใช้สีจากการจัมสีเอา ตอนใช้ notebook ก็ดูภาพตัวอย่างในโทรศัพท์อีกรอบประกอบกัน iPhone ช่วยๆ กัน ส่วนมากเรื่องสีเรื่องอะไรพวกนี้จะไม่ค่อยมีปัญหาครับ ช่วงใหม่ๆ จะมีปัญหานั่นเรื่องการขายหรือการออกแบบอื่นๆ ให้ตรงกับหลักของสต็อก ตอนนั้นก็ทำมานานแล้วทำจนคล่องและรู้กฎทุกอย่างของเค้าแล้วครับ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ใช้ MacBook ครับ เมื่อก่อนผมก็เคยใช้ PC มาเหมือนกัน แต่พอทำงานพวกนี้เยอะๆ เรื่องภาพเรื่องการออกแบบก็เลยตัดสินใจเปลี่ยนมาใช้ Mac เอา แต่ใช้ว่าจอ Mac จะเป็นนะ ก็ต้องเอาจอไป calibrate เหมือนกันจะได้สีที่ตรงตาม RGB ส่วนมากเรื่องสีจะเป็นปัญหากับพวกแต่งภาพ การแสดงผลภาพมากกว่า ตอนมาทำ vector ก็ไม่ค่อยมีผลเยอะมาก ส่วนมากก็มีการต่อยอดจากไฟล์งานเดิม จัมสีเอาครับ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมใช้ MacBook ครับ จอ Mac สีที่ตรงกับการ print มากกว่าเวลาที่ลูกค้าซื้องานแล้วไป print หรือใช้งานสีจะตรงกว่า พวกระบบค้นหาไฟล์จะง่ายกว่าวินโดวส์ด้วย Mac เครื่องจะไม่ค้างง่าย OS เสถียร อีกอย่างคือ แบตอีกครับ ใช้งานได้นาน น้ำหนักเบา เหมาะกับผมมาก เพราะบางทีผมก็มีออกไปทำงานข้างนอกบ้าง ร้านกาแฟบ้าง ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบ

“... ใช้ PC ออกแบบค่ะ ส่วนตัวมองว่า PC สเปกจะสูงแต่ราคาค่อนข้างจะต่ำกว่า notebook คือตัวเองไม่ค่อยได้ออกไปข้างนอกบ้านอยู่แล้ว ชอบนั่งทำงานที่บ้าน ก็เลยไม่มีปัญหาเรื่องการเปลี่ยนที่ทำงานเท่าไร ส่วนใหญ่ถ้า

ไปข้างนอกก็ไปหาไอเดียมากกว่า หรือไม่ก็ไปพักผ่อน ทำหัวให้โล่งๆ จะได้
กลับมาออกแบบงานหรือหาไอเดียใหม่ค่ะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ใช้ PC ครับ ส่วนมากจะทำงานอยู่ที่บ้าน ที่จริงเรื่องความเพี้ยน
ของสีก็พอรู้ว่า Mac จะให้สีที่ตรงกว่า แต่ใช้ว่าจะใช้ PC ไม่ได้เลย เท่าที่ผม
ศึกษามาจะมีจอของ Dell ที่ให้สีที่ค่อนข้างตรง เท่าที่ผมศึกษาหาข้อมูลมาก็ได้
เป็นจอ Dell รุ่น U2413 ตอนนั้นนะครับประมาณ 3-4 ปีก่อนตอนนี้อาจจะ
มีรุ่นใหม่มาละ จอรุ่นนี้ต้องสั่งนะ ราคาสูงหน่อย...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) ใช้ notebook ในการออกแบบ

“...ถ้าทำงานข้างนอก ใช้ notebook ครับ แต่ถ้ากลับไปทำงานที่
ห้องจะต่อกับจอแยกอีกที เป็นจอ Dell เท่าที่ผมหาข้อมูลมาก็เห็นว่าสีของจอ
ใกล้เคียงกับ Mac ไม่ค่อยเพี้ยนเท่าไร ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

4) ใช้ Mac Mini ในการออกแบบ

“... ตอนแรกผมใช้ notebook ออกแบบครับ แต่ช่วงหลังๆ พอได้
ย้ายออฟฟิศมาทำงานกับออฟฟิศใหม่ ทางออฟฟิศเค้าซื้อ Mac Mini ให้ใช้งาน
ครับ คือออฟฟิศใหม่เค้าก็ไม่ว่าอะไรด้วยเรื่องเราเอาคอมกลับไปใช้งานที่บ้าน
เพราะบางครั้งก็มีการทำงานช่วงหลังเลิกงานบ้าง ก็อาศัยเอามาออกแบบงาน
ของเราไปด้วย ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

ตารางที่ 14 อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ

กลุ่มตัวอย่าง	อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ตอนทำแรกๆ ใช้ Notebook ตอนนี้เปลี่ยนมาใช้ MacBook แล้ว
Max2	ใช้ MacBook
Max3	ใช้ PC ออกแบบ
Max4	ใช้ทั้ง PC ทั้ง MacBook
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ใช้ MacBook สะดวกกับการเดินทางหรือออกนอกสถานที่
Medium2	ใช้ Notebook ต่อกับจอ dell
Medium3	ใช้ PC ออกแบบ
Medium4	ตอนแรกใช้ Notebook ปัจจุบันใช้ Mac mini
Medium5	ตอนนี้ใช้ MacBook เมื่อก่อนใช้ Notebook Asus
Medium6	ใช้ MacBook
Medium7	ใช้ PC คู่กับจอของ Dell
Medium8	ใช้ MacBook

1.2 อุปกรณ์เสริมในการออกแบบ

อุปกรณ์เสริมที่กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ใช้ในการออกแบบคือ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 คน ใช้อุปกรณ์เสริมในการออกแบบและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน ไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริมในการออกแบบ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อุปกรณ์เสริมในการออกแบบส่วนมากใช้เมาส์ปากกาช่วยในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 6 คน และใช้โทรศัพท์จอโตเดียว จำนวน 1 คน ใช้กระดาษหรือสมุดจอโตเดียว จำนวน 1 คน เครื่องสแกน จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

1.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ทั้งหมดใช้เมาส์ปากกาเป็นอุปกรณ์เสริมในการออกแบบ ทั้งกลุ่มตัวอย่างบางคนยังให้คำแนะนำในเรื่องการใช้อุปกรณ์เสริมด้วย เพื่อเป็นการถนอมสุขภาพของนักกราฟิกในระยะยาว ซึ่งรายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ใช้เมาส์ปากกา ช่วยให้ง่ายในการออกแบบระดับหนึ่ง แต่จะใช้โทรศัพท์ช่วยจอโตเดียวด้วย อยากที่บอกงานจะเป็นแนวโอเดียมากกว่า อาศัย

โทรศัพท์โน้ตบุ๊ค note5 (โทรศัพท์ samsung galaxy note5) ชื่อมาค้มมาก
คิดอะไรได้ก็จดเลย คิดออกตอนไหนก็จดได้ตลอด ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...ใช้ เมาส์ปากกาของ wacom ครับ ใช้เมาส์ปากกาแรกๆ จะ
ลื่นๆหน่อย พอปรับมือได้จะมันมาก พอถนัดเข้าก็หาถุงมือกันจอบที่ใช้วางมือ
เขียนบนพวกแท็บเล็ตอะครับ มาใช้มันช่วยได้มากเลยนะ จับปากกาได้ถนัดดี
ก็ช่วยให้ทำงานง่ายขึ้น ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ที่จริงพวกอุปกรณ์เสริมนี้ที่สำคัญนะ เพราะเราต้องนั่งทำงาน
หน้าคอมทุกวันวันละหลายๆ ชั่วโมงติดต่อกัน อย่างพินิ้วเลยมีปัญหาเรื่องปวด
แขนร้าวขึ้นมาถึงไหล่เลย คือแทบจะคลิกเมาส์ไม่ได้เลย หมอบอกว่าเป็นโรค
ออฟฟิศซินโดรม ถ้าใช้พวกเมาส์ปากกาบวกับออกกำลังกายคงไม่เป็นขนาด
นี้ ก็ฝาน้องไว้ด้วยละกัน ถ้าจะทำงานนานๆ พวกอุปกรณ์เสริมกับออกกำลัง
กายสำคัญมาก ไม่ใช่เราทำงานได้เงินแล้วกลับต้องเอาเงินมารักษาโรค
ของเราเอง ไหมว อ้อ... หมอนรองก้นกับหมอนรองหลังก็น่าจะช่วยให้ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ใช้เมาส์ปากกาเสริมครับ เราทำงานด้านนี้โดยตรงยังงั้นก็
สะดวกในการออกแบบดี ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

1.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ใช้เมาส์ปากกาช่วยในการออกแบบ จำนวน 2 คน ใช้โทรศัพท์จอไอเดีย จำนวน 1 คน ใช้กระดาษหรือสมุดจอไอเดีย จำนวน 1 คน เครื่องสแกน จำนวน 1 คน และอีก 3 คน ไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริมช่วยในการออกแบบ รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) เมาส์ปากกา

“... ใช้เมาส์ปากกาเสริมครับ ช่วยวาดรูปออกแบบ ขอบวาดรูปอยู่ แล้วใช้เมาส์ปากกาแล้วมันถนัดดี ถึงไม่เหมือนกับวาดสด ดินสอ กระดาษ แต่ก็ดีกว่าใช้เมาส์นะ ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...ใช้เมาส์ปากกาของ wacom intuos ครับ ทำงานด้านนี้ผมว่าจำเป็นนะ อย่างน้อยผมว่ามันก็สิ้นกว่าใช้เมาส์ ส่วนภาพที่ออกมาต่างกับใช้เมาส์ธรรมดาด้วย ก็ไม่ต่างกันครับ ต่างกันที่ความสะดวกสบายในการทำงานมากกว่า ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ใช้โทรศัพท์จอไอเดีย

“... ถ้าเป็นเสริมพวกคอมไม่ได้ใช้ครับ เมาส์ปากกาก็ไม่ได้ใช้ครับ ถนัดเมาส์ธรรมดามากกว่า ใช้โทรศัพท์ช่วยจอไอเดียเอา เครื่องที่ใช้อยู่นี้ก็ note 5 (samsung galaxy note 5) ครับ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

3) ใช้กระดาษหรือสมุดจอไอเดีย

“... ไม่ได้ใช้เมาส์ปากกาค่ะ ส่วนมากจะจอไอเดียในกระดาษหรือพวกสมุดมากกว่า ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

4) เครื่องสแกน

“... ผมใช้เครื่องสแกนบ้างบางครั้งครับ คือตอนแรกผมจะร่างภาพ ออกมาก่อนแล้วค่อยเอามาสแกน แล้วเอามาดราฟท์ (draft) ต่อในคอม และส่ง ภาพที่สแกนไปพร้อมกับภาพที่เราส่งไปขาย...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

5) ไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริม

“... ไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริมอะไรนะครับ ถ้ามีงานดราฟท์ (draft) ก็จะใช้เมาส์นิ้แหละ ใช้จนชินละ อนาคตคิดว่าจะซื้ออยู่นะ แต่ถ้าซื้อมาใช้คงต้อง ปรับอะไรหลายๆ อย่างเหมือนกัน ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริมครับ ไม่ได้สเก็ตซ์ภาพข้างนอกด้วย วาด สดในคอมเลย ใช้เมาส์นิ้แหละครับ ทำบ่อยๆ ก็ชิน ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ใช้แต่คอมพิวเตอร์ดานิแหละครับ ไม่ได้ใช้เมาส์ปากกา ใช้เมาส์ก็ ถนัดดี แต่มีโอกาสคิดว่าจะเปลี่ยนไปใช้อยู่ ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 15 อุปกรณ์เสริมในการออกแบบ

กลุ่มตัวอย่าง	อุปกรณ์เสริมในการออกแบบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ใช้เมาส์ปากกาช่วยออกแบบ ใช้โทรศัพท์ช่วยจดไอเดีย
Max2	ใช้เมาส์ปากกาของ Wacom ใส่ถุงมือไม่ให้ลื่น
Max3	เมาส์ปากกา
Max4	ใช้เมาส์ปากกาช่วยออกแบบ สะดวกดี
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ใช้เมาส์ปากกาช่วยออกแบบ
Medium2	ไม่ได้ใช้เมาส์ปากกา ใช้โทรศัพท์ช่วยจดไอเดีย
Medium3	จดไอเดียในกระดาษ/ สมุด
Medium4	ไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริม
Medium5	เครื่องสแกน, เมาส์ปากกา
Medium6	ไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริม
Medium7	ใช้เมาส์ปากกาของ Wacom intuos
Medium8	ไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริม

1.3 โปรแกรมที่ใช้ออกแบบ

โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน พบว่า ผลการสัมภาษณ์นักกราฟิกทุกคนใช้โปรแกรมการออกแบบเดียวกันคือโปรแกรม adobe illustrator รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“... ใช้ AI โปรแกรมเลย ไม่ได้มีพื้นฐานมาก่อนไง อาศัยศึกษาจาก youtube นิแหละ ตอนนี่ก็ไม่ได้เก่งอะไรมากนักนะ ใช้เฉพาะเครื่องมือที่จำเป็น ตอน export file ก็ export ใน AI นิแหละ ไม่ได้เอาไปทำในโปรแกรมอื่น...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ออกแบบใน AI ครับ เออ... ก็วาดสไปเลย มีร่างไอเดียใน กระดาษบ้าง แต่ไม่ได้ร่างจริงๆ จังๆ แบบเอามาตราฟท์ (draft) เอา ก็ไม่ใช่ ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมออกแบบใน AI ครับ โปรแกรมพื้นฐานสำหรับทำเวกเตอร์ที่ รู้จักกันดีอยู่แล้ว เคยศึกษา โปรแกรม inkscape อยู่ครับ แต่ก็ไม่ใช่ เลือกใช้ AI เพราะว่ามีคนใช้เยอะ ถ้าติดอะไรหาวิธีทำวิธีแก้ไขในเว็บได้ง่าย...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... อิลลัสชั่นแหละค่ะ เหมือนคนอื่นๆ ที่เค้าออกแบบกัน เห็นมี โปรแกรมอื่นที่ใช้ออกแบบเหมือนกันแต่เราชินกับเครื่องมือของ adobe มากกว่า ตอนมาทำก็เลยหัดแต่อิลลัส หัดจากการอ่านหนังสือขายเวกเตอร์ ออนไลน์ แล้วก็ดูเทคนิคใน youtube บ้างค่ะ การขายเวกเตอร์การ์ตูน Medium7 (เรียกชื่อตัวเอง) มองว่าเป็นการขายที่เน้นไอเดียของเราในการสื่อ ความหมายมากกว่า พวกเครื่องมือหรือโปรแกรมก็ใช้เท่าที่จำเป็นค่ะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ใช้ AI ของ adobe ครับ มันชินกับเครื่องมือเพราะถ่ายรูปขาย มาก่อน ก็ต้องใช้ photoshop แต่งภาพขายอยู่แล้ว ถ้าให้เริ่มเรียนรู้โปรแกรม ออกแบบเวกเตอร์มันก็ต้อง อิลลัสชั่นแหละครับ เครื่องมือการใช้งานมันพอๆ ไป กันได้กับ photoshop อีกอย่างพวกตระกูล adobe เป็นตระกูลที่คนใช้เยอะ ถ้าเราติดขัดปัญหาตรงไหนก็หาคนช่วยแก้ได้เยอะ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ใช้ AI ออกแบบครับ ใช้มาตลอดตอนเข้ามาทำสต็อกไม่ได้มี ปัญหาเรื่องโปรแกรมเพราะทำเป็นอยู่แล้ว ก็ไม่ได้อะไรมาก สิ่งที่ต้องศึกษา ก็พวกกฎพวกข้อห้ามของสต็อกแต่ละเว็บว่าเค้าห้ามอะไร เค้าไม่ให้ใช้เครื่องมือ

หรือเทคนิคไหน อันนี้ผมมองว่าสำคัญกว่า เพราะถ้าเราส่งรูปไป เทคนิคดี ภาพสวย แต่ผิดกฎของสต็อกภาพก็ไม่ผ่านอยู่ดี ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ออกแบบในอิลลัสเตรเตอร์ ก็เห็นว่ามีโปรแกรมอื่นเหมือนกัน พวก SKETCH 3, vector magic แต่โปรแกรมพวกนี้ไม่เคยใช้เลย ตอนแรกๆ ที่ออกแบบงานขายพี่ก็ใช้อิลลัสเตรเตอร์อะคะ มันจะตกรุ่นหน่อยๆ พอมีรายได้ จากสต็อกมากขึ้นก็เปลี่ยนมาใช้แบบถูกลิขสิทธิ์รายเดือนเอา มันใหม่กว่า เครื่องมือต่างๆ ก็ใช้งานง่ายกว่า แต่สำหรับพี่ พี่ว่ารุ่นใหม่หรือเก่ามันก็ได้ ต่างกันมากนะ อยู่ที่ว่าเราจะใช้เครื่องมือเป็น ใช้เครื่องมือคล่องมากกว่า ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ใช้ AI ครับ ก็ไม่ได้ใช้โปรแกรมอื่น คือตัวของโปรแกรมเนี่ยจะไม่ค่อยมีปัญหาเท่าไร คือใช้โปรแกรมนี้นมาตั้งแต่เรียน ตั้งแต่ทำงานแล้ว มันชิน กับโปรแกรมของ adobe ไปแล้วครับ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ก็อิลลัสเตรเตอร์ครับ ด้วยความที่อิลลัสเตรเตอร์เป็นโปรแกรมแรกที่ผม ใช้ การที่เราจะหัดสักโปรแกรมผมว่ามันใช้เวลาพอสมควรนะ ไม่ต้องเอาให้เก่ง อะไรมากหรอก แค่ใช้งานได้นั้นมันก็กินเวลาหลายเดือนอยู่ ยิ่งถ้าใช้มานานหลาย ปี การที่จะเปลี่ยนไปใช้โปรแกรมอื่นที่ความสามารถใกล้เคียงกันและไม่ได้มีอะไรที่โดดเด่นไปกว่ากันอย่างชัดเจน มันก็เป็นเรื่องของเวลาที่ต้องเสียไปด้วย นะครับ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“.. ใช้ AI ครับเพราะใช้ AI เป็นแต่แรก และในสต็อกโปรแกรม AI จะมีปัญหาน้อยมากและเข้ากันได้กับ eps 10 มากกว่าโปรแกรมอื่น ไมโครสต็อกก็เค้าก็แนะนำให้ใช้ AI ด้วยถ้าใช้โปรแกรมอื่นอาจมีปัญหากับไฟล์ esp. ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ใช้อีลล์สออกแบบครับ ผมใช้โปรแกรมนี้มาตั้งแต่แรกอยู่แล้ว ตอนไม่ได้ส่งงานสต็อกก็ไม่ใช่ของแท้หรอกครับ แต่พอมาทำสต็อกเค้าค่อนข้างจะตรวจเข้มเรื่องลิขสิทธิ์ เลยใช้แบบรายเดือนเอาครับ พวก adobe โปรแกรมละ 600 บาท/เดือน ซื้อมาแบบเหมาๆ 1,500 บาท/เดือน โปรแกรม photoshop กับโปรแกรม lightroom 300 บาท/เดือนครับ ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ผมใช้ AI ออกแบบครับ ด้วยความที่ผมไม่มีพื้นฐานการออกแบบมาก่อน ตอนศึกษาก็หาข้อมูลในเน็ต ใน youtube จะมีเว็บหรือบทความ พวกสอน AI เยอะกว่าโปรแกรมอื่น ลองใช้ AI ก็ใช้มาจนถึงทุกวันนี้ครับ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 16 โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบ

กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ใช้ Adobe Illustrator ใช้เฉพาะเครื่องมือที่จำเป็น
Max2	ใช้ Adobe Illustrator ออกแบบ เป็นโปรแกรมแรกที่ใช้ออกแบบ
Max3	ใช้ Adobe Illustrator ตอนแรกใช้โปรแกรมฟรีแบบตกรุ่น ตอนนี้นำใช้ถูกลิขสิทธิ์แบบรายเดือน
Max4	ใช้ Adobe Illustrator ออกแบบ

ตารางที่ 16 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ใช้ Adobe Illustrator
Medium2	ใช้ Adobe Illustrator เป็นโปรแกรมพื้นฐานออกแบบเวกเตอร์ คนใช้เยอะ ติดขัดอะไรหาวิธีแก้ไขง่าย
Medium3	ใช้ Adobe Illustrator ชินกับเครื่องมือของ Adobe
Medium4	ใช้ Adobe Illustrator ออกแบบ ใช้มาตั้งแต่เข้ามาทำสต็อก
Medium5	ใช้ Adobe Illustrator ใช้มาตั้งแต่เรียน
Medium6	ใช้ Adobe Illustrator ชินกับเครื่องมือ เพราะใช้ Photoshop มาก่อน
Medium7	ใช้ Adobe Illustrator ออกแบบ ใช้เป็นตั้งแต่แรก
Medium8	ใช้ Adobe Illustrator ออกแบบ ใช้มาตั้งแต่แรกอยู่แล้ว

1.4 เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์

เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับการจัดองค์ประกอบและจุดตัดเก้าช่องมากที่สุด จำนวน 5 คน ซึ่งการจัดองค์ประกอบมีการใช้ทฤษฎีจุดตัดเก้าช่องมาช่วยในการออกแบบ ลำดับถัดมาจะเป็นการออกแบบโดยการเน้นจุดสนใจหรือตัวการ์ตูนหลัก จำนวน 4 คน จะมีการวางตัวการ์ตูนหลักเป็นเป็นจุดเด่นหรือจุดสนใจ และจัดองค์ประกอบอื่นๆ ที่หลัง และสุดท้ายจะเป็นการนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน จำนวน 3 คน การจัดองค์ประกอบให้เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ จำแนกได้ดังนี้

1.4.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก เทคนิคการออกแบบที่หลากหลายคือ มีการใช้ตัวการ์ตูนหลักเป็นจุดเด่น ใช้หลักการจัดองค์ประกอบเข้ามาช่วยแล้วแต่ผลงานว่าต้องการสื่อแบบไหนก็ใช้หลักการจัดองค์ประกอบนั้นๆ และการนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) การจัดองค์ประกอบหรือจุดตัดเก้าช่อง

“... ที่จริงในการออกแบบอินโฟของผมนั้นแล้วแต่ว่าเราจะสื่อถึงอะไร ออกแบบอะไร เองง่ายๆ นะถ้าผมอยากจะออกแบบภาพที่สื่อถึง comparison ที่เป็นการเปรียบเทียบ ผมก็จะใช้หลักการจัดองค์ประกอบที่ให้

ภาพสมตุล คู่ขนานกันไป เปรียบเทียบความต่างให้ชัดๆ กันไปเลย อาจมีการใช้
สีใช้อะไรอย่างอื่นมาช่วยด้วย แต่ก็อย่างว่ามันก็ขึ้นอยู่กับงานนั้นแหละ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ของพีเน้นที่วางจุดตัดเก้าช่องก่อน วางโลโก้ หรือวัตถุที่เป็น
จุดเด่นไว้ให้ได้ตรงจุดตัดก่อน แล้วค่อยจัดองค์ประกอบอย่างอื่นทีหลัง จะ
พยายามวางจุดเด่นไว้จุดเดิมๆ ของภาพเพื่อให้ลูกค้าจำได้ อาจจะมีการวางเป็น
เซต พอหมดเซตนี้ก็เปลี่ยนเซตใหม่ อะไรประมาณนี้ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

2) ใช้ตัวการ์ตูนหลักเป็นจุดเด่น

“... แรกๆ ตอนวาดก็ไม่ได้ใช้หลักการออกแบบอะไรเลย เองง่ายๆ
คือไม่มีความรู้ด้านนี้ เอาตามคิดว่าดูดี ดูแล้วสวย ให้ตัวการ์ตูนพระเอกเป็นตัว
หลัก เน้นให้เด่น ให้สื่อโอเดียที่เราต้องการสื่อที่ตัวพระเอก ส่วนตัวการ์ตูนอื่นๆ
ก็ไม่ได้เน้นโอเดียอะไรแค่เป็นตัวประกอบช่วยให้ภาพสมบูรณ์ขึ้น ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

3) การนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน

“...ผมจะให้ความสำคัญกับการอ่าน คือต้องอ่านง่ายและ เข้าใจง่าย
มากกว่าความสวยงามครับ ลูกค้าเห็นงานแล้วสามารถนำไปใช้ได้เลย ไม่ต้องคิด
ลึกซึ้งอะไรมาก ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

1.4.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง เทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกัน คือ ใช้หลักการการจัดองค์ประกอบและจุดตัดเก้าช่อง จำนวน 3 คน ใช้ตัวการ์ตูนหลักหรือสร้างจุดสนใจให้กับภาพ จำนวน 3 คน และการนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน จำนวน 2 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) การจัดองค์ประกอบหรือจุดตัดเก้าช่อง

“... ผมจะใช้หลักการการจัดองค์ประกอบเข้ามาช่วยครับ ก็มีจัดตามกฎสามส่วนบ้าง ดูจุดตัดเก้าช่องบ้าง ขึ้นอยู่กับภาพ การสื่อความหมาย อารมณ์ของภาพด้วยครับ พวกเส้น สี ก็เอามาใช้เหมือนกัน ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ของพี่เน้นที่วางจุดตัดเก้าช่องก่อน วางโลโก้ หรือวัตถุที่เป็นจุดเด่นไว้ให้ได้ตรงจุดตัดก่อน แล้วค่อยจัดองค์ประกอบอย่างอื่นทีหลัง จะพยายามวางจุดเด่นไว้จุดเดิมๆ ของภาพเพื่อให้ลูกค้าจำได้ อาจจะมีการวางเป็นเส้นๆ พอหมดเส้นนี้ก็เปลี่ยนเส้นใหม่ อะไรประมาณนี้ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... การออกแบบของผมนี้จะวาง background เป็นตัวช่วยทำงานของผมดูไม่หนักจนเกินไป ตัวผมเอง ผมมองว่าถ้าเราควบคุมพื้นที่ว่างหรือไอ้ background นี่ให้ดีๆ ที่ว่างนี้จะเป็นตัวที่ช่วยเสริมจุดเด่นให้เห็นได้ชัดเจนมากขึ้น หลักการนิดๆ ของผม ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

2) จุดสนใจ/ ตัวการ์ตูนหลัก

“... งานเวกเตอร์ที่ออกแบบ จะเน้นจุดสนใจเป็นหลักค่ะ เน้นตัวละครที่สำคัญของเรื่องเป็นจุดเด่น เป็นจุดดำเนินเรื่อง เป็นจุดที่สื่อความหมายสื่อถึงไฉนที่ต้องการนำเสนอค่ะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“.. ผมทำภาพคาแรกเตอร์ ก็ให้ตัวการ์ตูนหลักเป็นจุดเด่นครับ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เน้นจุดสนใจครับ ใช้สีเพื่อลูกค้าจำได้ว่า ภาพนั้นๆ ภาพของเรา ดูปุ๊บรู้ปั๊บเลย อีกอย่างที่ใช้บ่อยๆ คือการเว้นช่องว่าง พื้นที่ให้ลูกค้าได้นำใส่ข้อความ คือ จะเว้นช่องว่างให้ลูกค้า คล้ายๆ กันทุกภาพ ลูกค้าจะได้จำได้ เออ ...บางภาพก็มีการใช้กฎสามส่วน จุดตัดเก้าช่องมาช่วยด้วย แล้วแต่ภาพ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“...จะเน้นเรื่องสี คือสีที่ผมใช้จะไม่ฉูดฉาดเกินไป เน้นสีออกทางแนวยุโรปๆ หน่อย ไม่เน้นทางสีโทนเอเชีย และงานของผมส่วนมากจะเป็นการนำเสนอบทความ ก็จะมีการเลือกประเด็นที่ผมนำเสนอ ก่อน จากนั้นก็ให้ความสำคัญ ให้จุดเด่นในส่วนนั้นไป ประมาณนี้ละครับ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) การนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน

“... ที่จริงผมจะเน้นการสื่อสารที่ชัดเจนมากกว่านะ มองแล้วรู้เลยว่าภาพหมายความว่าอะไร วาดง่ายๆ ไม่ลงรายละเอียดมาก...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... งานของผมส่วนมากจะเป็นแนวการเอาบทความมาเขียนเล่าเรื่องผ่านอินโฟ งานออกแบบอินโฟของผมเลยเน้นการนำเสนอที่เหมาะสมกับข้อมูล เช่น ถ้าบทความที่ผมเอามามีตัวเลข ก็จะมีกราฟประกอบ กราฟ ก็

แล้วแต่ข้อมูลอีกทีว่าจะเป็นกราฟแบบไหน หลักๆ ละคือ ผมจะเลือกประเด็นหลักมาก่อน เอามาให้เด่นแล้วค่อยเล่าเรื่องออกมา ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 17 เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์

กลุ่มตัวอย่าง	เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ให้ตัวการ์ตูนพระเอกเป็นตัวหลัก เน้นให้เด่น ให้สื่อไอเดียที่ต้องการสื่อที่ตัวพระเอก ส่วนตัวการ์ตูนอื่นๆ เป็นตัวประกอบ
Max2	แล้วแต่เราจะสื่อถึงอะไร เช่น ภาพสื่อถึง comparison ที่เป็นการเปรียบเทียบ จะใช้หลักการจัดองค์ประกอบที่ให้ภาพสมดุลย์ คู่ขนาดกันไปเปรียบเทียบความต่างให้ชัด
Max3	เน้นที่วางจุดตัดเก๋ๆก่อน วางโลโก้ หรือวัตถุที่เป็นจุดเด่นไว้ให้ได้ตรงจุดตัดก่อน แล้วค่อยจัดองค์ประกอบอย่างอื่นที่หลัง
Max4	จัดองค์ประกอบให้อ่านง่าย เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	มีจัดตามกฎสามส่วนบ้าง จุดตัดเก๋ๆบ้าง ขึ้นอยู่กับภาพ
Medium2	ใช้หลักภาพถ่ายทั่วๆ ไปครับ เช่น กฎสามส่วน จุดตัดเก๋ๆ
Medium3	เน้นตัวละครที่สำคัญของเรื่องเป็นจุดเด่น เป็นจุดดำเนินเรื่อง เป็นจุดที่สื่อความหมาย สื่อถึงไอเดียที่ต้องการนำเสนอ
Medium4	เน้นจุดสนใจครับ ใช้สีเพื่อลูกค้าจดจำ การเว้นช่องว่าง พื้นที่ให้ลูกค้าได้นำใส่ข้อความ ใช้กฎสามส่วนและจุดตัดเก๋ๆช่วยบ้าง
Medium5	วาง Background เป็นตัวช่วยให้งานดูไม่หนักเกินไป ควบคุม Background ให้ดีๆ ที่ว่างนี้จะเป็นตัวที่ช่วยเสริมจุดเด่นให้เห็นได้ชัดเจน
Medium6	ตัวการ์ตูนหลักเป็นจุดเด่น
Medium7	เลือกประเด็นที่จะนำเสนอ ให้ความสำคัญ ให้จุดเด่นในส่วนนั้น
Medium8	เน้นการนำเสนอที่เหมาะสมกับข้อมูล

1.5 แหล่งเรียนรู้

แหล่งเรียนรู้ในเรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ มีความรู้เดิมมาจากการเรียนระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน จากการอ่านหนังสือหรืออ่านบทความในอินเทอร์เน็ต จำนวน 5 คน เรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองสนใจจาก youtube จำนวน 5 คน และเรียนรู้จากประสบการณ์จริง จำนวน 3 คน ซึ่งบางคนก็มีทั้งความรู้เดิมและความหาความรู้ใหม่ๆ จากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างหลายคนมีการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายไม่ได้เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้เดียว จำแนกได้ดังนี้

1.5.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีการเรียนรู้เรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย ทั้งการอ่านจากหนังสือ อ่านบทความตามอินเทอร์เน็ต การดูเทคนิควิธีต่างๆ ใน youtube และมีพื้นฐานการออกแบบเดิมจากการเรียนระดับปริญญาตรี รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“... มีทั้งอ่านในหนังสือ อ่านบทความตามเน็ต อาศัยสภาพเยอะๆ ด้วย รูปภาพของนักออกแบบเก่งๆ ก็ช่วยได้เยอะ หรือถ้าอยากรู้เรื่องอะไรก็หาใน google ดูของฝรั่งมากกว่าคนไทย คือฝรั่งเนี่ยเค้าสอนเข้าใจง่าย ถึงจะไม่ค่อยได้ภาษาก็เถอะ มัวไปทำตามเข้าไป ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนน่ารัก

“... ตอนแรกที่ทำงานออกแบบเวกเตอร์เลยเนี่ย ผมก็ไม่ได้มีพื้นฐานด้านการออกแบบอะไรเลย ผมจบด้านคอมมา แต่เอาละ ในเมื่อเราต้องใช้มัน ต้องใช้ความรู้ด้านนี้ในการทำมาหากิน ก็ต้องศึกษา ศึกษาอย่างนั้นแหละ ก็หาหนังสืออ่านบ้าง พวกทฤษฎีการออกแบบ พวกโปรแกรมก็ดูใน youtube นี่แหละครับ ทุกวันนี้ก็ยังไม่ได้ใช้ทุกเครื่องมือนะ ใช้เฉพาะที่ต้องใช้ แต่ของพวกนี้มันไม่เก่งหรอก ถ้าเราไม่ทำ ทำไปๆ ทำไปบ่อยๆ เดี๋ยวประสบการณ์จะสอนเราเอง งานจะออกมาดีเอง ต้องอาศัยการเรียนรู้และประสบการณ์เลย ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ก็ตามๆ ความรู้เรื่องการทำสต็อกในกลุ่ม facebook ครับ อ่านที่เพื่อนๆ มาโพสต์ให้ความรู้กัน ส่วนการออกแบบ การใช้งานโปรแกรมก็หาดูในเน็ตินแหละครับ youtube กับพวกบทความที่มีคนเขียนๆ ไว้นับถือของเค้าละครับ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... พวกพื้นฐานการออกแบบ พี่ได้มาตั้งแต่สมัยเรียนค่ะ แต่ AI นี่ไม่มีเลย สมัยพี่เรียนมันยังไม่มีนิ ตอนเริ่มขายเวกเตอร์ใหม่ๆ ก็อาศัยอ่านหนังสือเอา อ่านบ้างถามเพื่อนที่รู้บ้าง ใหม่ๆ ก็ทำไม่ค่อยได้ พอทำเยอะขึ้นบ่อยขึ้น ก็ทำได้เอง ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

1.5.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีการเรียนเรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย โดยส่วนมากมีความรู้เดิมมาจากการเรียนระดับปริญญาตรีจากการอ่านหนังสือหรืออ่านบทความในอินเทอร์เน็ต เรียนรู้จาก youtube และเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีการเรียนรู้หลายช่องทาง ซึ่งรายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ความรู้จากการเรียนระดับปริญญาตรี

“... ผมเรียนพวกการออกแบบ ตอน ป.ตรี ครับ แต่ด้วยความที่ชอบอยู่แล้ว บางหลัก บางทฤษฎี คือภาพที่เราวาดมั่วๆ ไปไม่รู้จักหลักอะไรเลย มันก็ไปตรงกับทฤษฎีซะงั้น ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมได้ความรู้เรื่องการออกแบบมาสมัยเรียน ป.ตรีนั่นแหละครับ ตอนเรียนก็ได้ออกแบบงานที่ อ.สั่งบ้าง งานอื่นๆ บ้าง จบมาก็ทำงานด้านการออกแบบ มันเลยไม่ค่อยยากสำหรับผมเท่าไร เรื่องเทคนิคใหม่ๆ ก็ดูใน youtube เอา ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ก็มาจากตอนเรียน ป.ตรีนั่นแหละครับ เพราะเรียนการออกแบบ บรรจุภัณฑ์มา ก็มีการเรียนเรื่องการจัดองค์ประกอบพื้นฐานมาบ้าง อาศัยประสบการณ์จากการทำงานจริง รับงานฟรีแลนซ์ด้วย เราออกแบบไปเยอะๆ ทำไปเยอะๆ พวกหลักการจะตามมาเอง...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ด้วยความที่จบด้านสถาปนิกมันก็มีพื้นฐานพวกนี้อยู่บ้าง ก็ตอนเรียน ป.ตรีนั่นแหละครับ แต่ก็ไม่ได้ลงลึกอะไรมาก ทุกวันนี้ก็ต้องเรียนต่อหาความรู้ใหม่ๆ ไปเรื่อยๆ ถ้าไม่หาไม่ทำก็จะตามเค้าไม่ทัน...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) อ่านหนังสือหรืออ่านบทความในอินเทอร์เน็ต

“...ก็ม้อ่านบทความในเน็ตบ้าง แต่หลักการออกแบบก็ซ้ำๆ เดิมๆ เปลี่ยนอะไรมาก อาศัยความรู้เดิมนั่นแหละครับ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“...ส่วนมากผมก็หาความรู้ใหม่ๆ ในเน็ตนี่แหละครับ สมัยนี้มันง่าย
อยากรู้อะไรก็พิมพ์ใน google เตัวก็ขึ้นมาเอง ยิ่งคนที่ได้ภาษาผมว่ายิ่งได้เปรียบ
...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) ดูใน youtube

“... ดูใน youtube นี่แหละครับ สมัยนี้โซเชียล อินเทอร์เน็ต เข้าถึงได้
ทุกที่ ตอนแรกก็ดูไปด้วยทำไปด้วย ทำไปนานๆ ก็คล่องและทำเป็นเอง...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...บางทีก็ดู youtube ไปเรื่อยๆ ลองทำตามบ้าง แต่เรามีพื้นฐาน
อยู่แล้ว มันก็ไม่ยากเท่าไร ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“...ก็มีดูใน youtube บ้าง ส่วนมากจะชอบดู VDO ฝรั่ง แต่ก็ไม่ได้ดู
บ่อย นานๆ ดูที จะดูพวกเทคนิคใหม่ๆ มากกว่า ถ้าเป็นพื้นฐานการออกแบบ
มันก็ไม่มีอะไรเปลี่ยนมาก ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

4) เรียนรู้จากประสบการณ์จริง

“...แล้วก็เรียนรู้จากงานที่เราทำจริงๆ แต่ละภาพก็จะได้รับความรู้
มุมมองการออกแบบการจัดองค์ประกอบและเทคนิคใหม่ๆ ที่แตกต่างกัน
ออกไป...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... มีพื้นฐานการถ่ายรูปบ้าง ก็เรียนรู้จากตรงนั้นค่ะ อาศัยทำไปเรื่อยๆ ดูไปเรื่อยๆ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...ส่วนด้านการออกแบบนิพม์ก็พอได้มาจากการจัดองค์ประกอบพวกถ่ายรูปมาก่อน แต่ถ้าถามลึกๆ พวกทฤษฎีหรือกฎการออกแบบนิพม์ก็ตอบไม่ค่อยได้หรอกครับ ที่ทำทุกวันนี้อาศัยประสบการณ์ล้วนๆ เลย...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 18 แหล่งเรียนรู้

กลุ่มตัวอย่าง	แหล่งเรียนรู้
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	อ่านหนังสือ/ อ่านบทความในอินเทอร์เน็ต/ ดูภาพการออกแบบของนักออกแบบเก่งๆ
Max2	อ่านหนังสือทฤษฎีการออกแบบ/ เรียนรู้จากประสบการณ์
Max3	ได้มาจากตอนเรียน/ ใน youtube
Max4	หาอ่านในอินเทอร์เน็ต/ บทความตามบล็อก
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	เรียนการออกแบบตอนปริญญาตรี
Medium2	อ่านบทความตามอินเทอร์เน็ต/ เรียนรู้จากงานที่ทำจริง
Medium3	ได้พื้นฐานมาจากการถ่ายรูป/ ปฏิบัติจริง
Medium4	มีความรู้เรื่องการออกแบบมาตั้งแต่เรียนปริญญาตรี
Medium5	จากตอนเรียนปริญญาตรี/ อ่านบทความในอินเทอร์เน็ต
Medium6	มาจากประสบการณ์
Medium7	มีความรู้เดิมมาจากตอนเรียนปริญญาตรี หากความรู้ใหม่ๆ ในอินเทอร์เน็ต
Medium8	อ่านบทความในอินเทอร์เน็ต /ดู youtube ของชาวต่างชาติ

2. การสื่อความหมาย

ในการวิเคราะห์ถึงความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมาในงานภาพถ่ายหรือภาพเวกเตอร์กราฟิก ต้องพิจารณาถึงรหัสโค้ดของการเป็นตัวแทนในเชิงเทคนิค และโค้ดของเนื้อหา รหัสหรือหลักเกณฑ์ของการเป็นตัวแทนเชิงเทคนิค ซึ่งรหัสหรือโค้ดดังกล่าวก็คือสัญลักษณ์ สัญลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อความหมายของภาพถ่าย ทั้งความหมายที่สื่อออกมาโดยตรง และความหมายโดยนัยประหวัดและยังสามารถสะท้อนแนวความคิดของนักกราฟิกมีอาชีพได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2542: 11) ที่ว่า สัญลักษณ์ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมายแทนของจริง ตัวจริงในตัวบริบทและในบริบทหนึ่งๆ จากการวิจัยพบว่า การสื่อความหมายมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 4 ประการ ได้แก่ การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมาย เทคนิคเพื่อการสื่อความหมาย ทิศทางการออกแบบแต่ละปีและความต้องการซื้อของผู้ซื้อ การแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน) รายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

2.1 การใช้สัญลักษณ์และเทคนิคเพื่อการสื่อความหมาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สัญลักษณ์และเทคนิคเพื่อสื่อความหมาย ของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 12 คน พบว่า

2.1.1 มุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบ

มุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ มุมมองที่คิดไว้ก่อนการออกแบบส่วนมากจะเป็นการวาง concept ของเรื่อง หรือภาพที่จะออกแบบ และหาข้อมูลประกอบ จำนวน 6 คน รองลงมาจะเป็นการจัดองค์ประกอบ การวางตำแหน่ง จำนวน 2 คนและวิเคราะห์ตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 2 คน สุดท้ายคือทำงานเป็นชุด จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

2.1.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบ คือ วาง concept เรื่องหรือภาพที่จะออกแบบและหาข้อมูลประกอบ จำนวน 3 คน และออกแบบตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) วาง concept เรื่องหรือภาพที่จะทำ หาข้อมูลประกอบ

“... ก็มีนะ จะเริ่มจากหาแนวคิดจาก keyword ที่เรที่ตั้งไว้ในใจ ทีเดียวคือประมาณ 80% เนี่ยจากการอ่านนิตยสารธุรกิจ หนังสือธุรกิจ portfolio ของคนต่างชาติที่เป็นรูปถ่ายเกี่ยวกับธุรกิจ อ่านและดูไปเรื่อยๆ โดยใช้เวลาทั้งวันในคิดการสะสมไอเดียต่างๆ พอคิดได้ก็จดไปไอเดียไว้บ้าง สเก็ตซ์

เป็นภาพไว้บ้าง จะเริ่มออกแบบในคอมจริงๆ ก็นั่นประมาณ 1 ทุ่ม ทำนั่นทำนี่
ไปก่อน ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ



ภาพที่ 34 Manager overseeing businessman working on computer at the office

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

“... คิดครับ ต้องคิดอยู่แล้วงานอินโฟนิพุดง่ายๆ มันคือภาพหรือ
กราฟิกที่จะบอกถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นพวกสถิติตัวเลข ความรู้ แล้วก็อื่นๆ ก็ว่า
กันไป เรียกว่าเป็นการย่อข้อมูลให้ประมวลผลได้ง่ายเพียงแค่ว่าตามองนิด
เดียว ก็เข้าใจความหมายที่เราจะสื่อแล้ว มันจะเหมาะกับคนในยุคไอทีอย่างเรา
ที่ต้องการรู้ข้อมูลซับซ้อนมหาศาลในเวลาที่เราเร็ว ก็เพราะมนุษย์ชอบและจดจำ
ภาพสวยๆ ได้มากกว่าการอ่านนั่นเอง ก่อนทำทุกครั้งมันจะต้องมีการวิเคราะห์
สังเคราะห์ รวบรวมออกมาเป็นข้อมูล แล้วค่อยวาดออกมาให้ง่ายและจำง่าย
เป็นงานที่ค่อนข้างละเอียดเหมือนกันนะ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก



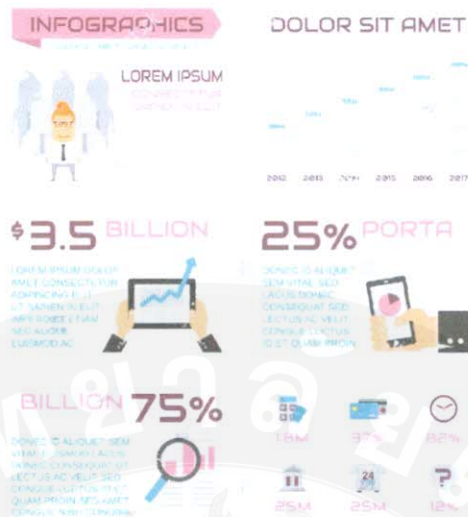
ภาพที่ 35 Business Infographics

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

“... ของผมเนี่ย ผมจะสเก็ตช์ไว้ในกระดาษก่อนจะวาดเป็นรูปอะไร ทำอินโฟเรื่องอะไร ข้อมูลเป็นอย่างไร จัดวางตำแหน่งแบบไหน คือบางงาน มันก็ไม่ได้จบวันเดียว เลยต้องคิดต้องออกแบบไว้ หาข้อมูล หารูปภาพที่เกี่ยวข้องมาประกอบ แล้วค่อยวาดใน AI อีกที ถ้าไม่สเก็ตช์ไม่จัดไว้เนียบางทีมันก็มีสิม ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก



ภาพที่ 36 Business infographics elements

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

2) ลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า

“... มีค่ะ ก่อนทำงานทุกชิ้นมันต้องคิดอยู่แล้วว่าจะทำอะไร และที่สำคัญนะ คิดถึงลูกค้าก่อนเลยว่าลูกค้าจะเอาไปใช้ทำอะไร ใช้อย่างไร ทำอย่างไรให้ถูกใจลูกค้า ก็นั่นแหละต้องดูภาพให้เยอะๆ ดูว่าคนส่วนมากชอบแบบไหน ใช้แบบไหน แล้วเอามาปรับใช้กับของเรา ปรับให้เป็นตัวเรา ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ



ภาพที่ 37 Template Poster Brochure Flyer design Layout

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

2.1.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบที่แตกต่างกันคือ การวาง concept ของเรื่อง หรือภาพที่จะออกแบบและหาข้อมูลประกอบมากที่สุด จำนวน 3 คน รองลงมาจะเป็นการจัดองค์ประกอบ การวางตำแหน่ง จำนวน 2 คนและวิเคราะห์ตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 1 คน ทำงานเป็นชุดจำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) วาง concept เรื่องหรือภาพที่จะทำ หาข้อมูลประกอบ

“... คิดไว้ครับ ว่าอยากได้ภาพประมาณไหน มุมมองเป็นอย่างไร ต้องการสื่ออะไร ส่วนมากก็ทำสมองให้โล่งๆ ก่อนแล้วค่อยคิดค่อยสเก็ตช์หรือจดไอเดียไว้ในสมุด หรือไม่บางทีคิดได้ก็วาดในคอมเลยก็มี ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ



ภาพที่ 38 A businessman the rocket ship launching to the sky
like startup of business

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

“... แน่นอนค่ะ ทำงานด้านนี้มันต้องคิดไว่ก่อนอยู่แล้ว ตอนแรกจะ
คิดถึงความหมายภาพก่อนเลยว่าเราจะสื่ออะไรให้ลูกค้า แล้วจะวาดภาพ
ออกมาในลักษณะไหน การตูนหลักทำท่าอะไร การตูนรองทำท่าอะไร อันนี้ก็
ต้องคิดนะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ



ภาพที่ 39 Businessman give up before reach idea

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

“...ผมจะคิดเรื่องที่ผมจะทำก่อน แล้วหาข้อมูลว่าอินโฟเรื่องที่ผมจะทำเนี่ยทำอะไรอะไร มีข้อมูลอะไรที่เกี่ยวข้องบ้าง พยายามอ่าน พยายามหาข้อมูลจากหลายๆ เว็บเพื่อความถูกต้อง แล้วก็ร่างแบบที่เราต้องการออกแบบไว้ในกระดาษ แล้วค่อยลงมือวาดในคอมอีกที ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก



ภาพที่ 40 Business People Character Design Elements

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

“...ถ้าให้วาดสตินโฟนิยากมาก ถ้าไม่ใช่เรื่องใกล้ตัวเราจะวาดไม่
ออกเลย ต้องคิดหาข้อมูล หาเรื่องที่จะทำมาก่อน แล้วค่อยมาวาดต่อในคอม
...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก



ภาพที่ 41 Smartphone Addiction Infographics. Office, business

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

2) การจัดองค์ประกอบ การวางตำแหน่ง

“... คิดว่าภาพเราจะมียอดประกอบอะไรอีกบ้าง นอกจากตัวการ์ตูนหลักของเรา แล้วมุมมองการจัดวางตำแหน่ง การโพสต์ท่าของการ์ตูน อารมณ์ของภาพจะเป็นแบบไหน ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนน่ารักธุรกิจ



ภาพที่ 42 Business woman is plagiarizing idea to work

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

“... ก็จะมีคิดไว้ อย่างสมมติ ถ้าผมจะออกแบบนามบัตรอีกอัน ผมก็จะคิดว่าจะทำอะไร ทำไปทำไม ลูกค้าจะเอาไปใช้อะไร จะวางองค์ประกอบยังไง จะใช้สีประมาณไหน แล้วค่อยมาออกแบบกันอีกที ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ



ภาพที่ 43 Corporate Template Publication

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

3) ลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า

“... คิดครับ ก่อนจะทำงานทุกวันตอนเช้าจะให้เวลากับการคิดงานก่อน ว่าจะออกแบบงานให้มาเป็นแบบไหน อยากได้แบบไหน หาความต้องการของลูกค้าก่อน แล้วค่อยมาคิดงานของตัวเอง ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ



ภาพที่ 44 Business Concept

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

4) ทำงานเป็นชุด

“...ส่วนมากผมจะคิดงานเป็นเซต อย่างอาทิตย์นี้ออกแบบเทมเพลตแนวมินิมอล ก็จะเป็นแนวมินิมอลทั้งอาทิตย์เลย จะคุมให้อยู่ในแนวนี้อย่างให้ภาพที่ออกเป็นเป็นเซต ดูแล้วรู้เลยว่า เป็นงานเราครับ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ



ภาพที่ 45 ภาพเวกเตอร์ที่ทำเป็นชุด จำนวน 3 ภาพ

หมายเหตุ ภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจาก www.shutterstock.com

ตารางที่ 19 มุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบ

กลุ่มตัวอย่าง	มุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	หาไอเดียจาก keyword ที่คิดไว้ สะสมไอเดีย แล้วค่อยสเก็ตภาพเป็นภาพของตัวเอง
Max2	วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาวาดภาพ
Max3	คิดถึงการนำไปใช้งานของลูกค้า
Max4	คิดเรื่องที่จะทำ หาข้อมูล สเก็ตภาพ การจัดวางตำแหน่งภาพ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	มุมมองภาพ การสื่อความหมายยังง
Medium2	องค์ประกอบภาพ มุมมองการจัดวาง อารมณ์ภาพ
Medium3	ความหมายของภาพ ต้องการสื่ออะไร
Medium4	ทางวางองค์ประกอบ คิดถึงการนำไปใช้งานของลูกค้า สีที่ใช้
Medium5	คิดงานเป็นเซต
Medium6	หาความต้องการของลูกค้าแล้วนำมาคิดงานของตัวเอง
Medium7	คิดเรื่องที่จะทำ หาข้อมูล แล้วร่างแบบที่ต้องการ
Medium8	หาข้อมูล คิดเรื่องที่จะทำก่อน

2.1.2 การถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์

การถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์นั้นกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ส่วนใหญ่จะใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก จำนวน 9 คน และใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ โดยส่งผ่านตัวการ์ตูน จำนวน 3 คน จำแนกได้ดังนี้

2.1.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันคือ ใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว ความคิดสร้างสรรค์และใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว ความคิดสร้างสรรค์ รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์

“...ถ้าถ่ายทอดอารมณ์ ผมจะให้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ครับ คือเลือกใช้สีให้เป็น เลือกใช้สีที่มันสามารถสื่อสารได้ตรงพลัง ชัดเจน เข้าใจง่าย และต้องรู้จักอารมณ์ของสีให้ดี ส่วนมากรงานของผมจะเลือกใช้สีที่มันสมดุล เข้ากัน ลงตัว มันทำให้ภาพดูลงตัวมาก พวก color wheel หรือวงล้อสีที่เขาใช้เลือกคู่สีกันบ่อยๆ ถ้าใช้เป็นแล้วมันจะโอเคมาก โดยส่วนตัวผมก็ไม่เก่งเรื่องคู่สีแบบนี้หรอกครับ แต่ผมมักจะอาศัยการฝึกที่จะทำตาม และขอให้คนที่เก่งกว่ามาช่วยไกด์ให้บ้าง เป็นการฝึก พอมันเริ่มคุ้น เริ่มชิน เราก็จะเริ่มมองออกเลยว่าคู่สีไหนมันเข้ากันหรือไม่เข้า...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... พี่จะใช้สีเป็นตัวถ่ายทอดอารมณ์ค่ะ ในมุมมองของพี่พี่มองว่าสีเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดที่สามารถถ่ายทอดและสื่อได้ชัดเจนดี เสร้าก็ใช้สีโทนเย็นมีดๆ สดใส ดีใจ ก็ใช้สีโทนสว่างๆ คนมองก็ดูออกง่ายดีว่าเราต้องการสื่ออะไร ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ก่อนจะทำงานชิ้นงานผมจะตั้งใจหยยให้ตัวเองก่อนว่าจะทำเกี่ยวกับอะไร เรื่องอะไร แล้วโจทย์ที่เราตั้งจะบอกเราเองว่าจะใช้อะไรในการสื่อความหมายที่ง่ายที่สุด จะเป็นการใช้สี ซึ่งผมจะให้บ่อยพอสมควร สีมันทบ

อะไรได้หลายอย่าง ที่สำคัญมันสื่ออารมณ์ง่าย คนที่ดูภาพก็รู้เลยว่าสิ่งที่เราต้องการสื่ออะไร...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิด
สร้างสรรค์

“... ให้ตัวการ์ตูนที่วาดนั้นแหละเป็นตัวถ่ายทอดและดำเนินเรื่อง จะเป็นการถ่ายทอดด้วยท่าทาง กริยา หน้าตา ที่แสดงออกมา เราอยากสื่ออะไร ในภาพก็ให้ตัวการ์ตูนเป็นคนสื่อ ภาพจะเน้นไอเดียเป็นหลักจะสื่อง่ายเพราะ เน้นให้ลูกค้าดูภาพแล้วรู้เลยว่าเราต้องการสื่ออะไร ไม่ได้ซับซ้อนมาก ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

2.1.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีวิธีการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันคือ ใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และ ความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 8 คน ใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 2 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์

“... ผมจะใช้สีเป็นตัวสื่ออารมณ์ครับ อย่างเช่นถ้าภาพต้องการสื่อ อารมณ์เศร้า เสียใจ หรือผิดหวังก็จะใช้สีโทนมืด ถ้าดีใจ สำเร็จก็จะใช้สีโทน สว่างครับ แต่หลักๆ ก็เป็นสีสดใสนะ ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ใช้สีถ่ายทอดอารมณ์ครับ คือสีเนี่ยมันสื่อชัดอยู่แล้วนะผมว่า ถ้า จะให้อารมณ์รู้สึกร้อน รุนแรง กระตุ้น ทำท่าย ตื่นเต้น เร้าใจ มีพลัง ก็ใช้สีแดง แต่ถ้าอยากได้อารมณ์รู้สึกสงบ สุขุม สุภาพ หนักแน่น เอาการเอางาน ก็จะใช้สี

น้ำเงิน แต่ก็แล้วแต่ธุรกิจที่เราตีเซนซ์ขึ้นมาอีกที่ว่าธุรกิจนั้นจะเป็นแบบไหน ใช้
อารมณ์ไหน ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมใช้สีถ่ายทอดอารมณ์ครับ ทำให้ภาพดูสะอาดตา ไม่ใช่สีเยอะ
เกินไป ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... งานเทมเพลตผมจะใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว ครับ
คือจะใช้อย่างอื่นก็ยาก ใช้สีถ่ายทอดง่ายและตรงที่สุดครับ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ

“... ใช้สีเป็นตัวถ่ายทอดอารมณ์ของภาพครับ ผมว่าสีมันถ่ายทอด
ได้หลายอย่างนะ ใช้แยกสิ่งต่างๆ เพื่อให้เห็นชัดเจน ใช้จัดองค์ประกอบของสิ่ง
ต่างๆ เพื่อให้เกิดความสวยงาม กลมกลืน ใช้จัดกลุ่ม พวก คณะ ด้วยการให้สี
ต่างๆ ใช้สื่อความหมาย เป็นสัญลักษณ์ หรือใช้บอกเล่าเรื่องราว ใช้สร้างสรรค์
งานศิลปะ เพื่อให้เกิดความสวยงาม สร้างบรรยากาศ สมจริงและน่าสนใจ
ที่สำคัญเป็นองค์ประกอบในการมองเห็นสิ่งต่างๆ ของมนุษย์...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“...หลักๆ สิ่งที่ผมใช้สื่ออารมณ์จะเป็นสีครับ สีจะบอกอารมณ์ได้ชัด
สุดสำหรับผม และที่ใช้อย่างอื่นจะเป็นเรื่องเส้นกับการแสดงออกของตัวการ์ตูนใน
อินโฟ ทำทาง หลากๆ อย่าง เอามาประกอบกัน...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิด

สร้างสรรค์

“... ให้ตัวการ์ตูนที่วาดนั้นแหละเป็นตัวถ่ายทอดและดำเนินเรื่อง จะเป็นการถ่ายทอดด้วยท่าทาง กริยา หน้าตา ที่แสดงออกมา เราอยากสื่ออะไร ในภาพก็ให้ตัวการ์ตูนเป็นตัวสื่อ ภาพจะเน้นไฉนเป็นหลักจะสื่อง่ายเพราะเน้น ให้ลูกค้าดูภาพแล้วรู้เลยว่าเราต้องการสื่ออะไร ไม่ได้ซับซ้อนมาก ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เน้นการโพสต์ท่า สีหน้า ท่าทางของตัวการ์ตูนครับ อย่างเช่น ผิดหวัง ตัวการ์ตูนก็จะคอดก หน้าเศร้า อะไรประมาณนั้นแล้วก็ใส่องค์ประกอบ อื่นๆ ที่สื่อความหมายได้ชัดเจนครับ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... สร้าง “จุดเด่น” ของภาพ ค่ะ คือการ์ตูน character ที่วาด ก็เป็นจุดเด่นของภาพอยู่แล้ว พอจะสื่ออารมณ์ของภาพก็จะส่งไปที่ตัวการ์ตูน สมมติจะสื่อภาพอารมณ์เศร้า ก็วาดคนนั่งร้องไห้ หรือนั่งซึมๆ ค่ะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 20 การถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่าง	การถ่ายทอด อารมณ์, เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ให้ตัวการ์ตูนหลักเป็นตัวถ่ายทอด ด้วยท่าทาง กริยา หน้าตา ที่แสดงออกมา
Max2	ใช้สีถ่ายทอดอารมณ์
Max3	ใช้สีเป็นตัวถ่ายทอดอารมณ์
Max4	ใช้สีถ่ายทอดอารมณ์
นักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ	
Medium1	ใช้สีเป็นตัวถ่ายทอดอารมณ์
Medium2	ใช้การโพสท่า สีหน้า ท่าทางของตัวการ์ตูนเป็นการถ่ายทอด
Medium3	ใช้ตัวการ์ตูนเป็นตัวถ่ายทอด
Medium4	ใช้สีถ่ายทอดอารมณ์
Medium5	ใช้สีถ่ายทอดอารมณ์
Medium6	ใช้สีถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว
Medium7	ใช้สีถ่ายทอดอารมณ์
Medium8	ใช้สีถ่ายทอดเป็นหลัก ใช้เส้น กับตัวการ์ตูนประกอบ

2.1.3 เส้นและความหมาย

ลักษณะของเส้นที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการสื่อความหมายนั้น ส่วนใหญ่จะใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบสไตล์ flat design จำนวน 4 คน เส้นตรงหรือเส้นเรียบๆ จำนวน 3 คน ขึ้นอยู่กับอารมณ์ของภาพ จำนวน 1 คน เส้นโค้งมน จำนวน 1 คน และบางคนก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องเส้นมากเท่าไรแต่จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นมากกว่า จำนวน 2 คน จำแนกได้ดังนี้

2.1.3.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ทั้งหมดจะมีลักษณะการใช้เส้นที่เหมือนกันคือใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบแต่ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบและลักษณะการออกแบบในช่วงเวลานั้นๆ ด้วยว่ามีการใช้เส้นแบบไหน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เส้นจะดูตาม trend ของ UI google และ android ถ้า google และ android ใช้ trend สีเส้นแบบไหนก็จะทำตาม trend ช่วงนั้นๆ ไป แต่สิ่ง

สำคัญคือต้องคงเอกลักษณ์ของเราไว้ อาจมีการใช้สีตามเทศกาลบ้าง แต่จะไม่เปลี่ยนบ่อยจะเน้นเส้นแบบไม่ตัดขอบ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เรื่องเส้นของผมเธอ ช่วงนี้ผมจะออกแบบแนว flat design เส้นก็จะเป็นแบบเรียบๆ หรือไม่มีเส้นไปเลย จะหนักไปทางไม่มีเส้นมากกว่าครับ ทุกอย่างขึ้นอยู่กับ trend อีกที...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“...ในเทมเพลตธุรกิจของพี่ ก็มีพวกเส้นอยู่ส่วนมากก็มีตรงบ้าง โค้งบ้าง แต่จะไม่หนีไปจากนี้ค่ะ เรียบๆ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ไม่ได้เน้นเรื่องเส้นเท่าไรว่าจะมีลักษณะยังไง ความรู้ทางทฤษฎีพวกนี้ไม่ค่อยมีครับ อาศัยดูภาพรวมว่างานออกมาโอเคมั้ยแค่นั้นครับ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2.1.3.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีลักษณะการใช้เส้นในการออกแบบที่แตกต่างกันคือ เส้นตรงหรือเส้นเรียบๆ จำนวน 3 คน ใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบสไตล์ flat design จำนวน 2 คน ขึ้นอยู่กับอารมณ์ของภาพ จำนวน 1 คน เส้นโค้งมน จำนวน 1 คน และไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องเส้นมากเท่าไรแต่จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นมากกว่า จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) เส้นตรงหรือเส้นเรียบๆ

“... เทมเพลตธุรกิจของผมจะเป็นแนวเรียบง่าย การออกแบบของ
ผมเส้นที่ใช้ในเทมเพลตส่วนใหญ่ก็จะเป็นเส้นตรง เรียบๆ เลยครับ ไม่มีโค้งอะไร
มากมายครับ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... งานเทมเพลตปีนี้ที่ผมออกแบบจะเน้นความเรียบหรู สไตล์มินิ
มอล พื้นหลังสีขาวสะอาดตา ทำให้โลโก้และตัวหนังสือเด่นชัด และจะเว้นที่ไว้
ให้ลูกค้าใส่ ID line มีโค้ดไลน์ให้ด้วย พวกเส้นส่วนใหญ่จะเป็นเส้นตรงเรียบๆ
หรือพวกเส้นปะโกดไลน์ให้ลูกค้า ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

2) เส้นไม่ตัดขอบ

“... เป็นเส้นแบบไม่ตัดขอบครับ ผมเน้นการวาดง่ายๆ จะไม่ค่อย
ลงรายละเอียดเยอะ ใช้เครื่องมือที่พื้นฐานที่สุด แค่ว่ารู้อะไรเป็นอะไร จะ
ไม่เน้นความสมจริงครับ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ตัวการ์ตูนจะวาดเส้นแบบไม่ตัดขอบค่ะ คือตอนแรกที่วาดมันก็
มีเส้นอยู่แหละ พอเราลงสี ใส่รายละเอียดไป ก็เอาเส้นออก การ์ตูนมันก็จะ
เป็นแนว flat design ค่ะ งานออกแบบ flat design มันก็จะเป็นการออกแบบทุกๆ
อย่างให้มันดูแบนราบ ลดการใช้มิติ พวกแสงและเงา การใส่พื้นผิวให้กับวัตถุ
การไล่สี แล้วก็สีอื่นๆ ที่มันจะทำให้วัตถุนั้นลอยออกมาค่ะ ประมาณนั้น...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เรื่องเส้นของผมเธอ ช่วงนี้ผมจะออกแบบแนว flat design เส้นก็จะเป็นแบบเรียบๆ หรือไม่มีเส้นไปเลย จะหนักไปทางไม่มีเส้นมากกว่าครับ ทุกอย่างขึ้นอยู่กับ trend อีกที...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) เส้นโค้งมน

“... ลักษณะตัวการ์ตูนของผมจะออกแนวญี่ปุ่นๆ หน่อย ก็เป็นแนวที่ชอบวาดมาตั้งแต่เด็กแล้ว เส้นตัวการ์ตูนของผมก็จะออกแนวโค้งๆ มนๆ หน่อย ดูแล้วรู้สึกมีชีวิตชีวา อ่อนไหว อ่อนโยน มีความเคลื่อนไหวดูเป็นการดูดี...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

4) ขึ้นอยู่กับอารมณ์และการสื่อความหมายของภาพ

“... แล้วแต่ภาพครับว่าต้องการจะสื่ออะไร ให้อารมณ์ไหน แต่ส่วนมากช่วงนี้ก็จะออกแบบเรียบๆ เส้นตรงๆ ไม่มีเส้นตัดขอบครับ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... การใช้เส้นของผมแล้วแต่อารมณ์ของภาพที่จะสื่อออกมาครับ อย่างที่เราดูๆ กันอยู่ เส้นแนวนอน ให้ความรู้สึกเงียบสงบ ผ่อนคลาย นิ่งเฉย เฉื่อยชา เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกมั่นคง จริงจัง เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา และเส้นอื่นๆ เปิด google ให้ดู ผมก็ใช้ไม่กี่เส้นหรอก อย่างที่บอกแล้วแต่อารมณ์ของภาพอีกที ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

5) ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องเส้น

“... ไม่ได้เน้นเส้นเท่าไรครับ ให้ความสำคัญในรายละเอียดส่วนอื่นมากกว่าครับ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 21 ลักษณะเส้นที่ใช้ออกแบบเพื่อสื่อความหมาย

กลุ่มตัวอย่าง	เส้น
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ดูตามเทรนด์ของ Google และ android
Max2	เส้นเรียบๆ หรือไม่มีเส้นไปเลย
Max3	ใช้เส้นตรงกับเส้นโค้งประกอบกัน
Max4	ไม่เน้นเรื่องเส้น
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	เส้นโค้งมน มีชีวิตชีวา
Medium2	เส้นไม่ตัดขอบ
Medium3	เส้นไม่ตัดขอบ
Medium4	เส้นตรงเรียบๆ
Medium5	เส้นตรงเรียบๆ
Medium6	ไม่ได้เน้นเรื่องเส้นให้ความสำคัญกับรายละเอียดส่วนอื่น
Medium7	แล้วแต่ภาพที่ต้องการสื่อ
Medium8	แล้วแต่อารมณ์ของภาพ

2.1.4 สีและการสื่อความหมาย

ในการสื่อความหมายโดยใช้สี กลุ่มตัวอย่างจะมีการใช้สีแตกต่างกันออกไป ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะมีการคุมโทนสีหรือเฉดสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงาน จำนวน 5 คน ใช้โทนสีเย็น จำนวน 4 คน ใช้ชุดสีตามเว็บไซต์ จำนวน 2 คน และเป็นการใช้สีเส้นที่สดใส ฉูดฉาด จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

2.1.4.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีการใช้สีที่แตกต่างกันคือ ใช้สีโทนเย็นและคุมโทนสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงาน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) สีโทนเย็น

“...สีโทนยุโรปๆ หน่อย ออกแนวจืดๆ ไม่สดมากลูกค้าจะได้จำเรา
ได้ ส่วนรูปทรงก็จะเป็นทรงการ์ตูนไปเลย...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ของผมจะเน้นสีที่สื่ออารมณ์ให้ตรงกับภาพที่ต้องการสื่อครับ
แต่จะเน้นสีโทนเย็นมากกว่า พอมาใช้งานออกแบบภาพธุรกิจแล้วผมว่าดู
น่าเชื่อถือดี ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) คุมโทนสีหรือเฉดสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงาน

“... งานออกแบบอินโฟของผม เรื่องสีผมจะเน้นให้มีความโดดเด่น
สะดุดตา ส่วนมากจะดูพวกโทนสี (เฉดสี) ชุดสีใน pinterest แต่สีของผมก็จะไม่
ห่างกันมาก พยายามคุมโทนให้ใกล้เคียงกันลูกค้าจะได้จำได้ ที่จริงพวกโทนสี
(เฉดสี) เนี่ยมันจะขึ้นอยู่กับภาพที่ต้องการจะสื่ออารมณ์ด้วย ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“...ก่อนทำงานก็จะคิดว่างานที่ที่กำลังออกแบบเป็นงานอะไร เป็น
กีฬา แฟชั่น ความงาม หรือธุรกิจ เพราะว่าอารมณ์ของแต่ละงานก็เนี่ยที่จะ
เลือกใช้สีที่ไม่เหมือนกัน อยากจะให้อารมณ์งานออกมาอ่อนนุ่มหรือรุนแรง แล้ว
ลองใส่รายละเอียดเข้าไปอีกนิดเช่น ต้องการความโรแมนติก สีม่วง หรือ สีชมพู
ก็น่ารักๆ..”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

2.1.4.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะมีการคุมโทนสีหรือเฉดสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงาน จำนวน 3 คน ใช้โทนสีเย็น จำนวน 2 คนใช้ชุดสีตามเว็บไซต์ จำนวน 2 คน และเป็นการใช้สีเส้นที่สดใส ฉูดฉาด จำนวน 1 คน ดังผลจากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) คุมโทนสีหรือเฉดสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงาน

“... เลือกใช้สีตามอารมณ์ของภาพค่ะ อย่างภาพ holiday ก็จะทำให้ โทนสี (เฉดสี) ที่สดใสหน่อย ภาพแนวสื่ออารมณ์เครียด กดดัน วิตกกังวล ภาพพวกนี้ก็จะให้โทนสี (เฉดสี) ที่ทึมๆ หน่อยค่ะ แต่จะคงสี background สีเดิม ลูกค้าน่าจะได้จำได้ค่ะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนธุรกิจ

“...เน้นความสะอาดตา คุมโทนสีหรือเฉดสีให้เหมาะกับเทมเพลตที่ออกแบบครับ เลือกจัดวางทุกองค์ประกอบบนหน้านามบัตรให้อ่านง่ายและเน้นความเป็นมิตรกับคนรับมากที่สุด...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมจะใช้แค่ 3 สีในการออกแบบครับ น่าจะเคยได้ยินเรื่องกฎ 3 สี ผมว่าการใช้สีถือว่าสำคัญมากในการออกแบบอินโฟ ถ้าใช้สีที่เยอะเกินไปในงาน 1 ชิ้น มันจะทำให้คนอ่านสับสนและลายตาในสิ่งที่เราต้องการสื่อสาร ผมว่า 3 สีก็พอละครับ แต่ใช้ว่าจะใช้แค่สามสีจริงๆ 3 สีนี้คือสีโทนเดียวกัน 3 สีครับ 1 โทนก็นับเป็น 1 สี ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) สีโทนเย็น

“... จะเน้นสีเรียบง่ายสบายตาครับ จะไม่ใช่สีฉูดฉาดเกินไป ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“...ผมค่อนข้างจะชอบโทนสีเย็นครับ ก็พวก สีม่วง สีนํ้าเงิน สีนํ้าเงินอ่อน สีฟ้า สีนํ้าเงินแกมเขียว และสีเขียว ชุดสีเย็นผมว่ามันให้ความรู้สึก เย็นสบายดี งานออกแบบจะดูสุภาพเรียบร้อย เหมาะกับแนวธุรกิจดีครับ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

3) ใช้ชุดสีจากเว็บไซต์

“... ผมหาเซตสีที่ชอบตามเว็บครับ อย่างเช่นเว็บ colour lovers ผมไม่ได้คุมโทนสีของพอร์ตเท่าไร เพราะรู้สึกเหมือนมันจำกัดการทำงานของ เราครับ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมจะใช้ชุดสีจากเว็บ color adobe ครับ เว็บชุดสีนี้เป็นของบริษัท adobe ที่เรียกได้ว่าครบเครื่องมากๆ ครับ เรากำหนดได้ว่าการชุดสี ประเภทไหน จะมีทั้งโทนเดียวกัน โทนที่ตรงข้ามกับสีหลัก โทน 3 สีที่ใกล้เคียง กันและสีอื่นๆ รูปแบบเนี่ยจะเป็นกงล้อให้เราเลือกสีหลัก ถ้าได้สีที่ต้องการก็เก็บ ไว้ในประวัติของเรา หรือถ้าเกิดซีเกียจสร้างเองก็เลือกดูชุดสีที่มีคนสร้างไว้แล้วก็ได้ นอกจากนี้เรายัง import ไฟล์รูปภาพจากคอมของเราเพื่อเช็คว่าโทนสีได้อีก ด้วยครับ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

4) สีส่วนตัว

“... ของผมจะเอาสีที่ผมชอบ จะแนวสดใสครับ คุณฉาดนิดหน่อย
สไตล์การ์ตูนญี่ปุ่นอะครับ ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 22 สีที่ใช้ออกแบบเพื่อสื่อความหมาย

กลุ่มตัวอย่าง	สีที่ใช้ออกแบบเพื่อสื่อความหมาย
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ใช้สีโทนยุโรป จืดๆ ไม่สดมาก
Max2	ดูโทนสี ชุดสีใน Pinterest คมโทนไม่ให้ห่างกันมาก
Max3	เลือกใช้สีให้เหมาะสมกับงานที่ออกแบบ
Max4	ส่วนมากใช้โทนสีเย็น
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ใช้สีสดใส สดใส ฉูดฉาด
Medium2	ใช้เซตสีตามเว็บ ไม่ได้คุมโทนสีมาก
Medium3	ใช้สีตามอารมณ์ของภาพ
Medium4	คุมโทนสีให้เหมาะกับธีมเพลส
Medium5	เน้นสีเรียบง่ายสบายตา
Medium6	ชอบใช้สีโทนเย็น
Medium7	ใช้กฎ 3 สีในการออกแบบ
Medium8	ใช้ชุดสีจากเว็บ color adobe

2.2 แนวโน้มด้านการออกแบบแต่ละปีและแนวโน้มความต้องการซื้อของผู้ซื้อ

การติดตามแนวโน้มการออกแบบแต่ละปีและแนวโน้มความต้องการซื้อของผู้ซื้อของกลุ่มตัวอย่างนักกราฟิกมืออาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 12 คน โดยกลุ่มตัวอย่างทุกคนจะมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่ดูจากเว็บอื่นประกอบด้วย เช่น เว็บไซต์ shutterstock จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน จำแนกได้ดังนี้

2.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ทั้งหมดติดตามแนวโน้มและทิศทางการออกแบบ จากเว็บไซต์ pinterest behance และ shutterstock รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) จากเว็บไซต์ pinterest

“... เดี๋ยวนี้การสื่อสารมันดีมาก มันช่วยได้เยอะ ตอนทำใหม่ๆ นี่ไม่รู้เลยว่าตาม trend หรือหาไอเดียจากไหน เดี๋ยวนี้รู้จักกับ pinterest มันดีมาก ทำให้เราได้เห็น trend ได้เห็นไอเดีย ได้เห็นมุมมองการออกแบบของนักออกแบบคนอื่น ก็ตามจากตรงนั้นนั่นแหละ ภาพไหนที่ชอบก็พิน (ปักหมุดใน เว็บไซต์ pinterest) เก็บๆ เก็บไว้เยอะๆ ดูเยอะๆ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

2) จากเว็บไซต์ pinterest และเว็บไซต์ behance

“... ถ้า trend ปัจจุบัน ผมจะดูจาก pinterest ว่าเดี๋ยวนี้เค้าชอบอะไรกัน ชอบแบบไหน คนออกแบบออกแบบออกมาเป็นยังไง ส่วน trend อนาคตเนี่ย ผมจะดูจาก behance behance เนี่ยเป็นเหมือนแกลลอรีออนไลน์ ทางด้านการออกแบบที่ใหญ่สุดเลยก็ว่าได้ เป็นเว็บที่ฮิตที่สุดเว็บหนึ่งของโลก ที่นักออกแบบทุกแขนงทั่วโลก มาจัดแสดงผลงานกัน เราก็ไปดูจากตรงนั้นแหละ ดูว่านักกราฟิกต่างๆ เค้าออกแบบออกมาแนวไหน คือ นักกราฟิกพวกนี้ส่วนมากเค้าจะออกแบบให้บริษัทใหญ่ๆ ชื่อดัง แล้วเค้าก็จะเอา trend การออกแบบของเค้าที่ออกแบบส่งให้บริษัทแต่ยังไม่มีการเผยแพร่หรือยังไม่มีโฆษณาออกมาให้เราเห็นมาโชว์ ใน Behance นี่แหละ เราก็ดูจากตรงนั้นแล้วก็ออกแบบตามเค้า สมมติเราออกแบบปีนี้ แต่ trend ที่เราออกเป็นของปีหน้า พอถึงปีหน้ายังไม่มีใครออกแบบแต่เราออกแบบส่งขายสต็อกไปแล้ว ลูกค้าก็เข้ามาซื้อของเรา ก่อนคนอื่น อ๊ะ...เราก็ได้ขายมากกว่าคนอื่นแล้ว...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... พี่ก็ตามในเว็บสต็อกที่ส่งขายนี้แหละค่ะ จะเอาไปบวกๆ กับ
pinterest กับ behance บ้าง ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

3) จากเว็บไซต์ pinterest และเว็บไซต์ shutterstock

“... ผมดูใน shutterest เป็นหลักครับ แล้วก็ดูใน pinetrest
ประกอบ ส่วนมาก trend มันก็ไม่ได้เปลี่ยนบ่อย ก็ไม่ค่อยมีปัญหาอะไรมาก
เท่าไรเรื่องนี้ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการติดตาม
แนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest และมีกลุ่มตัวอย่างติดตามแนวโน้มการออกแบบจาก
เว็บไซต์ shutterstock ประกอบ จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน รายละเอียด
ดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) จากเว็บไซต์ pinterest

“... ของผมจะตาม trend การออกแบบใน pinterest ครับ ก็จะ
ปิกหมุดภาพที่สวยๆ ไว้เป็นไอเดีย ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมไม่ค่อยสนใจเรื่อง trend มากเท่าไร แต่ก็ติดตาม pinterest
อยู่จะเป็นการหาไอเดียมากกว่า ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ตามใน pinterest ครับ ตามไปด้วยบางครั้งก็หาไอเดียไปด้วย
ในตัวเลย ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

2) จากเว็บไซต์ pinterest และเว็บไซต์ shutterstock

“... ดู trend ใน shutterstock ค่ะ เค้าจะมี trend การออกแบบ
ส่งมาให้ อ้อ.. อีกเว็บที่ดูก็จะดูใน pinterest ค่ะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ตามจาก pinterest กับ shutterstock ภาพที่เป็นภาพที่เค้า
อัปเดตขึ้นมาใหม่ ก็ดู trend จากตรงนั้นว่าเปลี่ยนไปอย่างไรหรือจะเป็นใน
ทิศทางไหน ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ใน pinterest กับของ shutterstock ผสมกันครับ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) จากเว็บไซต์ pinterest และเว็บไซต์ behance

“... ยุคนี้ในการที่จะหาข้อมูลนะครับผมว่ามันง่าย ๆ คือที่
ยกตัวอย่างนี้อย่างเราเล่น facebook ทุกวันนี้แทบไม่ต้องทำอะไรเลยเขาเอา
ข้อมูลมาเสิร์ฟเราถึงที่เลย อย่างพวกเพจการออกแบบที่เราไปกดไลก์กดถูกใจไว้
มันก็จะมี trend มีอะไรขึ้นมาก เราก็ดูตามจากเพจนั้นแหละ ใน pinterest กับ
behance ก็ตามอยู่ pinterest นี่เป็นเว็บหลักเลยที่ตามงานต่างๆ เยอะดีทำให้
เรามีแนวคิดมี ไอเดียใหม่ๆ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ดูใน behance กับ pinterest ประกอบกันครับ behance จะเป็นพวกนักกราฟิก บางทีงานที่เค้าออกแบบเราก็ก็นึกถึงก็มี ก็จะดูtrendของคนทั่วไปใน pinterest แล้วเอามาผสมเป็นงานของเราครับ ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 23 การติดตามแนวโน้มด้านการออกแบบแต่ละปีและแนวโน้มความต้องการซื้อของผู้ซื้อ

กลุ่มตัวอย่าง	การติดตามแนวโน้มด้านการออกแบบแต่ละปี และแนวโน้มความต้องการซื้อของผู้ซื้อ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ตามเทรนด์การออกแบบใน pinterest
Max2	ดูเทรนด์ปัจจุบันจาก pinterest, เทรนด์อนาคตจาก behance
Max3	ดูในเว็บไซต์ที่ขายสต็อก ผสมกับ pinterest และ behance
Max4	ดูใน Shutterstock เป็นหลัก และใน pinterest ประกอบ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ตามเทรนด์การออกแบบใน pinterest
Medium2	ไม่สนใจเรื่องเทรนด์มาก แต่ก็หาไอเดียใน pinterest
Medium3	ดูเทรนด์ที่ shutterstock ส่งมาให้ กับตามใน pinterest
Medium4	ตามเทรนด์การออกแบบใน pinterest หาไอเดียด้วย
Medium5	ตามจาก pinterest กับ shutterstock
Medium6	ตามจาก pinterest กับ shutterstock
Medium7	ตามจาก pinterest กับ shutterstock
Medium8	ดูจาก pinterest กับ shutterstock

2.3 การแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน)

การแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน) จำนวนทั้งสิ้น 12 คน โดยส่วนมากให้ความเห็นตรงกันว่าพื้นที่ ที่มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าสูงจะเป็นทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานภาพถ่ายออนไลน์และภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุดจึงทำให้เกิดการดาวน์โหลดภาพมากกว่าลูกค้าทวีปอื่นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างออกแบบผลงานเพื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้ รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และมีนักกราฟิกที่ออกแบบตามความชอบส่วนตัวที่เป็นการออกแบบสไตล์เอเชีย ทำให้มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าทวีปเอเชียมากกว่าทวีปยุโรปและอเมริกา จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

2.3.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ทั้งหมดให้ความเห็นว่าพื้นที่ในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของตนเองอยู่ในทวีปอเมริกา ยุโรปเป็นหลัก ส่วนพื้นที่อื่นมียอดขายรองลงมารายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“... ส่วนมากจะได้ขายแถบยุโรป อเมริกา ถ้าดูตามที่ขึ้นใน shutterstock นะ แต่ตอนทำก็รู้อยู่แล้วแหละว่าในไทยเราคงไม่เท่าไร ก็พยายามดูงานของต่างชาติเยอะๆ จะได้มีแนวทาง ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนน่ารัก

“... คือหลักๆ แล้ว ลูกค้าจะเป็นกลุ่มอเมริกา ยุโรปนะครับ เพราะเค้าจะเป็นกลุ่มแรกๆ ที่ขายและซื้อภาพออนไลน์ อีกอย่างเค้าให้ความสำคัญเรื่องลิขสิทธิ์มาก ถ้าผิดหรือละเมิดจะฟ้องทันที และถ้าเทียบค่าเงินแล้วราคาที่เราเอาไปโหลดจากเราจะไม่แพงเลย มันทำให้ฐานลูกค้าในกลุ่มประเทศนี้จะเยอะกว่าโซนเอเชียบ้านเรา เพราะฉะนั้นการออกแบบของเราก็จะเน้นไปทางลูกค้ากลุ่มนี้มากกว่า มันไม่เหมือนการถ่ายรูปที่ช่างภาพบ้านเราจะส่งภาพวัดวาอารามบ้านเราไปขาย แต่เวกเตอร์เป็นงานที่เราวาดขึ้นเอง เราทำอะไรกับมันก็ได้ ไม่ได้จำกัดเรื่องสถานที่หรือวัฒนธรรมมากนัก เพียงแค่เราเปิดหูเปิดตากว้างๆ ดูงานของฝรั่งๆ ให้เยอะ หาแนวทางการออกแบบใหม่ๆ จะช่วยในการสร้างงานของเราได้มากเลยครับ ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ตอนแรกที่เพื่อนที่แนะนำเพื่อนกับบอกระ ว่าลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นโซนอเมริกา ยุโรป เอเชียจะน้อย จะมีเกาหลี ญี่ปุ่นเข้ามาบ้าง ไทยนี้น้อยมาก พี่ก็เลยทำงานให้เป็นแนวนั้นไปเลยละ ของเคื่อก็จะเป็นพวกเราชนิดเส้นตรง เรียบๆ เป็นหลักนะ แต่ก็ดู trend ของแต่ละช่วงด้วยละ ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 25 ตุลาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ที่จริงผมจะทำงานตามปฏิทินสากลอยู่แล้วครับ เพราะฉะนั้นวันสำคัญต่างๆ ที่ผมทำมันก็คือวันสากลของโลก ลูกค้าทั่วโลกสามารถโหลดภาพและนำไปใช้งานได้เลย แต่ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ผมเห็นโหลดใน SS ก็จะแถวอเมริกาเยอะอยู่ครับ รองลงมาจะเป็นยุโรป ส่วนเอเชียจะค่อนข้างน้อยไม่เยอะมาก แต่ก็มียอดโหลดเข้ามาอยู่ครับ ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2.3.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่ซื้อภาพออนไลน์ของตนเองส่วนใหญ่อยู่ในทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 4 คน รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และทวีปเอเชีย จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) พื้นที่ขายส่วนใหญ่คือทวีปอเมริกาและทวีปยุโรป

“... ส่วนมากจะเป็นอเมริกาครับ อาจจะด้วยคนเค้าเยอะ ต้องการรูปที่ถูกลิขสิทธิ์ ราคาไม่แพงด้วย ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ที่จริงหลังๆ ผมก็ไม่ค่อยได้ดูแลหาว่าได้ขายประเทศไหน ตอนขายแรกๆ ก็ลุ้นมากกว่าจะได้ขายที่ไหนๆ เดี๋ยวนี้ไม่ลุ้นละครับ มันหาแนวทางตัวเองเจอแล้ว ภาพติดตลาดแล้วด้วย ส่วนใหญ่ก็จะอยู่แถวอเมริกานะ จะได้โหลดใหญ่กับแถบนั้น ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... เท่าที่ดูใน SS ก็ทั่วโลกนะครับ แต่มันจะหนักไปทางอเมริกา เอเชียที่ซื้อภาพก็จะมีญี่ปุ่นกับเกาหลี อาจจะด้วยปัจจัยหลายๆ อย่างของเค้า ด้วย เพราะบ้านเค้าจะเน้นเรื่องลิขสิทธิ์ ไม่เหมือนบ้านเรา ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... โห ดูยากเหมือนกันนะ เพราะบางเว็บมันก็ไม่ได้บอกว่าภาพเราได้ขายที่ประเทศไหน ลูกค้าเป็นใคร เท่าที่เห็นก็จะมี SS กับ IS ส่วนมากลูกค้าจะไปทางยุโรป กับอเมริกามากกว่า ตอนขายแรกๆ ก็ลุ้น ตอนยอดมาน้อยๆ จะลุ้นมากกว่าวันนี้ได้ขายกี่รูป รูปได้ขายแล้วไหน อย่างไร ใน SS จะเป็นแผนที่แล้ว ขึ้นมาเลยว่ารูปเราได้ขายตรงไหน ถ้าเป็นประเทศไทยก็ดีใจสุดๆ เลยครับ มันดีใจอย่างบอกไม่ถูก แต่พอหลังๆ พอรูปเราได้ขายเยอะขึ้นมีลูกค้าเยอะขึ้นมันก็ดูไม่ทัน จะดูยอดขายเป็นหลักเอา ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ออกแบบให้เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก

“... ที่จริงเรื่องโฆษณาการขาย ใน microstock มันก็ดูได้ไม่เกี่ยวนะว่าเราได้ขายที่ประเทศไหน หรือยังไร ตอนออกแบบก็ออกแบบไปทางสากลมากกว่า ไม่ได้เน้นหนักด้านไหน ก็ดูว่าภาพแบบไหนลูกค้ายอดนิยมโหลดสูง ความต้องการเยอะก็ทำแบบนั้นค่ะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 31 ตุลาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... คิดว่าเป็นลูกค้าทั่วโลกนะครับ เพราะการขายภาพออนไลน์มันเปิดกว้างมาก ต้องทำงานให้ออกแนวสากลที่สุดไม่เจาะประเทศไหนเป็นพิเศษ เพราะถ้าเราทำแนวสากลเราสามารถขายได้ทุกประเทศ โอกาสที่ได้ขายก็เยอะ

ขึ้น แต่สิ่งหนึ่งที่อย่าลืมคือต้องดูปฏิทินสากลด้วย วันสำคัญต่างๆ จะได้ไม่พลาด
...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ที่จริงกลุ่มลูกค้าเราคือลูกค้าทั่วโลกเลยนะครับ อาจจะมีบาง
กลุ่มที่ซื้อเยอะขึ้นน้อยอย่างเช่นพวกยุโรป อเมริกา จะมียอดโหลดเข้ามาเยอะ
กว่าลูกค้าโซนเอเชีย แต่การออกแบบของผมก็ไม่หนักไปทางไหนนะครับ
พยายามออกแบบเป็นสากล ไม่ว่าประเทศไหนก็สามารถเอาไปใช้งานได้ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) พื้นที่การขายส่วนมากคือทวีปเอเชีย

“... เท่าที่ดูใน shutterstock ก็ผสมๆ กันนะครับ เพราะผมจะ
ออกแบบแนวการ์ตูนญี่ปุ่น ตามที่ผมชอบ มันก็เลยมีลูกค้ากลุ่มเอเชียเข้ามาด้วย
แต่ก็พยายามออกแบบให้เป็นสากลนะ แต่เป็นแนวเอเชียมากกว่าชาวยุโรป
อเมริกาก็มีซื้อบ้าง เอเชียส่วนมากก็ ญี่ปุ่น จีน เกาหลี ไทยไม่ค่อยมีครับ ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 24 การแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน)

กลุ่มตัวอย่าง	การแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน)
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ยุโรป อเมริกา
Max2	กลุ่มอเมริกา ยุโรป
Max3	ยุโรป อเมริกา
Max4	มากที่สุดคืออเมริกา รองลงมาจะเป็นยุโรป ส่วนเอเชียจะค่อนข้างน้อย

ตารางที่ 24 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	การแปลความหมายของลูกคำ (ลูกคำที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน)
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	มีทั้ง เอเชีย ยุโรป อเมริกา
Medium2	อเมริกา
Medium3	ไม่ได้ดูเรื่องพื้นที่การขาย พยายามออกแบบงานให้ขายได้ทั่วโลก
Medium4	อเมริกา
Medium5	อเมริกา เอเชียบ้างเล็กน้อย
Medium6	พื้นที่การขายทั่วโลก ออกแบบงานให้ขายได้ทุกประเทศให้เป็นสากล
Medium7	ทั่วโลกออกแบบเป็นสากล ไม่ว่าประเทศไหนก็สามารถเอาไปใช้งานได้
Medium8	ยุโรป กับอเมริกา

สรุปผลการวิจัยเทคนิคการออกแบบและสื่อความหมาย

จากการศึกษาเทคนิคการออกแบบและสื่อความหมายของนักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 คน พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 2 ประการ ได้แก่ เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์และการสื่อความหมาย

ด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ ประกอบด้วย อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ อุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการออกแบบ โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบ เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ และแหล่งเรียนรู้ในการออกแบบ โดยอุปกรณ์หลักที่กลุ่มตัวอย่าง คือ คือ ใช้ MacBook มากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 3 คน อีกทั้งยังมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ใช้ notebook ธรรมดา จำนวน 1 คน Mac Mini จำนวน 1 คน และ ใช้ทั้ง Mac ทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ในการออกแบบ จำนวน 1 คน อุปกรณ์เสริมที่กลุ่มตัวอย่าง ใช้ในการออกแบบคือ ใช้เมาส์ปากกา ช่วยในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 6 คน และใช้โทรศัพท์จตไอเดีย จำนวน 1 คน ใช้กระดาษหรือสมุดจตไอเดีย จำนวน 1 คน เครื่องสแกน จำนวน 1 คน ส่วนที่เหลือไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริมในการออกแบบ ซึ่งทั้งหมดใช้โปรแกรม adobe illustrator ในการออกแบบ ส่วนเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับการจัดองค์ประกอบและจุดตัดเก๋ๆ มากที่สุด จำนวน 5 คน ซึ่งการจัดองค์ประกอบมีการใช้ทฤษฎีจุดตัดเก๋ๆ มาช่วยในการออกแบบ ลำดับถัดมาจะเป็นการออกแบบ โดยการเน้นจุดสนใจหรือตัวการ์ตูนหลัก จำนวน 4 คน จะมีการวางตัวการ์ตูนหลักเป็น

เป็นจุดเด่นหรือจุดสนใจ และจัดองค์ประกอบอื่นๆ ที่หลัง และสุดท้ายจะเป็นการนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน จำนวน 3 คน การจัดองค์ประกอบให้เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ และแหล่งเรียนรู้ในเรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบของกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างบางคนมีความรู้เดิมมาจากการเรียนระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน จากการอ่านหนังสือ หรืออ่านบทความในอินเทอร์เน็ต จำนวน 5 คน เรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองสนใจจาก youtube จำนวน 5 คน และเรียนรู้จากประสบการณ์จริง จำนวน 3 คน ซึ่งบางคนก็มีทั้งความรู้เดิมและความหาความรู้ใหม่ๆ จากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างหลายคนมีการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายไม่ได้เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้เดียว

และด้านการสื่อความหมาย ประกอบด้วย การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมาย เทคนิคในการสื่อความหมาย แนวโน้มการออกแบบแต่ละปี แนวโน้มความต้องการซื้อของผู้ซื้อ และการแปลความหมายของลูกค้า จากลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน พบว่าการใช้สัญลักษณ์และเทคนิคเพื่อการสื่อความหมายนั้นกลุ่มตัวอย่างมีมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบ คือ การวาง concept ของเรื่อง หรือภาพที่จะออกแบบและหาข้อมูลประกอบ จำนวน 6 คน รองลงมาจะเป็นการจัดองค์ประกอบ การวางตำแหน่ง จำนวน 2 คนและวิเคราะห์ตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 2 คน การถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์นั้นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก จำนวน 9 คน และใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ โดยส่งผ่านตัวการ์ตูน จำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ลักษณะของเส้นในการสื่อความหมายคือ จะใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบสไตล์ flat design จำนวน 4 คน เส้นตรงหรือเส้นเรียบๆ จำนวน 3 คน ขึ้นอยู่กับอารมณ์ของภาพ จำนวน 1 คน เส้นโค้งมน จำนวน 1 คน และบางคนก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องเส้นมากเท่าไรแต่จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นมากกว่า จำนวน 2 คน มีการติดตามแนวโน้มการออกแบบแต่ละปีและแนวโน้มความต้องการซื้อของผู้ซื้อจากเว็บไซต์ pinterest แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่ได้จากเว็บอื่นประกอบด้วย เช่น เว็บไซต์ shutterstock จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน และมีการการแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน) จากพื้นที่ที่มียอดดาวนโหลดจากลูกค้าสูงจะในทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานภาพถ่ายออนไลน์และภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุดจึงทำให้เกิดการดาวนโหลดภาพมากกว่าลูกค้าทวีปอื่นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างออกแบบผลงานเพื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้ รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และมีนักกราฟิกที่ออกแบบตามความชอบส่วนตัวที่เป็นารออกแบบสไตล์เอเชีย ทำให้มียอดดาวนโหลดจากลูกค้าทวีปเอเชียมากกว่าทวีปยุโรปและอเมริกา จำนวน 1 คน ตามลำดับ

1. กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน พบว่า ด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ คือ ใช้ MacBook จำนวน 3 คน และใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบจำนวน 1 คน ซึ่งการใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบของกลุ่มตัวอย่างนั้น ไม่ได้สร้างปัญหาให้กับกลุ่มออกแบบเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการนำจอที่ใช้ไป calibrate เพื่อให้เพื่อสีที่ถูกต้องสมจริง ใช้โปรแกรม adobe illustrator และใช้เมาส์ปากกาเป็นอุปกรณ์เสริมในการออกแบบเหมือนกัน มีเทคนิคการออกแบบที่หลากหลายคือ มีการใช้ตัวการ์ตูนหลักเป็นจุดเด่น ใช้หลักการจัดองค์ประกอบเข้ามาช่วยแล้วแต่ผลงานว่าต้องการสื่อแบบใด ก็ใช้หลักการจัดองค์ประกอบนั้นๆ และการนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน มีการเรียนรู้เรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย ทั้งการอ่านจากหนังสือ อ่านบทความตามอินเทอร์เน็ต การดูเทคนิควิธีต่างๆ ใน youtube และมีพื้นฐานการออกแบบเดิมจากการเรียนระดับปริญญาตรี มีมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบ คือ วาง concept เรื่องหรือภาพที่จะออกแบบและหาข้อมูลประกอบ จำนวน 3 คน และออกแบบตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 1 คน

และด้านการสื่อความหมายนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จระดับมากมีวิธีการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันคือ ใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว ความคิดสร้างสรรค์และใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว ความคิดสร้างสรรค์ มีการคุมโทนสีหรือเฉดสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงานและใช้สีเส้นที่สดใส ในการออกแบบ ทั้งหมดจะมีลักษณะการใช้เส้นที่เหมือนกันคือใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบแต่ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบ และลักษณะการออกแบบในช่วงเวลานั้นๆ ด้วยว่ามีการใช้เส้นแบบใด ติดตามแนวโน้มและทิศทางการออกแบบ จากเว็บไซต์ pinterest behance และ shutterstock และมีการออกแบบภาพเพื่อให้สัมพันธ์กับการแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน) ในทวีปอเมริกาและทวีปยุโรป

2. กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน พบว่า ด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ อุปกรณ์หลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการออกแบบ คือ MacBook ในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบ จำนวน 2 คน และ notebook จำนวน 1 คน MacMini จำนวน 1 คน ทั้งหมดใช้โปรแกรม adobe illustrator ในการออกแบบและใช้เมาส์ปากกาช่วยในการออกแบบ จำนวน 2 คน ใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 1 คน ใช้กระดาษหรือสมุดจดไอเดีย จำนวน 1 คน เครื่องสแกน จำนวน 1 คน มีเทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกัน คือ ใช้หลักการการจัดองค์ประกอบและจุดตัดเก้าช่อง

จำนวน 3 คน ใช้ตัวการ์ตูนหลักหรือสร้างจุดสนใจให้กับภาพ จำนวน 3 คน และการนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน จำนวน 2 คน มีการเรียนเรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย โดยส่วนมากมีความรู้เดิมมาจากการเรียนระดับปริญญาตรี จากการอ่านหนังสือหรืออ่านบทความในอินเทอร์เน็ต เรียนรู้จาก youtube และเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีการเรียนรู้หลายช่องทาง

และการสื่อความหมายนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลางมีมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบที่แตกต่างกันคือ การวาง concept ของเรื่อง หรือภาพที่จะออกแบบ และหาข้อมูลประกอบ มากที่สุด จำนวน 3 คน รองลงมาจะเป็นการจัดองค์ประกอบ การวางตำแหน่ง จำนวน 2 คนและวิเคราะห์ตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 1 คน ทำงานเป็นชุด จำนวน 1 คน มีวิธีการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันคือ ใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 8 คน ใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 2 คน ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะมีการคุมโทนสีหรือเฉดสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงาน จำนวน 3 คน ใช้โทนสีเย็น จำนวน 2 คนใช้ชุดสีตามเว็บไซต์ จำนวน 2 คน และเป็นการใช้สีที่สดใส อบอุ่น จำนวน 1 คน มีลักษณะการใช้เส้นในการออกแบบที่แตกต่างกันคือ เส้นตรงหรือเส้นเรียบๆ จำนวน 3 คน ใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบสไตล์ flat design จำนวน 2 คน ขึ้นอยู่กับอารมณ์ของภาพ จำนวน 1 คน เส้นโค้งมน จำนวน 1 คน และไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องเส้นมากเท่าไรแต่จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นมากกว่า จำนวน 1 คน กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest และมีกลุ่มตัวอย่างติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ shutterstock ประกอบ จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่ซื้อภาพออนไลน์ของตนเองส่วนใหญ่อยู่ในทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 4 คน รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และทวีปเอเชีย จำนวน 1 คน เพื่อให้ตรงการแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน)

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ ได้แก่ อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ อุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการออกแบบ โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบ เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์และแหล่งเรียนรู้ในการออกแบบ ซึ่งอุปกรณ์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ออกแบบส่วนใหญ่ คือ คอมพิวเตอร์ Mac ใช้โปรแกรม adobe illustrator รายเดือน ส่วนอุปกรณ์เสริมจะเป็นเมาส์ปากกาเป็นหลัก สำหรับเทคนิคในการออกแบบภาพเวกเตอร์นั้น มุมมองที่นักกราฟิกคิดไว้ในใจก่อนส่วนเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์

องค์ประกอบของภาพเวกเตอร์ นักกราฟิกส่วนใหญ่จัดองค์ประกอบโดยใช้กฎสามส่วนและจุดตัดเก้าช่องและการเน้นจุดสนใจมาใช้ในการออกแบบ สำหรับแหล่งเรียนรู้มาจากพื้นฐานเดิมและการอ่านหนังสือหรือบทความในอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดองค์ประกอบภาพ ของ Poysirikanda (ระบบออนไลน์: 2557) เรื่อง กฎ 3 ส่วน คือ ไม่ว่าภาพจะอยู่แนวตั้งหรือแนวนอนก็ตาม หากเราแบ่งภาพนั้นออกเป็นสามส่วน ทั้งตามแนวดิ่งและแนวนอน แล้วลากเส้นแบ่งภาพทั้งสามเส้น จะเกิดจุดตัดกันทั้งหมด 4 จุด ซึ่งจุดตัดของเส้นทั้งสี่นี้ เป็นตำแหน่งที่เหมาะสมสำหรับการจัดวางวัตถุที่ต้องการเน้นให้เป็นจุดเด่น หลัก ส่วนรายละเอียดอื่นๆ นั้น เป็นส่วนสำคัญที่รองลงมา การจัดวางตำแหน่งจุดเด่นหลักไม่จำเป็นจะต้องจำกัดมากนัก อาจถือเอาบริเวณใกล้เคียงทั้ง สี่จุดนี้ และสอดคล้องกับจุฑารัตน์ จอกสูงเนิน (ระบบออนไลน์: 2556) ที่ได้ทัศนะไว้ว่าหลักพื้นฐานการออกแบบ 4 ประการ การเน้น (emphasis) การส่งเสริมคุณค่าของงานออกแบบอย่างหนึ่งก็คือการเน้น โดยสามารถแสดงออกได้ด้วยการแสดงออกให้เห็นว่างานออกแบบนั้นๆ มีแนวความคิดเป็นแนวความคิดเดียว โดยการสร้างจุดสนใจเพียงสิ่งเดียว ใช้สี แสง ขนาด ทิศนมิติ ช่วยให้เกิดการเน้นที่ชัดเจน นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์การถ่ายภาพดิจิทัลสารคดีท่องเที่ยวของนักถ่ายภาพมืออาชีพ ของ Chen She Ying (2555: 199) ที่พบว่าการจัดองค์ประกอบภาพของนักถ่ายภาพสารคดีท่องเที่ยวนั้น กลุ่มตัวอย่าง 2 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 คน ใช้หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ในการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้กฎ 3 ส่วน

ด้านการสื่อความหมาย มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมาย ได้แก่ การใช้สัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย เทคนิคในการสื่อความหมาย ทิศทางการออกแบบแต่ละปีและทิศทางการต้องการซื้อของผู้ซื้อ รวมไปถึงการแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน) ซึ่งการใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายของนักกราฟิกด้านมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบหลักๆ จะเป็นการวาง concept ของเรื่อง หรือภาพที่จะทำและหาข้อมูลประกอบ การถ่ายทอดอารมณ์เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ส่วนมากจะถ่ายทอดผ่านการใช้สี ส่วนเทคนิคในการสื่อความหมาย การใช้เส้น สี และรูปทรง จะใช้แตกต่างกันออกไป การใช้เส้นจะมีทั้งการใช้เส้นเรียบๆ โค้งมน ไม่ตัดขอบ การใช้สีนักกราฟิกเลือกใช้สีตามความเหมาะสมของงาน ใช้สีโทนเย็น ฯลฯ สุดท้ายเป็นรูปทรง หลักๆ จะใช้อยู่สองรูปทรงด้วยกันคือเสมือนจริงและเรขาคณิต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสัญลักษณ์วิทยา (semiology) (กาญจนา แก้วเทพ, 2547: 105-108) ที่ระบุไว้ว่า เป็นทฤษฎีที่ให้คำอธิบายเกี่ยวกับคำว่า "สัญลักษณ์" (sign) คำว่า "sign" ในภาษาอังกฤษ มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า "to semion" สัญลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ความหมาย (meaning) แทนของจริง ตัวจริง (object) ในตัวบท (text) และในบริบท (context) สิ่งที่น่ามาเป็นสัญลักษณ์นั้น อาจเป็นวัตถุ สิ่งของ รูปภาพ หรืออื่นๆ แต่สัญลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักที่สุดคือ ภาษา language และสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อความหมายในการออกแบบภาพเวกเตอร์ (Nota-Studio, 2558: ระบบออนไลน์) ที่ระบุไว้ว่า งานศิลปะนั้นจะมี

คุณค่าก็ต่อเมื่อมันสื่อความหมายออกมาได้ งานกราฟิกก็คืองานศิลปะเช่นกัน การสื่อความหมายจึงเป็นสิ่งที้นักออกแบบขาดเสียไม่ได้ในการออกแบบ ต่อให้งานที่ได้สวยงามอย่างไร แต่ไม่สามารถตอบโจทย์ของงานออกแบบ หรือสื่อสิ่งที่ผู้ออกแบบคิดเอาไว้ได้ งานกราฟิกนั้นก็จะมีคุณค่าลดน้อยลงไป ดังนั้นเมื่อต้องการออกแบบงานกราฟิก จะต้องคำนึงถึงเกณฑ์ 3 ข้อนี้ไว้ให้มั่น คือ ประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับบทความเรื่อง การสื่อความหมาย ของ ธนา ยะนันโต (2550: ระบบออนไลน์) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า มนุษย์เราเป็นสัตว์สังคมที่มีความต้องการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน เป็นกลุ่มก้อนเป็นกลุ่มสังคม ดังนั้นจึงแทบเป็นไปไม่ได้ที่มนุษย์จะหลีกเลี่ยงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน มนุษย์จึงมีการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารสร้างความเข้าใจระหว่างกันและกัน ตัวภาษามีจุดสำคัญอยู่ที่การสื่อความหมายให้มีความเข้าใจตรงกัน เช่น เรามีภาษาพูดที่ใช้สื่อสารระหว่างกัน และเป็นภาษาที่เราเลือกใช้ได้ง่ายที่สุดแค่เปล่งเสียงออกมาเท่านั้น แต่ลองนึกภาพ ถ้าสมมติว่าเช้าวันหนึ่งเราตื่นขึ้นมากลางกรุงเม็กซิโกเราจะพูดกับใคร พูดกันอย่างไร ภาษาพูดจึงมีข้อจำกัด โดยเฉพาะข้อจำกัดในกลุ่มคนที่ใช้ภาษาพูดคนละภาษา (หลายคนอาจจะพูดว่าภาษาอังกฤษก็น่าจะเป็นสื่อกลางได้ แต่ก็ยังมีอีกหลายคนที่ไม่อ่านหนังสือ) ภาษาพูดไม่สามารถทำให้คนสามารถเข้าใจได้ตรงกันทั่วโลก มนุษย์จึงใช้วิธีการสื่อสารระหว่างกันทางอื่นนั่นก็คือภาษาภาพ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีกว่า รวมทั้งยังสอดคล้องกับบทความเรื่อง การจัดองค์ประกอบภาพ ของ ธาณี ภู่นพคุณ (2550: ระบบออนไลน์) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า ต้นไม้จะสมบูรณ์ได้ต้องประกอบไปด้วย รากแก้ว รากฝอย ลำต้น กิ่ง ก้านใบ ดอก ผล การออกแบบก็เช่นเดียวกันต้องอาศัยส่วนประกอบต่างๆ ของศิลปะหรือองค์ประกอบศิลป์มาประกอบกันเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกลมกลืนเกิดประโยชน์ใช้สอยและมีคุณค่าทางความงาม จึงจะเป็นงานออกแบบที่มีคุณค่าอย่างแท้จริง ส่วนประกอบที่สำคัญของงานออกแบบที่สำคัญนั้นประกอบด้วย เส้น (line) รูปร่าง (shape) รูปทรง (form) น้ำหนัก (value) พื้นผิว (texture) ที่ว่าง (space) และสี (color)

ตอนที่ 4 เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจ ผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ

การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ เป็นธุรกิจที่รวบรวมงานกราฟิกเวกเตอร์ทุกประเภท ทุกแขนงไว้เป็นหมวดหมู่เพื่อการเข้าถึงการใช้งานแก่ผู้ที่ต้องการเอาไปใช้ในงานกราฟิกต่างๆ ในสื่อทุกประเภท หรือการให้ลูกค้าดาวน์โหลดภาพไปใช้งาน โดยที่ลูกค้าต้องสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์นั้นๆ เพื่อดาวน์โหลดภาพที่ตัวเองต้องการ นักกราฟิกจึงจะได้รับส่วนแบ่งเป็นค่าคอมมิชชั่นตามอัตราที่กำหนดของแต่ละแห่ง ซึ่งไม่ใช่การขายสิทธิ์แต่เป็นการให้เข้าถึงเพื่อนำไปใช้งานเท่านั้น ลิขสิทธิ์ภาพยังคงเป็นของนักกราฟิก แหล่งรวมงานเหล่านี้จะเป็นในรูปแบบของเว็บไซต์ ซึ่งเว็บไซต์ที่ให้บริการเหล่านี้ เรียกว่า ไมโครสต็อก (microstock) ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อในการศึกษาเทคนิคในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ออกเป็น 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิจัย/วิเคราะห์แหล่งขาย 2) การวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อยและตัดสินใจเลือก 3) การออกแบบ 4) การส่งภาพ 5) การประชาสัมพันธ์การจำหน่ายภาพ 6) ค่าตอบแทน 7) การประเมินผล และ 8) การบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน

แผนผังสรุปผลการวิจัย ตอนที่ 4
เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ



ภาพที่ 46 แผนผังสรุปผลการวิจัย ตอนที่ 4 เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ

1. การวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย

การวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ รวมไปถึงการวิเคราะห์ช่องทางขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ด้วย ซึ่งช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้นสามารถขายผ่านเว็บไซต์ส่วนตัวและขายผ่านเว็บไซต์ไมโครสต็อก แต่นักกราฟิกทั้งหมดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน เลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ไมโครสต็อก เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูง เป็นระบบที่ทำให้ความเข้าใจได้ไม่ยากสำหรับผู้เริ่มขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ อีกทั้งยังได้รับความนิยมจากผู้ขายภาพออนไลน์ที่ขายภาพมาเป็นเวลานาน เพราะไมโครสต็อกแต่ละแห่งมีฐานลูกค้าของตัวเองมากมาย มีงานให้ลูกค้าเลือกหลายประเภทหลายแบบ อีกทั้งยังมีงบประมาณและช่องทางประชาสัมพันธ์สูง มีการจัดการที่เป็นระบบมีความเป็นมืออาชีพทางด้านการตลาดและทางกฎหมายในกรณีที่ภาพของผู้ขายถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ส่วนการเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ในระบบมาก่อน จากการอ่านหนังสือ และการเคยเป็นผู้ซื้อภาพออนไลน์มาใช้ในการออกแบบ สามารถจำแนกได้ดังนี้

1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขายจาก เพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ และจากการทำงานประจำ จากนั้นจึงทำการหาข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ต รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) บุคคลที่รู้จักเป็นคนแนะนำ และหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตประกอบ

“... รู้จักการขายภาพออนไลน์จากพี่ที่รู้จัก เคื่อบอกเคื่อบอกแนะนำ ตั้งแต่ตอนเรียนปอตรีละ แต่ก็ไม่ได้ทำ เคื่อบพยายามบอกตลอดแต่เราก็อinance ไม่ได้สนใจอะไร จนเรียนจบ ทำงาน ไปเป็นนักกราฟิกในบริษัทอยู่พักหนึ่ง รู้สึกมันไม่ใช่เลยออกมาหาอะไรทำเองก็เลย เนี่ยแหละลองขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ดู เริ่มจากเว็บ shutterstock ทำตามที่พี่เคื่อบอกหมดว่าขายที่ไหนดีอะไรยังไง ตอนแรกๆ ก็ลองขายดูไม่ได้อะไรมาเลยไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่ไหน...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการตุนนักรธุรกิจ

“... คุยกับเพื่อนชาวต่างชาติค่ะ เพราะเค้าทำมาก่อนแล้วเค้าก็เป็นคนแนะนำให้ทำด้วย ส่วนมากจะคุยกันเรื่องการขายผ่าน skype ทุกอย่างก็ทำตามเพื่อนนั่นแหละค่ะ เพราะตอนนั้นในไทยยังไม่ค่อยมีใครขาย โชคดีได้เพื่อนบอก แนะนำแนวทางด้วย จะต้องสมัครยังงัย ขายยังงัย เราก็ถามจากเค้า ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... พี่ที่รู้จักบอกมาครีว่ามีธุรกิจแบบนี้ะ ประกอบกับตอนนั้นผมกำลังจะมีลูกก็อยากหาอาชีพอิสระที่ทำงานอยู่ที่บ้านได้ ตอนเริ่มทำใหม่ๆ ก็ขายแต่ใน shutterstock ไม่ได้ลาออกจากงานครับ ทำได้ยอดประมาณสองหมื่นต่อเดือนถึงลาออก ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) จากศึกษาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต

“... ช่วงนั้นเป็นช่วงที่ผมตกงานครับ วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์พอดี งานพวกขายภาพออนไลน์มันก็ผ่านหูผ่านตาบ้างตอนทำงาน ก็เลยเอว่ะ ลองขายดูบ้าง ก็เริ่มทำ เริ่มศึกษามาเรื่อยๆ ก็หาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตนี้แหละครับหาไปเรื่อยๆ ที่รู้มาคือจะมีขายแบบทำเว็บขายเองกับขายผ่านพวก shutterstock istory (ไมโครสต็อก) ก็ลองทำดูครับ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขายจากเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ จากนั้นจึงทำการหาข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ต เหมือนกับกลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จระดับมาก เพียงแต่กลุ่มตัวอย่างนี้เริ่มขายภาพเวกเตอร์ช้ากว่ากลุ่มประสบความสำเร็จระดับมาก ประกอบกับความคงที่สม่ำเสมอในการส่งผลงานเข้าระบบ จึงทำให้รายได้ไม่สูงมากเหมือนกลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) บุคคลที่รู้จักเป็นคนแนะนำ และหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตประกอบ

“... พี่ที่รู้จักบอกครับ สมัยเรียนผมชอบไปนั่งที่ TCDC (ศูนย์กลางความรู้ด้านการออกแบบและบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ครบวงจรแห่งแรกในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน จังหวัดเชียงใหม่) ไปนั่งวาดภาพ ไปนั่งเล่นเกมสใน notebook บ้าง ก็เห็นพี่เค้านั่งทำอะไรกัน นานพอสมควรเหมือนกันกว่าผมจะกล้าถามกล้าเข้าไปทักว่าเขาทำอะไรกัน พอกล้าพี่เค้าก็แนะนำเลยว่านี่ะเค้ากำลังวาดภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์กัน เค้าก็สอนหมดครับว่าสมัครยังไง ขายยังไง ที่จริงเค้าก็ไม่ได้มานั่งสอนเป็นขั้นเป็นตอนอะไรนะ คือนั่งอยู่ในนั้น อยากรู้อะไรก็ถามเอา ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... มาจากแฟนครับ แฟนแนะนำให้ทำ ตอนแรกก็เริ่มจากการขายภาพออนไลน์เริ่มจาก 123 rf ก่อนเห็นว่าส่งภาพแล้วผ่านง่ายก็เลยลอง แล้วค่อยขยับมาขายใน shutterstock แต่หลังๆ ไม่ได้ออกไปถ่ายรูปก็เลยลองคิดว่าอะไรที่เราทำได้บ้าง ก็เลยลองวาดรูปขายดู ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... รู้จักในกลุ่ม facebook ครับ พอดีผมเป็นนักกราฟิกอยู่แล้วก็มีกลุ่มที่เค้าเอาไว์โพสเกี่ยวกับงานด้านกราฟิก ก็เห็นเค้าโพสกัน ขายภาพออนไลน์ได้รายได้ดี ก็เลยลองดู...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมเริ่มรู้จักแล้วก็เริ่มขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์จากการไปฟังสัมมนาเกี่ยวกับการขายภาพออนไลน์ในร้านอาหารแถวๆ น้ำปิง รู้จักกับพี่เอก วันนั้นพี่เอกไปเป็นวิทยากร ก็เลยเริ่มขายดู ในงานเค้าก็บอกหมดนะว่าเริ่มขาย

ยังไ ขยทีไ หน ส่วนรายละเอียดยกัไปหาอ่านในเน็ตเอามีเยอะครัับบทความ
เกี่ยวกับการขายภาพออนไลน์ ...”

(Medium5, สั มภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... เพื่อนแนะนำครัับ ก็เลยลองขายดู แต่มันมีงานออกแบบ
สถาปัตย์ที่ผมหั ทำอยู่ด้วยมันก็ไม ค่อยได้ทำเต็มที ขาดๆ หายๆ ไปบ้าง ...”

(Medium4, สั มภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) อ่านหนังสือและหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตประกอบ

“... ตอนนั้นซื้อกล้องใหม่คะ ก็ไปหาหนังสือที่สอนเกี่ยวกับการ
ถ่ายภาพมาอ่าน พอติไปเจอหนังสือขายภาพออนไลน์ในนั้นก็มีสอนถ่ายภ
พนิดหน่อย แล้วก็สอนขาย ก็เลยลองดู ก็ทำตามในหนังสือคะ...”

(Medium7, สั มภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ขายแรกๆ ขายรูปครัับก่อนครัับ ผมหเป็นช่างภาพมาก่อน พอติได้
มีโอกาศไปอ่านหนังสือการขายภาพออนไลน์ของอาจารย์สุระ ก็เลยลองขาย
แล้วก็เปลี่ยนมาเป็นงานเวกเตอร์เพราะไม ค่อยได้ออกไปถ่ายรูป คือผมหชอบ
ถ่ายรูปวิว คิดว่าวิวบ้านเรายังงั้สู้เมืองนอกไม ได้ ก็เลยเปลี่ยนติกว่า ...”

(Medium3, สั มภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... จากการอ่านหนังสือขายภาพออนไลน์ครัับ เริ่มขายจากตรงนั้น
ตอนสอบแรกๆ ก็ยังส่งภาพถ่ายไปสอบนะ รู้สึกจะส่ง 10 ผ่าน 7 ถึงจะผ่าน
ก็ทำตามทีหนังสือเคัาบอกครัับ ...”

(Medium8, สั มภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 25 การวิจัย วิเคราะห์แหล่งขาย

กลุ่มตัวอย่าง	การวิจัย วิเคราะห์แหล่งขาย
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	บุคคลที่รู้จักแนะนำ ช่วงแรกที่ทำไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่ไหน/ขายในไมโครสต็อก
Max2	ศึกษาหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต เริ่มขายใน shutterstock isticokphoto (ไมโครสต็อก)
Max3	เพื่อนชาวต่างชาติแนะนำ เชื้อเพื่อนเพราะเพื่อนทำมาก่อน/ขายในไมโครสต็อก
Max4	บุคคลที่รู้จักแนะนำ ไม่ได้ศึกษามากลองสมัครขายใน shutterstock (ไมโครสต็อก)
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	บุคคลที่รู้จักแนะนำ/ เริ่มขายในไมโครสต็อก
Medium2	แฟนแนะนำให้ขาย เริ่มจากขายภาพออนไลน์ใน ไมโครสต็อีก่อนแล้วจึงเปลี่ยนมาเป็นภาพเวกเตอร์ออนไลน์
Medium3	อ่านจากหนังสือขายภาพออนไลน์/ เริ่มขายในไมโครสต็อกตามคำแนะนำในหนังสือ
Medium4	กลุ่ม facebook มีนักกราฟิกคนอื่นขายแล้วมาโพสต์ให้ความรู้เรื่องการขายในกลุ่ม
Medium5	จากการฟังสัมมนาการขายภาพออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่
Medium6	อ่านจากหนังสือของคุณสุระ นวลประดิษฐ์/เริ่มจากการขายภาพถ่ายในไมโครสต็อก
Medium7	เพื่อนแนะนำให้ขายช่วงแรกไม่ได้ทำต่อเนื่อง เนื่องจากมีงานประจำอยู่
Medium8	อ่านหนังสือขายภาพออนไลน์/ เริ่มจากการขายภาพถ่ายในไมโครสต็อก

2. การวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อยของไมโครสต็อกที่นักกราฟิกมืออาชีพเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านไมโครสต็อกนั้นๆ จากการวิจัยพบว่านักกราฟิกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ทั้งหมดขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านไมโครสต็อก shutterstock เนื่องจากมีฐานของลูกค้าเยอะและจึงทำให้มีโอกาสขายได้สูงกว่าไมโครสต็อกอื่น ส่วนไมโครสต็อกอื่นๆ เช่น fotolia, 123rf, istockphoto, dreamstime ฯลฯ เป็นไมโครสต็อกลำดับถัดไปที่กลุ่มตัวอย่างเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ สามารถจำแนกได้ดังนี้

2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จากไมโครสต็อกที่ตนเองขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์อยู่โดยดูจากยอดขาย โหลดในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองไมโครสต็อกไหนมียอดขายโหลดสูงก็เน้นส่งที่ไมโครสต็อกนั้นๆ ส่วนไมโครสต็อกอื่นๆ ก็ยังคงส่งภาพอยู่แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าไมโครสต็อกหลักที่สร้างรายได้ให้กับตนเอง รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“... ก็เน้น shutterstock เพราะหลายๆ อย่าง ทั้งมาตรฐานการรับภาพ การเบิกจ่ายเงินที่เป็นระบบ แล้วที่สำคัญคือยอดขาย มันสูงกว่าที่อื่นจริง และเข้ามาเรื่อยๆ แต่สต็อกอื่นก็ไม่ได้ถึงนะ ก็ส่งเหมือนกันส่งตามยอดขาย เว็บไหนยอดดีก็อัปเว็บนั้นก่อน แต่หลักๆ จะดูใน shutter มากกว่า...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนน่ารักธุรกิจ

“...ที่เริ่มขายจาก shutterstock นั้นแหละค่ะ ตามคำแนะนำของเพื่อน พอภาพเรามีจำนวนหนึ่ง ประมาณ 200 รูปขึ้น ยอดดาวน์โหลดก็สูงขึ้นเรื่อยๆ พอส่ง shutter ไปซึกพักหนึ่งก็ส่งเว็บอื่นไปด้วย คือภาพที่เราออกแบบเค้าไม่ได้จำกัดว่าต้องขายแต่เว็บเค้าอย่างเดียว ก็ส่งเว็บอื่นด้วยจะได้มีรายได้เพิ่ม ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมเริ่มจาก shutter ตามคำแนะนำของพี่เค้าแหละครับตอนนั้นไม่ได้วิเคราะห์อะไร เค้าบอกอะไรดีก็ทำ พอเราทำไปซึกพักก็หาข้อมูลในเน็ตดูว่ามีเว็บไหนอีกที่เค้าชอบไปขายกันก็สมัครแล้วก็ขายตามเค้าไป ที่จริงก็ให้ดู

ด้วยว่าเว็บไหนขายดีก็จะส่งภาพขายเว็บนั้นก่อน แล้วค่อยอัพขึ้นเว็บอื่นตามๆ กันไป ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“...หาข้อมูลในเน็ตดูว่าคนขายเว็บไหนเยอะก็ลองขายเว็บนั้น ส่วนมากเข้าก็บอกกันว่า shutterstock แหะละครับ เค้าไม่ได้บอกธรรมดา เค้าเอายอดเงินมาโชว์ด้วย เราก็เลยเชื่อ เค้าก็เว็บเดียวจะเค้าก็บอกมาเป็นสิบ เราก็สมัครแล้วส่งเป็นสิบเหมือนกัน แต่สุดท้ายยอดขายจะบอกเราเองว่าเรา ควรจะขายเว็บไหนต่อ เว็บไหนไม่ควรไปเสียเวลากับมัน...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากไม่ได้วิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย ของ ไมโครสต็อกที่ตนเองขายมากเท่าใดนัก ส่วนมากจะเน้นขายหลายๆ ไมโครสต็อกเนื่องจากเชื่อว่า ยิ่งส่งภาพเวกเตอร์ขายหลายไมโครสต็อกมากเท่าใดก็จะเป็นการสร้างโอกาสในการขายภาพเวกเตอร์ ออนไลน์ให้กับตนเองมากเท่านั้น ซึ่งแตกต่างกับนักกราฟิกที่ประสบความสำเร็จระดับมากที่เลือกขาย ภาพเวกเตอร์ออนไลน์และให้ความสำคัญกับการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ในไมโครสต็อกที่สร้าง รายได้หลักให้กับตนเองส่วนไมโครสต็อกที่ไม่ค่อยสร้างรายได้ก็ยังส่งภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์อยู่แต่ ไม่ให้ความสำคัญมากเท่าใด รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“... ก็ขายตามที่พี่เค้าบอกครับ shutter drem fotolia ไม่ได้ วิเคราะห์หรือหาข้อมูลเพิ่มเติมครับ พี่เค้าขายดี ก็ทำตามพี่เค้า ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมเน้นส่งทุกเว็บที่เค้าขอส่งกันเลยครับไม่ได้กรองอะไรมาก ได้ น้อยก็ยังดีกว่าไม่ได้ แต่เว็บที่มันไม่ได้ขายจริงที่เลิกส่งไปก็มี เออ อย่างเช่น pond5 cerstock ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ตอนทำแรกๆ ก็เริ่มจาก shutterstock ครับ พอขายไปซักพัก ก็ขยับเป็นเว็บอื่นตอนนี้ก็หลายเว็บเลย ก็ดูจากกลุ่ม facebook นั้นแหละครับ ว่าเค้าขายในเว็บไหนกันบ้าง...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... จากที่ไปฟังสัมมนามาก็ขายใน shutterstock ก่อนครับ แล้วก็ไปขายเว็บอื่นด้วย ไม่ได้วิเคราะห์อะไรมาก ส่งหลายๆ เว็บเอาครับ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ผมไม่ได้ขายหลายเว็บนะครับ ไม่ค่อยมีเวลา ก็ขายในเว็บหลักๆ ที่เค้าขายกัน คือพอเราเริ่มขายจากคำแนะนำของเพื่อนเราก็หาข้อมูลในเน็ตนี้แหละครับว่ามันมีเว็บอะไรบ้างที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ แล้วหนึ่งถึงหน้าเว็บหลักๆ ที่เค้าขายกันคือเว็บอะไรก็เลือกขายเว็บนั้น ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ขายตามหนังสือที่อ่านค่ะ เค้าก็จะบอกว่ามีเว็บไหนบ้างที่ขายภาพออนไลน์ได้ ขายเวกเตอร์ออนไลน์ด้วย คือส่วนมากที่สมัครแล้วก็สอบจะเป็นส่งภาพถ่ายไปสอบก่อนค่ะไม่ได้ส่งภาพเวกเตอร์สอบแต่แรก พอเริ่มทำเวกเตอร์ก็หาอ่านบทความในเน็ตเอามีเยอะค่ะเกี่ยวกับการขายภาพ ตอนนั้นก็ขายอยู่หลายเว็บค่ะ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ใน shutterstock ผมขายดีที่สุดครับ แต่เว็บอื่นๆ ผมก็ยังส่งอยู่นะ ไม่ได้ตัดเว็บไหนออกไปแต่ก็ไม่ได้ขายเป็นสิบยี่สิบเว็บนะ ขายอยู่ อ้อ... 8 เว็บ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมขายอยู่หลายเว็บครับ ก็ดูว่าเค้าขายเว็บไหนกันก็ขายตามๆ
เข้าไม่ได้วิเคราะห์อะไรมาก แต่ผมไม่ค่อยได้ทำต่อเนื่อง แต่ก็พยายามอยู่ มันมี
งานอื่นเข้ามาแทรกด้วย ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

กลุ่มตัวอย่าง	การวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	เน้นขายภาพใน shutterstock ยังคงส่งไม่โครสต็อกอื่น ดูจากยอดขาย ในแฟ้มสะสมผลงานของตนเอง
Max2	หาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต/บทความที่มีผู้ที่มีประสบการณ์การขายภาพ ออนไลน์มาแนะนำ และวิเคราะห์ตามยอดขายในแฟ้มสะสมผลงาน ของตนเอง
Max3	เลือกขายตามคำแนะนำของเพื่อน และเริ่มส่งไปยังไม่โครสต็อกอื่น
Max4	หาข้อมูลเกี่ยวกับไม่โครสต็อกในอินเทอร์เน็ต
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	เลือกขายตามที่บุคคลที่รู้จักแนะนำ
Medium2	ไม่ได้วิเคราะห์ขายตามไม่โครสต็อกที่คนส่วนใหญ่นิยมขาย
Medium3	เลือกขายตามหนังสือขายภาพออนไลน์
Medium4	ดูจากกลุ่ม facebook ว่าไม่โครสต็อกใดที่คนส่วนใหญ่นิยมขายกัน
Medium5	เริ่มจาก shutterstock จากการไปฟังสัมมนาการขายภาพออนไลน์ ก่อนแล้วจึงขายไม่โครสต็อกอื่นตามมา
Medium6	เน้นขายให้มาก (หลายไม่โครสต็อก) ไม่ได้วิเคราะห์
Medium7	หาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตและเพื่อนเป็นคนแนะนำ
Medium8	ไม่ได้วิเคราะห์ขายตามบุคคลที่ประสบความสำเร็จ

3. การออกแบบ

การออกแบบภาพเวกเตอร์เป็นการศึกษาลักษณะความต้องการของลูกค้าในการนำภาพเวกเตอร์ออนไลน์ใช้ในงานออกแบบและศึกษาถึงพื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์เพื่อนักกราฟิกจะสามารถออกแบบภาพให้ตรงกับความต้องการและการใช้งานของลูกค้า จากการวิจัยพบว่าการออกแบบมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ประการ ได้แก่ ภาพที่ลูกค้าต้องการ และ พื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

3.1 ภาพที่ลูกค้าต้องการ

วิธีการค้นหาภาพที่ลูกค้าต้องการของกลุ่มตัวอย่างนักกราฟิกมืออาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะดูจากยอตโฮลด์ใน portfolio ของตนเอง จำนวน 9 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะมีการส่งภาพเข้าไปใน portfolio ของตนเองหลายๆ แบบ ประกอบกับทำตามที่ตนเองชอบและตนเองถนัด จากนั้นจึงดูว่าภาพแบบใดที่ลูกค้าชอบและมียอตโฮลด์สูง มียอตโฮลด์ประจำจึงทำภาพแบบนั้นขาย แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่ทำตาม trend จำนวน 2 คน และทำตามบุคคลที่ตนเองรู้จักที่ประสบความสำเร็จแล้วและมียอตโฮลด์สูง จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

3.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีค้นหาภาพที่ลูกค้าต้องการที่เหมือนกัน คือ ดูจากยอตโฮลด์ใน portfolio ของตนเอง รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“... แรกๆ ก็ไม่รู้หรอกว่าลูกค้าต้องการภาพแบบไหนก็ลองวาดลองส่งไปก่อน ก็ลองวาดส่งไปก่อนหลายๆ แนว กว่าจะได้แนวทางของตัวเองก็เป็นปีเลย ดูจากยอตโฮลด์ในพอร์ตของตัวเองเอา จากได้เดือนละไม่ถึงยี่สิบเหรียญขึ้นมาเป็นแปดสิบเหรียญ มันทำให้รู้เลยว่าภาพแนวนั้นแหละที่มียอตโฮลด์เข้าเยอะ ขายดี เป็นภาพที่ลูกค้าต้องการ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนน่ารักธุรกิจ

“... ทำตอนแรกไม่รู้เลยจริงๆ ว่าลูกค้าชอบแนวไหน แต่พอดีว่าผมทำในยุคแรกๆ ของสต็อกช่วงนั้นทำแนวไหนก็ได้ขายดี แต่มั่นติดที่ว่าเรื่องเทคนิคเรื่องโปรแกรมเราไม่เป็นก็เลยเสียเวลากับการศึกษาพวกนี้ ที่ว่าทำแนวไหนก็ได้ขายดี คือมันขายดีจริงๆ ครับ คู่แข่งก็น้อย แต่ผมก็ดูจากยอตโฮลด์ในพอร์ตผมว่าลูกค้าชอบแนวไหนจากภาพทั้งหมดของผม ผมก็ทำแนวนั้น...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... พี่ต้องยอมรับว่าพี่ได้เพื่อนที่ดี เพื่อนชาวต่างชาติที่คุ้ยๆ กันที่เค้าทำมาก่อน เค้าก็จะแนะนำแนวภาพว่า ภาพแบบไหนตลาดต้องการแบบไหนไม่ต้องการ แล้วค่อยมาดูอีกทีว่าเราทำแบบไหนแล้วมันขายได้ ลูกค้าชอบ ก็ดูจากยอดโหลตในพอร์ตเรานี้แหละค่ะ ก็ใช้เวลาประมาณ 2-3 เดือนในการดูว่าลูกค้าชอบแบบไหน ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ดูภาพที่ขึ้น pop ใน ss ก่อนแล้วก็ลองมาทำ แต่ผมไม่มีพื้นฐาน ก็นานหน่อยกว่าจะสวยก็พยายามพัฒนาฝีมือมาเรื่อยๆ ครับ พอสวยแล้วก็ทำหลายแนวส่งไปแล้วดูว่าลูกค้าชอบแบบไหนในพอร์ตเรา ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีวิธีค้นหาภาพที่ลูกค้าต้องการที่แตกต่างกัน คือ ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะดูจากยอดโหลตใน portfolio ของตนเอง จำนวน 5 คน รองลงมาคือ ทำตาม trend จำนวน 2 คน และทำตามบุคคลที่ตนเองรู้จักที่ประสบความสำเร็จแล้ว และมียอดโหลตสูง จำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ดูจากยอดโหลตใน portfolio ของตนเอง

“... ดูจากภาพขายดีในพอร์ตตัวเองนี่แหละครับตอนแรกก็ลองส่งไปทุกแนวก็อย่างละ 5-7 ภาพ แล้วก็ดูว่าลูกค้าโหลตแนวไหนมากที่สุดก็ทำแนวนั้นครับ นั่นก็เหลือแต่การตูน concept แล้ว ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ส่งหลายแนวมากครับ ตั้งแต่ถ่ายรูป ค่อยๆ ส่งค่อยๆ ทำมา ดูว่าเรานัดแบบไหน ดูว่าลูกค้าโหลตแบบไหนเยอะ ส่วนมากที่มียอดโหลตสูงก็จะเป็นภาพไอเดียครับ และภาพที่เว้นช่องว่างให้คนซื้อไว้อธิบาย ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ตอนแรกก็ไม่รู้จริงๆ ครับว่าลูกค้าต้องการภาพแบบไหน ลองส่งไปหลายๆ แนว แล้วค่อยมาดูว่าแนวไหนลูกค้าโหดเยอะ แบบไหนที่ลงตัวกับเรา ไม่เบียดเวลางานประจำเรา ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ตอนผมเริ่มทำผมก็ลองส่งหลายๆ แนวไปก่อนครับเอาแนวที่ตัวเองถนัด แล้วก็ดูว่าลูกค้าชอบแบบไหนซื้อบ่อยซื้อเยอะ แล้วก็ภาพแบบไหนมีโหดใหญ่ๆ เข้ามา...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) ทำตามทิศทางการออกแบบ (trend)

“... ผมค่อนข้างจะมีพื้นฐาน และทำงานด้านนี้มาโดยตรงก็จะเอาแนวภาพที่รับจ๊อบ freelance ที่เค้าชอบจ้างมาทำ แต่ก็ดูยอดโหดดู trend อะไรด้วยนะ ว่ายอดโหดสูงใน microstock เป็นภาพแบบไหน ก็ปรับๆ กันไปครับ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ช่วงที่ผมทำกระแสอินโฟมาแรงครับ ผมก็เลยทำแนวนี้แนวแรกเลย คนใช้เยอะในสื่อต่างๆ ใดๆ ก็อินโฟฯ ผมก็เลยลองทำมันก็ขายได้จริงๆ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

3) ทำตามเพื่อนที่มียอดโหลดสูง

“... ทำแรกๆ ก็เป็นแนวรูปอย่างทีบอก แต่ภาพบ้านเราค่อนข้างจะไม่สวยเหมือนเมืองนอก คิดว่าเวกเตอร์น่าจะต่อยอดได้มากกว่า ภาพเวกเตอร์ที่ลูกค้าต้องการ ที่คิดว่าจะ ก็ดูว่าเพื่อนๆ เขาทำแนวไหน ทำยังไงให้ขายดี ก็ทำแบบเข้านั้นแหละ แต่ออกแบบในสไตล์เรา ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 27 ภาพที่ลูกค้าต้องการ

กลุ่มตัวอย่าง	ภาพที่ลูกค้าต้องการ
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	วาดส่งไปหลายๆ ประเภท และดูจากยอดดาวน์โหลดใน portfolio ของตัวเอง
Max2	ดูจากยอดดาวน์โหลดใน portfolio ตัวเอง
Max3	เริ่มแรกเพื่อนชาวต่างชาติแนะนำแนวทาง ส่งตามที่เพื่อนแนะนำ และดูยอดดาวน์โหลดใน portfolio ของตนเอง
Max4	ดูภาพที่ติด pop ใน shutterstock ลองทำหลายๆ แนวแล้วดูว่าลูกค้าชอบแบบไหน
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ส่งไปทุกแนว 5-7 รูป แล้วดูจากยอดดาวน์โหลดว่าลูกค้าชอบภาพประเภทไหนจึงออกแบบภาพประเภทนั้น
Medium2	ภาพไอเดีย และเว้นช่องว่างไว้ใส่ข้อความ
Medium3	ดูจากยอดโหลดภาพใน portfolio ของตนเอง ดูยอดขายดีในเว็บ shutterstock ดูเทรนด์อะไรหลายๆ อย่างประกอบกัน
Medium4	ส่งไปหลายๆ ประเภท แล้วค่อยมาดูว่าประเภทไหนลูกค้าดาวน์โหลด
Medium5	ดูยอดดาวน์โหลดดูเทรนด์ใน microstock
Medium6	ดูว่าเพื่อนๆ เขาทำภาพประเภทไหน ทำยังไงให้ขายดี จึงทำแบบ
Medium7	ดูตามเทรนด์
Medium8	ส่งไปหลายประเภทตามที่ตนเองถนัดก่อน แล้วดูว่าลูกค้าชอบแบบไหนซื้อแบบไหนบ่อย

3.2 พื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

จากการศึกษาพื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 12 คน ส่วนมากให้ความเห็นตรงกันว่าพื้นที่ ที่มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าสูงจะเป็นทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานภาพถ่ายออนไลน์และภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุดจึงทำให้เกิดการดาวน์โหลดภาพมากกว่าลูกค้าทวีปอื่นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างออกแบบผลงานเพื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้ รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และมีนักกราฟิกที่ออกแบบตามความชอบส่วนตัวที่เป็นการออกแบบสไตล์เอเชีย ทำให้มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าทวีปเอเชียมากกว่าทวีปยุโรปและอเมริกา จำนวน 1 คน จำแนกได้ดังนี้

3.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ทั้งหมดให้ความเห็นว่าพื้นที่ในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของตนเองอยู่ในทวีปอเมริกา ยุโรปเป็นหลัก ส่วนพื้นที่อื่นมียอดขายรองลงมารายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

3.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่ซื้อภาพออนไลน์ของตนเองส่วนใหญ่อยู่ในทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 4 คน รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และทวีปเอเชีย จำนวน 1 คน

จากการศึกษาพื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์พบว่าสัมพันธ์กัน ผลการวิจัยตอนที่ 3 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ ในหัวข้อ 2.3 การแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน)

4. การส่งภาพ

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาขั้นตอนการส่งภาพเวกเตอร์ในไมโครสต็อกหลักคือ shutterstock เนื่องจากเป็นไมโครสต็อกที่เป็นผู้นำทางด้านการขายภาพออนไลน์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ก่อตั้งมามากกว่า 10 ปี ซึ่งจากการสำรวจของอุตสาหกรรมไมโครสต็อก shutterstock เป็นเว็บไซต์ที่มีปริมาณภาพมากที่สุด มีช่างภาพและนักออกแบบกราฟิกเวกเตอร์มากที่สุดและทำรายได้ให้ผู้ขายภาพมากที่สุด (รัชพล ยรรยงค์เดชา: 80) สำหรับไมโครสต็อกอื่นที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวถึง ผู้ที่สนใจสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้โดยศึกษาขั้นตอนและวิธีในอินเทอร์เน็ตในแต่ละไมโครสต็อกซึ่งจะมีวิธีการสมัครและการใช้งานอธิบายอยู่ รวมไปถึงศึกษาหนังสือเกี่ยวกับการขายภาพถ่ายและภาพเวกเตอร์ออนไลน์ตามร้านหนังสือชั้นนำซึ่งมีวิธีการสมัครและส่งภาพขายอย่างละเอียด ซึ่งขั้นตอนการส่งภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์นั้นเป็นการศึกษาจากเอกสาร ดังนี้

การเตรียมภาพเวกเตอร์เพื่อสอบ

สำหรับภาพเวกเตอร์ที่ใช้ส่งสอบนั้นต้องมีคุณสมบัติของภาพดังนี้

1. ภาพเวกเตอร์นามสกุล EPS ที่เป็นเวอร์ชัน Illustrator 8 หรือ 10 เท่านั้น และไม่เกิน

15 MB

2. ภาพพรีวิว (preview) นามสกุล JPEG ความละเอียดสูงไม่ต่ำกว่า 4 ล้านพิกเซล โดยตั้งชื่อไฟล์ภาพให้เหมือนกับ ไฟล์ EPS และต้องมีขนาดภาพยาวสุดไม่เกิน 800 pixels

3. ส่งหลักฐานประกอบ Model Release และ Property เพื่อยืนยันงานของท่านเอง

การลงทะเบียนสมัครสมาชิก

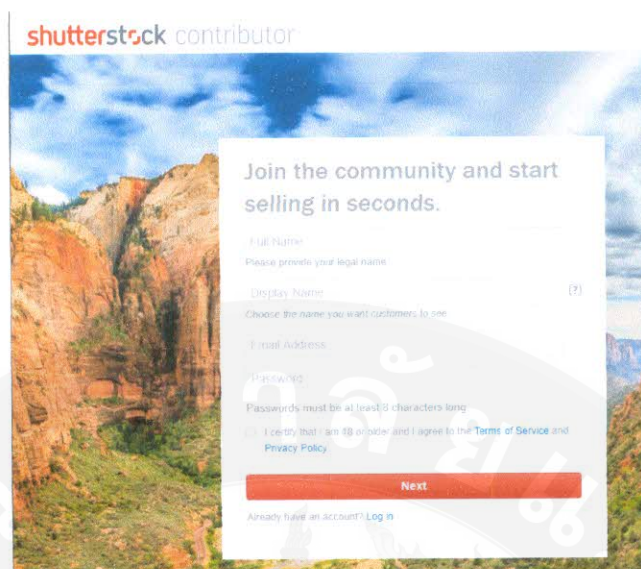
เนื่องจาก shutterstock มีการแบ่งเว็บไซต์ออกเป็น 2 ส่วน คือ สำหรับผู้ซื้อและสำหรับผู้ขาย ซึ่งการลงทะเบียนสมัครสมาชิกสำหรับผู้ขายภาพสามารถสมัครได้ที่ลิงค์ <https://submit.shutterstock.com/>

1. เลือก “Sign up” ดังรูป



ภาพที่ 47 การลงทะเบียนสมัครสมาชิก shutterstock ขั้นตอนที่ 1

2. ใส่ข้อมูล ชื่อ-นามสกุล เป็นภาษาอังกฤษ อีเมล และรหัสผ่าน (รหัสผ่านไม่ต่ำกว่า 8 ตัว ประกอบด้วยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่พิมพ์เล็กและตัวเลข) หลังจากกรอกข้อมูลเสร็จเลือก I certify that I am 18 or older and I agree to the Terms of Service and Privacy Policy



shutterstock contributor

Join the community and start selling in seconds.

Full Name*
Please provide your legal name

Display Name
Choose the name you want customers to see

Email Address*

Password*

Passwords must be at least 8 characters long

☐ I certify that I am 18 or older and I agree to the [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#).

Next

Already have an account? [Log in](#)

ภาพที่ 48 การลงทะเบียนสมัครสมาชิก shutterstock ขั้นตอนที่ 2

3. หลังจากนั้นระบบจะส่งลิงค์ (link) ยืนยันการสมัคร ให้ตรวจสอบทางอีเมลและทำการยืนยัน เลือก [Please click here to verify your email.](#)



ภาพที่ 49 การลงทะเบียนสมัครสมาชิก shutterstock ขั้นตอนที่ 3

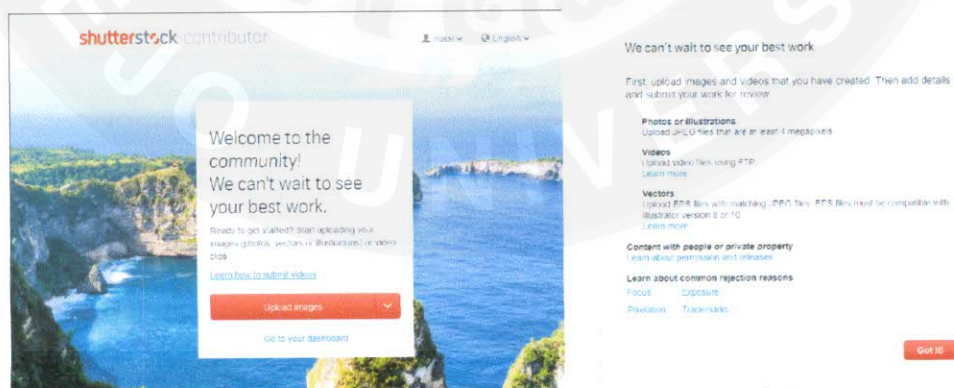
4. กรอกข้อมูล ที่อยู่ ตามความเป็นจริง เมื่อเสร็จแล้วคลิกปุ่ม Next

ภาพที่ 50 การลงทะเบียนสมัครสมาชิก shutterstock ขั้นตอนที่ 4

ขั้นตอนการส่งผลงานเพื่อตรวจสอบคุณภาพของผลงาน (ส่งภาพสอบ)

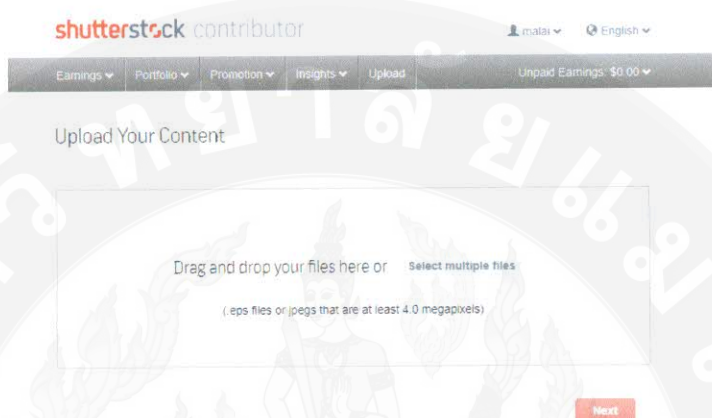
ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการส่งผลงานเพื่อให้ทางไมโครสต็อกตรวจสอบคุณภาพของงาน ก่อนที่จะรับเข้าเป็นสมาชิกขายภาพ (contributor) โดยใช้ภาพถ่าย ภาพ vector หรือ คลิปวิดีโอ ไม่เกิน 10 ผลงาน (10 ภาพ) และจะต้องผ่านอย่างน้อย 1 ผลงาน (1 ภาพ) ซึ่งภาพที่ใช้สอบนั้นได้กล่าวไว้ในการเตรียมภาพเวกเตอร์เพื่อสอบดังรายละเอียดข้างต้น

1. เลือก Upload images จากนั้นเลือกปุ่ม Got it ในหน้าถัดไป



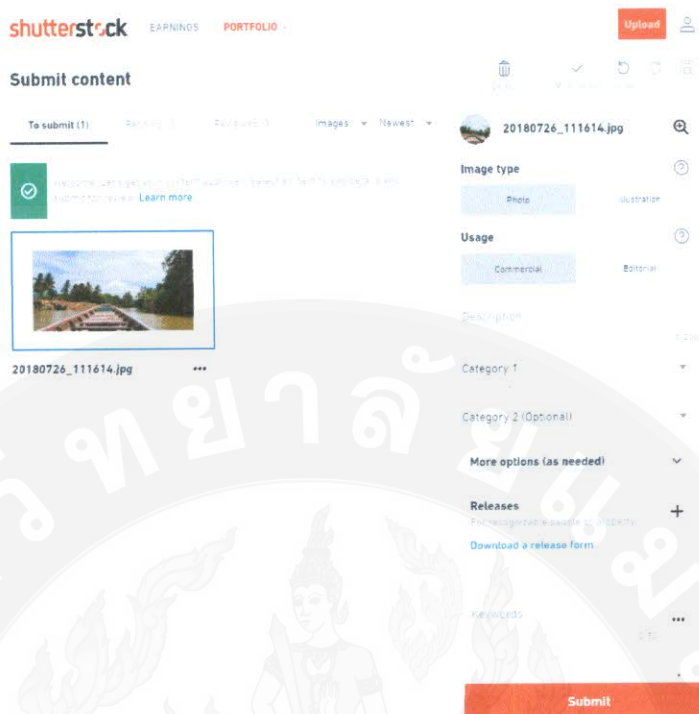
ภาพที่ 51 ขั้นตอนการส่งผลงานเพื่อตรวจสอบคุณภาพใน shutterstock ขั้นตอนที่ 1

2. จากนั้นในหน้าอัปโหลดภาพ ให้ลากไฟล์ภาพ มาวางภายในช่องสี่เหลี่ยม หน้าเว็บไซต์ หรือเลือกปุ่ม Select multiple files เพื่อเลือกภาพที่ต้องการอัปโหลด อาจจะใช้เวลา สักครู่เพื่อรอการอัปโหลด เมื่ออัปโหลดเสร็จครบทุกภาพ คลิกปุ่ม Next... เพื่อทำการส่งรูปหรือที่ เรียกกันว่าการ Submit ในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 52 ขั้นตอนการส่งผลงานเพื่อตรวจสอบคุณภาพ ใน shutterstock ขั้นตอนที่ 2

3. ในหน้า Submit content เลือกภาพที่ต้องการและทำการใส่ข้อมูลภาพทางด้านขวา ซึ่งจะต้องใส่ข้อมูลพื้นฐาน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ description (คำบรรยายภาพ), keywords (คีย์เวิร์ด) และ category (หมวดหมู่ภาพ) ข้อมูลจะถูกใส่เฉพาะภาพที่เราเลือกเครื่องหมายถูกเท่านั้น และสามารถมาเลือกภาพที่คล้ายกันหลายๆ ภาพเพื่อใส่ข้อมูลพร้อมกันได้ เมื่อใส่ข้อมูลภาพเรียบร้อยแล้วเลือกปุ่ม submit เพื่อทำการส่ง (สำหรับการส่งครั้งแรก ระบบจะให้กดส่ง submit ได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้นและจะปิดการส่งเพื่อรอตรวจ ดังนั้นหลังจากใส่ข้อมูลครบทุกภาพแล้ว ให้เลือกภาพทั้งหมด และกดปุ่ม submit เพื่อส่งพร้อมกันในครั้งเดียว)



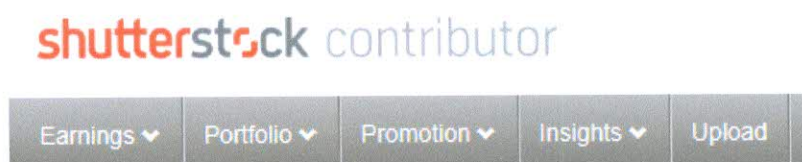
ภาพที่ 53 ขั้นตอนการส่งผลงานเพื่อตรวจสอบคุณภาพใน shutterstock ขั้นตอนที่ 3

เมื่อส่งภาพสอบชุดแรก จะไม่สามารถส่งภาพเพิ่มได้จนกว่าเสร็จสิ้นกระบวนการตรวจสอบของระบบ shutterstock โดยใช้เวลาตรวจสอบประมาณ 1-2 วัน หรือเร็วกว่านั้น และจะมีการแจ้งให้ทราบทางอีเมล ภาพที่ผ่านจะเข้าไปอยู่ในเว็บไซต์ เพื่อรอขายทันที โดยไม่ต้องส่งใหม่

การส่งภาพขายออนไลน์เมื่อสอบผ่านแล้ว

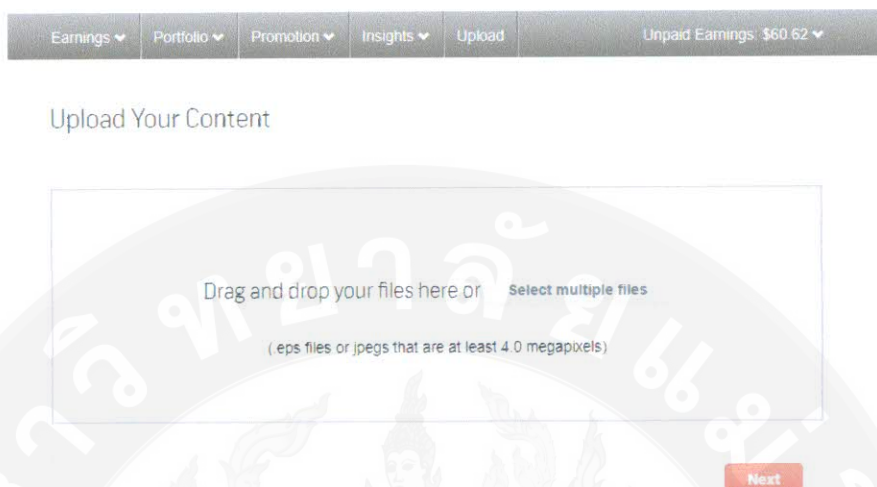
การอัปโหลดภาพผ่านหน้าเว็บไซต์ เมื่อสอบผ่านแล้วนั้น มีขั้นตอนที่เหมือนกับการส่งภาพสอบแต่แตกต่างกันที่เมื่อเข้าสู่ระบบแล้วให้ทำตามขั้นตอน ดังนี้

1. เลือกปุ่ม Upload ที่อยู่ด้านบนหรือลิงก์ Upload image ที่อยู่ด้านล่างขวาสุดของเว็บไซต์



ภาพที่ 54 การส่งภาพขายออนไลน์เมื่อสอบผ่านใน shutterstock ขั้นตอนที่ 1

2. เมื่อเข้าไปหน้า Upload ให้เลือก Select multiple files เพื่อส่งภาพ



ภาพที่ 55 การส่งภาพขายออนไลน์เมื่อสอบผ่านใน shutterstock ขั้นตอนที่ 2

3. เมื่ออัปโหลดภาพเสร็จแล้วจึงใส่หมวดหมู่ภาพและทำตามขั้นตอนเดิมในการส่งผลงานเพื่อตรวจสอบคุณภาพของผลงานในข้อที่ 3

5. การประชาสัมพันธ์หรือช่องทางการจำหน่ายภาพ

การประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายภาพ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลงานและช่องทางการจำหน่ายภาพเวกเตอร์ของนักกราฟิกมืออาชีพ รายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

5.1 ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (C-communications)

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลงานการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างนักกราฟิกมืออาชีพ จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ ให้ microstock ประชาสัมพันธ์ไม่ได้ ประชาสัมพันธ์เองมากที่สุด จำนวน 8 คน นำภาพที่ออกแบบมาโพสต์ในเพจบน facebook ของตนเอง จำนวน 2 คน นำผลงานออกแบบไปโพสต์ใน pinterest จำนวน 2 คน จำแนกได้ดังนี้

5.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีการประชาสัมพันธ์ผลงานของตนเองโดยการโพสต์ผลงานของตนเองใน pinterest แลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนหรือบุคคลที่รู้จัก และไม่ได้ประชาสัมพันธ์ผลงานเองแต่ให้ระบบของ microstock ประชาสัมพันธ์ให้ รายละเอียดดังผลจากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) การโพสต์ผลงานของตนเองใน pinterest

“... ก็มีเอารูปไปโพสต์ใน pinterest บ้างที่เด่นๆ จริงๆ แต่ก็ไม่ได้คิดนะว่ามันจะช่วยกระตุ้นยอดขายหรืออะไรมาเท่าไร เพราะระบบของสต็อกมันโปรโมทของมันอยู่แล้ว เราก็อยากเก็บผลงานเด่นๆ ของเราไปโชว์กับเค้าบ้างอะ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... มีเอาภาพที่ติด top ของเราไปโพสต์ไว้ใน pinterest บ้างก็ไม่ได้หวังการโปรโมทอะไรมาจนกระทั่ง เพราะตัวระบบของสต็อกเนี่ย เค้าจะมีพวกข่าวสาร โปรโมชันอะไรออกมาอยู่แล้ว เราคนขายแทบจะไม่ได้โปรโมทอะไรเลยครับ การที่เราเอาไปโปรโมทคิดว่าน่าจะช่วยได้นิดหน่อย หรือถ้าอยากทำการตลาดพวกนี้จริงก็ต้องทำกับพวกต่างชาติมากกว่า เพราะลูกค้าจะเป็นกลุ่มนั้นมากกว่าคนไทย ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ไม่ได้ประชาสัมพันธ์อะไรเลยอะ ส่วนมากจะแลกเปลี่ยนกับเพื่อนมากกว่า ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ไม่ได้ประชาสัมพันธ์หรือทำพวกการตลาดเองครับ ให้ระบบจัดการให้...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

5.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง มีวิธีประชาสัมพันธ์ผลงานของตนเอง โดยการให้ microstock ประชาสัมพันธ์ ไม่ได้ประชาสัมพันธ์เองมากที่สุด จำนวน 6 คน และนำภาพ

ที่ออกแบบมาโพสต์ในเพจบน facebook ของตนเอง จำนวน 2 คน รายละเอียดดังผลจากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ให้ microstock ประชาสัมพันธ์ให้ไม่ได้ประชาสัมพันธ์เอง

“... ไม่มีใครรับให้สต็อกที่เราส่งโปรโมทเอง ของเราที่เอารูปไปโพสต์ หรืออะไรเนี่ยก็จะเป็นเป็นงานฟรีแลนซ์ที่รับกับพวกบริษัทมากกว่า ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมเคยทำเว็บโปรโมทพอร์ตของตัวเองอยู่ครับ ของเว็บ shutterstock เขาจะมี API ให้เราเขียนโปรแกรมไปดึงข้อมูลพอร์ตของเรา มา หรือพอร์ตของใครก็ได้ ผมก็รู้ว่าส่งผลต่อการขายภาพมากแค่ไหน host ที่เข้าก็เป็นของไทยนี่แหละครับ คิดว่าไม่มีผลต่อการขายเท่าไรเลยปิดไปแล้วให้ สต็อกเป็นคนโปรโมทให้ครับ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ไม่ได้ประชาสัมพันธ์หรือหาลูกค้าเองครับ ให้ไมโครสต็อกที่ ส่งภาพเป็นคนประชาสัมพันธ์ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

2) โพสต์งานในเพจ facebook

“... มีเพจ facebook เป็นของตัวเองครับแต่ก็ไม่ได้คาดหวังอะไร มากเพราะกลุ่มลูกค้าเป็นชาวต่างชาติอยู่แล้ว เอาไว้โชว์ผลงานเด่นๆ ของตัวเอง ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... เอาจานตัวเองมาโพสต์ในเพจ facebook ครับ แต่ก็ไม่ได้ถือเป็นการโปรโมทอะไรมาก คนถูกใจไม่เยอะเท่าไร คิดว่าระบบเค้ามียังการโปรโมทงานของเราอยู่แล้วนะครับ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 28 ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่าง	ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	เอารูปเด่นๆ ไปโพสต์ใน pinterest แต่ไม่คิดว่าจะช่วยกระตุ้นยอดขายเท่าไร เพราะสต็อกมีระบบการโปรโมทอยู่แล้ว
Max2	เอาภาพที่ติดป๊อปไปโพสต์ใน pinterest และให้สต็อกโปรโมทเอง
Max3	ไม่ได้ประชาสัมพันธ์อะไรเลย
Max4	ไม่ได้ประชาสัมพันธ์หรือทำพวกการตลาดเองครับ ให้ระบบจัดการให้
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ไม่ได้โปรโมท/ประชาสัมพันธ์
Medium2	เคยทำเว็บโปรโมทพอร์ทของ shutterstock แต่เลิกทำไปแล้ว
Medium3	ไม่ได้โปรโมท
Medium4	ไม่ได้ประชาสัมพันธ์หรือหาลูกค้าเอง ให้ไมโครสต็อกที่ส่งภาพประชาสัมพันธ์
Medium5	ไม่ได้โปรโมทเอง เหมือนสต็อกเค้ามียระบบของเค้าอยู่แล้ว
Medium6	สร้างเพจเฟซบุ๊กโปรโมทงานตัวเอง
Medium7	เอางานมาโพสต์ในเฟซบุ๊ก
Medium8	ไม่ได้โปรโมท

5.2 ช่องทางการจำหน่ายภาพ (C-convenience)

ช่องทางการจำหน่ายภาพเป็นการศึกษาช่องทางการขายภาพและไมโครสต็อกที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ ซึ่งสัมพันธ์กับผลการวิจัยตอนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจ ของนักกราฟิกมืออาชีพ เรื่อง การสร้างการยอมรับในขั้นตอนที่ 1 สร้างการรับรู้โดยผ่านช่องทางการจำหน่ายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 7 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน 4-7 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน และขาย 3 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน โดยไมโครสต็อกที่ขายส่วนใหญ่จะเป็น shutterstock, istockphoto, fotolia, dreamstime ฯลฯ ตามลำดับ และมีนักกราฟิกส่วนน้อยเท่านั้นที่ขายภาพเวกเตอร์เพียงแค่ 3 ไมโครสต็อก ทั้งนี้ทั้งนั้นไมโครสต็อกหลักๆ ที่ขายก็ยังคงเป็น shutterstock, istockphoto และ fotolia

5.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะระดับมาก มีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือ ขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก 2 คน โดยไมโครสต็อกหลักที่ทำรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock

5.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะระดับปานกลาง มีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือ ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก มากที่สุด จำนวน 6 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์น้อยกว่า 5 จำนวน 2 คน ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีช่องทางการขายภาพออนไลน์ที่แตกต่างกัน แต่ไมโครสต็อกหลักๆ ที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock นั่นเอง

ซึ่งช่องทางการจำหน่ายภาพ (C-convenience) นั้นมีความสัมพันธ์กับผลการวิจัยตอนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ เรื่องการสร้างการยอมรับ หัวข้อ 3.1 การสร้างการรับรู้

6. คำตอบแทน

คำตอบแทนเป็นการศึกษาเรื่องการจ่ายเงินหรือส่วนแบ่งจากไมโครสต็อกชั้นนำ จำนวน 3 ไมโครสต็อก รวมไปถึงวิธีการเบิกเงินจากไมโครสต็อกชั้นนำด้วย ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาการจ่ายเงิน ส่วนแบ่งจากไมโครสต็อก และวิธีการเบิกเงิน จากเอกสาร หนังสือ และบทความในอินเทอร์เน็ตประกอบการวิจัย พบว่า

6.1 การจ่ายเงิน ส่วนแบ่งจากไมโครสต็อกชั้นนำ

รูปแบบของรายได้จาก shutterstock

ใน shutterstock นั้นภาพของผู้ขายสามารถสร้างรายได้ที่แตกต่างกัน 5 ชนิด ตามที่ลูกค้าเลือกแพ็คเกจในการซื้อภาพ ได้แก่

1) 25-A-Day ผู้ขายจะมีรายได้จากยอดขายดาวน์โหลดแบบนี้มากที่สุด โดยลักษณะการดาวน์โหลดของแพ็คเกจชนิดนี้ ลูกค้าจ่ายเงินครั้งเดียวแล้วสามารถดาวน์โหลดภาพได้สูงสุดวันละไม่เกิน 25 ภาพเป็นเวลา 1 เดือน สำหรับผู้ขายภาพจะได้โหลดละ 0.25 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 7.5 บาท (ในอัตราแลกเปลี่ยนเงิน 1 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ 30 บาท) ในขั้นแรก เมื่อไรที่ผู้ขายมียอดขายรวมในบัญชีเกิน 500 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 15,000 บาท ทาง shutterstock ก็จะปรับส่วนแบ่งค่าคอมมิชชั่นให้ผู้ขายเป็นภาพละ 0.33 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 9.9 บาท ขึ้นมาอีก 30% ถ้าผู้ขายทำยอดขายได้เกิน 3,000 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 90,000 บาท รายได้ต่อภาพก็จะเพิ่มเป็น 0.36 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 10.8 บาท และถ้ายอดขายเกิน 10,000 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 300,000 บาท ซึ่งเป็นขั้นสูงสุด รายได้ต่อหนึ่งดาวน์โหลดก็จะเป็น 0.38 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 11.4 บาท ทันที

2) On Demand (ขนาดเล็ก-กลาง) แบบนี้คือแบบที่ลูกค้าต้องการภาพไม่เยอะแพ็คเกจละ 5 ภาพ สำหรับคนขาย รายได้เริ่มต้นที่ 0.81 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่งดาวน์โหลด หรือประมาณ 24.3 บาท และถูกปรับเป็น 1.07 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่งดาวน์โหลด ประมาณ 32.10 บาท 1.17 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่งดาวน์โหลด ประมาณ 35.1 บาท และ 1.21 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่งดาวน์โหลด ประมาณ 36.3 ตามลำดับ

3) On Demand (ขนาดใหญ่) เหมือน On Demand (ขนาดเล็ก-กลาง) สำหรับผู้ขาย รายได้จะเป็น 1.88 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่งดาวน์โหลด ประมาณ 56.4 บาท 2.48 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่งดาวน์โหลด ประมาณ 74.4 บาท 2.70 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่งดาวน์โหลด ประมาณ 81 บาท และ 2.85 เหรียญสหรัฐต่อหนึ่งดาวน์โหลด ประมาณ 85.5 บาท

4) Enhance License แบบนี้เป็นที่ได้ส่วนแบ่งจาก shutterstock มากที่สุด คือ 28 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 840 บาท

5) Single Image แบบนี้เพิ่งมาใหม่ ลูกค้าสามารถซื้อแค่ภาพเดียว โดย shutterstock แบ่งรายได้ให้ผู้ขายเป็นเปอร์เซ็นต์จากยอดขายดาวน์โหลดภาพ เช่น 20% 25% 28% และ 30%

รายละเอียดรายได้และส่วนแบ่งจาก shutterstock สามารถแสดงเป็นภาพเพื่อให้่ายต่อการเข้าใจได้ดังภาพที่ 56

Earnings per download					
Lifetime Earnings	Per-Day Subscription	On Demand (Small/Medium)	On Demand (Any Size)	Enhanced License	Single/Two Image On Demand & Any Products Not Listed
\$0 - \$500	\$0.25	\$0.81	\$1.88	\$28.00	20% of sale price received (up to \$80)*
\$500 - \$3,000	\$0.33	\$1.07	\$2.48	\$28.00	25% of sale price received (up to \$100)*
\$3,000 - \$10,000	\$0.36	\$1.17	\$2.70	\$28.00	28% of sale price received (up to \$112)*
\$10,000 +	\$0.38	\$1.24	\$2.85	\$28.00	30% of sale price received (up to \$120)*
* Or more, based on sale price received.					

ภาพที่ 56 ส่วนแบ่งใน shutterstock

รูปแบบของรายได้จาก istockphoto

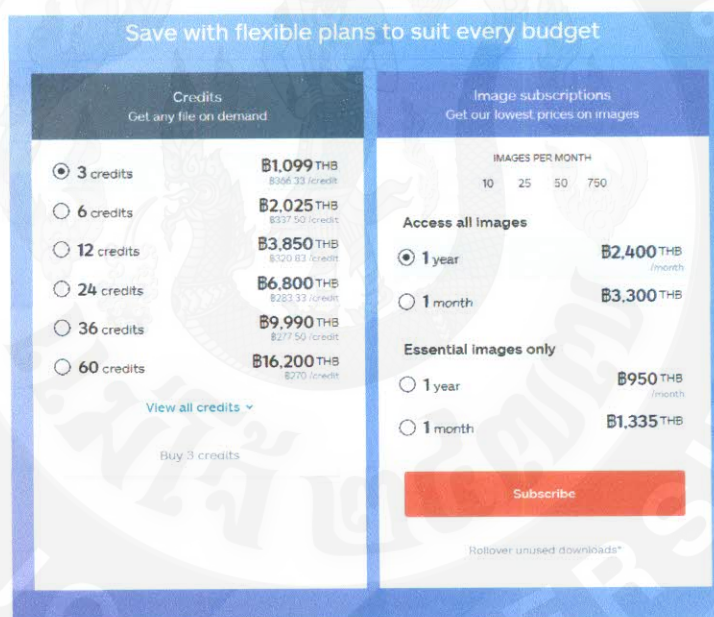
ใน istockphoto นั้นมีระบบ exclusive เข้ามา ซึ่งระบบนี้คือระบบผูกขาดสำหรับผู้ขาย เมื่อผู้ขายเลือกขายภาพแบบ exclusive แล้วจะไม่สามารถส่งภาพเวกเตอร์ไปขายที่อื่นได้ต้องส่งที่ Istockphoto ที่เดียวเท่านั้น ซึ่งการเลือกขายแบบ exclusive จะได้ค่าตอบแทนที่สูงในการดาวน์โหลดแต่ละครั้งและการค้นหาภาพในระบบจะเอื้อต่อผู้ขายภาพแบบ exclusive มากกว่า เมื่อลูกค้าค้นหาภาพภาพของผู้ขายแบบ exclusive จะขึ้นมาก่อน แต่การจะเป็นผู้ขายแบบ exclusive ได้ต้องมีคุณสมบัติตามที่ istock เป็นผู้กำหนดด้วย คือ ต้องมียอดขายดาวน์โหลดเกิน 250 ดาวน์โหลดขึ้นไปและอัตราการผ่านของภาพที่ส่งเข้าแฟ้มสะสมผลงานต้องเกิน 50% ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนไหนขายภาพแบบผูกขาด จึงได้รับส่วนแบ่งจาก Istockphoto ในลักษณะ 1 credit ในคอลเลคชัน essential แม้จะได้ 1 credit แต่ผลตอบแทนจริงๆ จะได้หลายราคา ซึ่งมาจากแพ็คเกจการดาวน์โหลดของลูกค้า ในงานเวกเตอร์จะได้ส่วนที่ 20% ของแพ็คเกจการดาวน์โหลดภาพของลูกค้าซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แบบใหญ่ๆ คือ

- 1) Istock credit ลูกค้าเอาเงินแลกเป็นเครดิตเท่ากับจำนวนที่ต้องการเพื่อใช้เครดิตในการซื้อภาพ
- 2) Pay as you go ลูกค้าจ่ายเงินตามจริงในแต่ละภาพที่ต้องการซื้อ โดยใช้บัตรเครดิตหรือ paypal
- 3) Subscription ลูกค้าสมัครสมาชิกเหมาจ่ายรายเดือนหรือรายปี

File type	Non-exclusive rates	Exclusive rates and Download Targets needed to reach them				
		25%	30%	35%	40%	45%
Photo	15%	Default	550	5,500	22,000	330,000
Illustration	20%	n/a	Default	4,400	16,500	110,000
Video	20%	Default	200	1,200	2,750	22,000

ภาพที่ 57 ส่วนแบ่งใน istockphoto

จากภาพที่ 57 ผู้ขายแบบไม่ผูกขาดจะได้ส่วนแบ่ง 20% ตลอดซึ่งแตกต่างกับผู้ขายภาพแบบผูกขาดจะมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ สำหรับใน istockphoto นั้นมีระบบการคิดส่วนแบ่งค่อนข้างซับซ้อนรายได้ต่อการดาวน์โหลดมาจากการซื้อแพ็คเกจของลูกค้า ซึ่งแพ็คเกจที่ลูกค้าเลือกซื้อนั้นมีหลากหลายดังภาพที่ 58 การคาดเดาจึงทำได้ยาก



ภาพที่ 58 ราคาแพ็คเกจการซื้อภาพของลูกค้าจาก istockphoto

จากภาพช่อง Credits Get any file on demand เป็นการซื้อแพ็คเกจของลูกค้าในแบบเครดิต ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าเลือกซื้อแพ็คเกจ 3 credit ในราคา 1,099 บาท (1 credit เท่ากับ 366.33 บาท) เมื่อลูกค้าเลือกดาวน์โหลดภาพเวกเตอร์ผู้ขายได้จะค่าตอบแทน 20% คือ 73.27 บาท สรุปคือยิ่งลูกค้าซื้อเครดิตมากราคาต่อภาพจะถูกลงตามราคาแพ็คเกจดังภาพจะทำให้ผู้ขายได้ส่วนแบ่งลดลงด้วยตามลำดับ

รูปแบบของรายได้จาก fotolia

ระบบการขายภาพเวกเตอร์ใน fotolia มีการขายอยู่ 2 ชนิดใน 1 ไฟล์ คือ ไฟล์เวกเตอร์ และไฟล์ JPG ซึ่งจะขายแยกจากเวกเตอร์ที่เป็น ESP ต่างหาก โดยมีการแบ่งขนาดของ JPG ให้เป็นหลายๆ ขนาด มีการกำหนดราคาขายที่แตกต่างกันตามขนาดของภาพ JPG ส่งผลงานไปหนึ่งครั้ง สามารถขายได้ทั้งไฟล์ ESP สำหรับลูกค้าที่ต้องการภาพเวกเตอร์ และไฟล์ JPG สำหรับลูกค้าที่ต้องการเฉพาะภาพ JPG ที่สามารถเอาไปใส่ในงานได้เลย

สำหรับส่วนแบ่งนั้นขึ้นอยู่กับลูกค้าที่เลือกซื้อแพ็คเกจดาวน์โหลดภาพแบบสมาชิก รายเดือนและแบบ credit โดยปกติลูกค้าที่ซื้อแบบเครดิตผู้ขายจะได้ค่าคอมมิชชั่นสูงกว่าลูกค้าแบบรายเดือน สำหรับแบบรายเดือนผู้ขายจะได้ราคาต่ำสุดที่ 0.25 เหรียญสหรัฐต่อ 1 ดาวน์โหลด และลูกค้าที่ซื้อแบบเครดิตผู้ขายจะได้ส่วนแบ่งเริ่มต้น 20% รายละเอียดการจ่ายส่วนแบ่งสำหรับผู้ขายภาพแบบไม่ผูกขาดแสดงดังภาพที่ 59

Commissions and max prices by rank

Non-exclusivity

RANKING	ROYALTY	XS	S	M	L	XL	XXL	X
	20%	1	3	6	8	10	12	30
	23%	1	3	6	8	10	12	60
	25%	1	3	6	8	10	12	100
	31%	1	3	6	8	10	12	100
	37%	2	6	12	16	20	24	100
	40%	3	9	18	24	30	36	100
	43%	3	9	18	24	30	36	100
	46%	3	9	18	24	30	36	100

ภาพที่ 59 ส่วนแบ่งการขายภาพแบบไม่ผูกขาดใน fotolia

สำหรับรูปแบบของรายได้ไมโครสต็อกอื่นๆ ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาเพิ่มเติมจากบทความในอินเทอร์เน็ตของไมโครสต็อกแต่ละแห่งซึ่งส่วนแบ่งนั้นอาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับไมโครสต็อกนั้นๆ ด้วย ซึ่งทั้ง 3 ไมโครสต็อกที่ผู้วิจัยได้ศึกษาก็มีการปรับเปลี่ยนด้วยเช่นกัน เพราะฉะนั้นสำหรับผู้ขายหรือผู้ที่สนใจขายภาพออนไลน์นั้นควรหมั่นศึกษาข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเพื่อผลประโยชน์ต่อตัวผู้ขายนั่นเอง

6.2 วิธีการเบิกงานจากไมโครสต็อกชั้นนำ

ในการขายภาพออนไลน์นั้นจะใช้ PayPal ซึ่งเปรียบเสมือนธนาคารออนไลน์ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลาง คอยรับ-ส่งเงินออนไลน์จากผู้ทั่วโลกที่นำบัญชีธนาคารของตนเองไปผูกไว้กับบัญชี PayPal ซึ่งไมโครสต็อกทุกแห่งนั้นรองรับการชำระเงินด้วยระบบ PayPal เมื่อยอดขายตามกำหนดที่ไมโครสต็อกกำหนด ระบบของไมโครสต็อกจะทำการโอนเงินให้ผู้ขายโดยผ่าน PayPal จากนั้นผู้ขายจึงนำถอนเงินจาก PayPal เข้ามายังบัญชีธนาคารของตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สรุปวิธีการสมัคร PayPal เพื่อใช้ประกอบการถอนเงินจากไมโครสต็อกแต่ละแห่ง ดังนี้

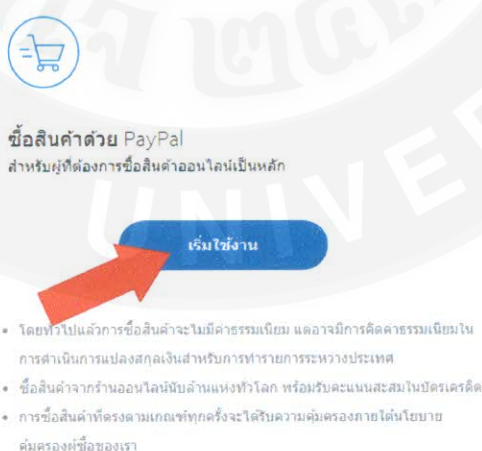
1. เข้าเว็บไซต์ <https://www.paypal.com/th/home> เลือกปุ่ม “สมัครสมาชิก”



ภาพที่ 60 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 1

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

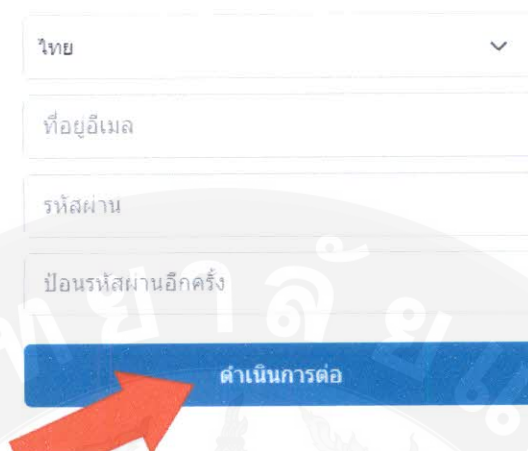
2. เลือกรูปแบบบัญชี จากตัวอย่างนี้จะเลือกทางฝั่งซ้ายและเลือกปุ่ม “เริ่มใช้งาน”



ภาพที่ 61 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 2

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

3. กรอกข้อมูล email และ รหัสผ่านลงไป และเลือกปุ่ม “ดำเนินการต่อ”



ภาพที่ 62 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 3

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

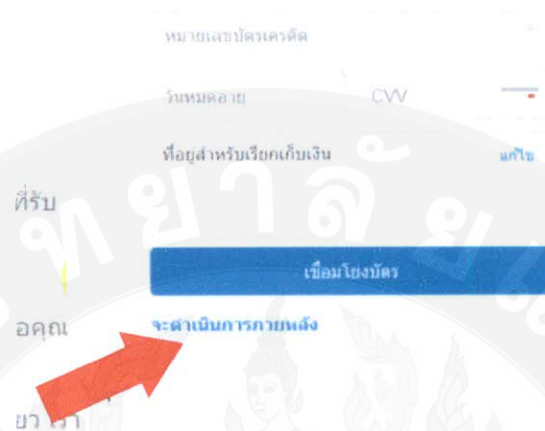
4. กรอกข้อมูลประวัติส่วนตัว ตามความเป็นจริงให้ครบและถูกต้อง และเลือกปุ่ม “ยอมรับและเปิดบัญชี”



ภาพที่ 63 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 4

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

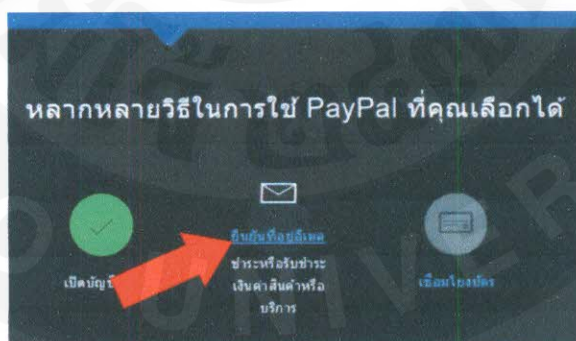
5. จากนั้นระบบของ PayPal จะทำการถามถึงหมายเลขบัตรเครดิต วันหมดอายุ และที่อยู่สำหรับเรียกเก็บเงิน ให้เลือกปุ่ม “จะดำเนินการภายหลัง”



ภาพที่ 64 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 5

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

6. เมื่อเข้าสู่ระบบจะเห็นได้ว่าการแจ้งเตือนให้ยืนยันอีเมลให้ทำการเลือกปุ่ม “ยืนยันที่อยู่อีเมล”



ภาพที่ 65 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 6

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

7. ล็อกอินเข้า gmail ที่ใช้ในการสมัคร PayPal ตรวจสอบเช็คอีเมลที่ส่งมาจาก Paypal จากนั้นกดปุ่ม ยืนยันที่อยู่อีเมล

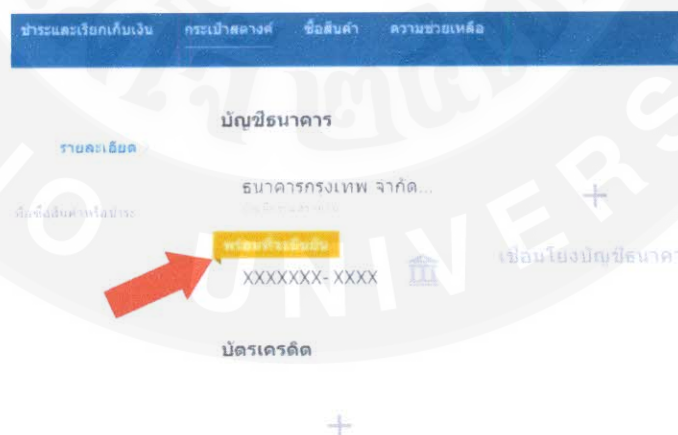
8. จากนั้นระบบจะดึงมาที่หน้ากรอกรหัสผ่าน PayPal จึงทำการใส่รหัสผ่านลงไป
ถือว่าเสร็จสิ้นกระบวนการยืนยันอีเมล
9. จากนั้นจึงทำการผูกบัญชีเลือกปุ่ม “เชื่อมโยงบัตร”



ภาพที่ 66 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 9

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

10. กรอกข้อมูล ชื่อ และบัญชีให้ถูกต้อง เลือกปุ่ม “ดำเนินการต่อ”
11. จากนั้นให้ทำการรอ 4-6 วันทำการแล้วจึงตรวจเช็คยอดฝาก จะมียอดฝากไม่เกิน 1 บาท เข้ามา 2 ครั้ง
12. เมื่อได้ยอดทั้ง 2 ยอดแล้วเลือกที่เมนู “กระเป๋าตังค์” และกดข้อความ “พร้อมที่จะยืนยัน”



ภาพที่ 67 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 12

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

13. นำยอดที่ได้จากข้อ 11 มากรอกแล้วเลือกปุ่ม “ยืนยัน” ถือว่าเป็นอันเสร็จสิ้นการสมัคร PayPal

ยืนยันบัญชีธนาคาร

เราได้ฝากเงินจำนวนเล็กน้อย 2 บาท (ไม่ถึง B1.00) เข้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

เมื่อคุณได้รับเงินฝากแล้ว (โดยปกติจะใช้เวลา 1-2 วัน) โปรดป้อนจำนวนเงินเพื่อยืนยันว่าคุณเป็นเจ้าของบัญชีจริง



ภาพที่ 68 วิธีสมัคร Paypal ขั้นตอนที่ 13

ที่มา: <https://bit.ly/2G8iE5u>

เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนสมัคร PayPal แล้วจึงทำการกรอกบัญชี PayPal เข้ารับระบบไมโครสต็อกที่ผู้ขายขายภาพออนไลน์อยู่ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปรายละเอียดการเบิกจ่ายเงินจากไมโครสต็อกชั้นนำ 3 ไมโครสต็อกดังนี้

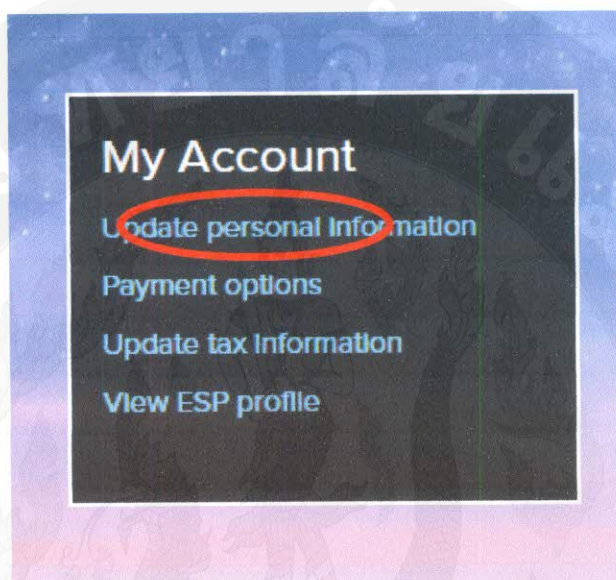
การเบิกเงินจาก shutterstock

ระบบการจ่ายเงินของ shutterstock เป็นระบบการจ่ายเงินที่เข้าใจง่าย เมื่อผู้ขายสมัครขายภาพออนไลน์ shutterstock จะกำหนดอัตราการเบิกเงินขั้นต่ำไว้ที่ 100 เหรียญสหรัฐ ซึ่งผู้ขายสามารถเข้าไปแก้ไขขั้นต่ำได้ที่ 75 เหรียญสหรัฐ ดังนั้นผู้ขายจึงต้องใส่อีเมลแอดเดสส์ของบัญชี PayPal เข้าไปในระบบด้วย ซึ่งใน shutterstock นั้นต้องใส่ตอนสมัครสมาชิกครั้งแรกแต่สามารถแก้ไขบัญชี PayPal ได้ภายหลัง สำหรับใน shutterstock แล้วเมื่อรายได้ถึงอัตราเบิกเงินขั้นต่ำแล้วระบบจะทำการตัดยอดและโอนเงินเข้าไปยังบัญชี PayPal ของผู้ขายในทุกๆ สัปดาห์ หลังจากตัดยอด 1 อาทิตย์รายได้จะเข้ามาอยู่ในบัญชี PayPal ผู้ขายจึงจะสามารถถอนเงินออกจากบัญชี PayPal เข้าบัญชีของตนเอง รวมระยะเวลาการถอนเงินทั้งหมดประมาณ 15 วัน

การเบิกเงินจาก istockphoto (gettyimages)

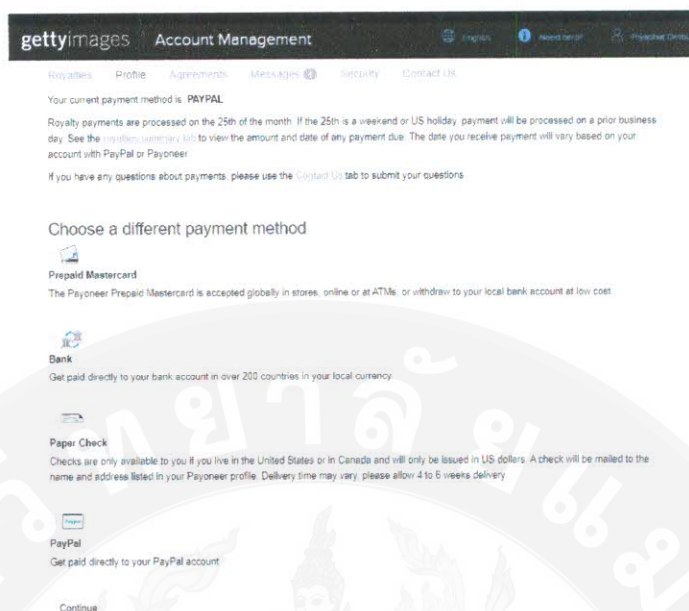
ระบบการจ่ายเงินของ istockphoto (gettyimages) ต้องมียอดสะสมไม่ต่ำกว่า 100 เหรียญสหรัฐ จึงจะสามารถเบิกเงินออกมาได้ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. เข้าไปที่หน้าบัญชีหลักของผู้ขาย แล้วเลือก “Payment options”



ภาพที่ 69 วิธีเบิกเงินจาก istockphoto (gettyimages) ขั้นตอนที่ 1

2. จากนั้นเลือกประเภทของการจ่ายเงิน มีทั้ง Prepaid Mastercard, Bank, Paper Check และ PayPal ซึ่งผู้ขายภาพออนไลน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมเบิกเงินผ่าน PayPal เนื่องจากมีบัญชี PayPal อยู่แล้ว



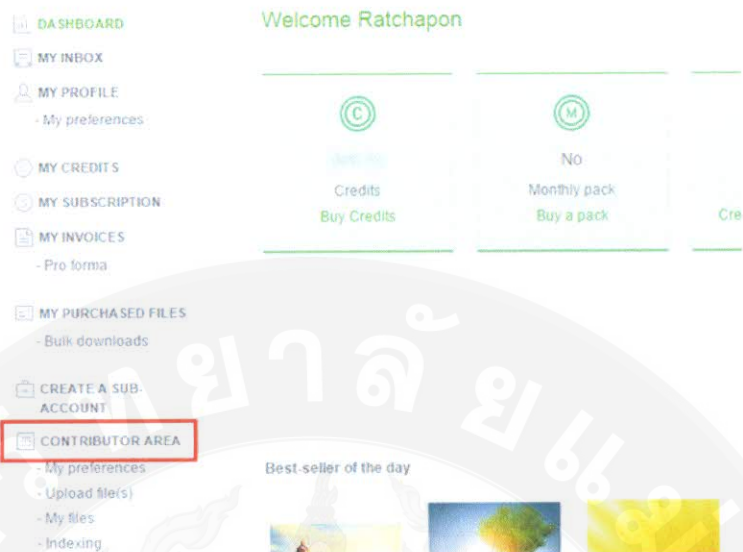
ภาพที่ 70 วิธีเบิกเงินจาก istockphoto (gettyimages) ขั้นตอนที่ 2

3. จากนั้นจึงใส่อีเมลแอดเดสส์ของบัญชี PayPal เข้าไปในระบบ พร้อมยืนยันอีเมลแอดเดสส์ของบัญชี PayPal ถือเป็นการเสร็จสิ้นกระบวนการเบิกจ่ายเงินเข้าระบบ เมื่อยอดเงินถึงอัตราที่ผู้ขายกำหนดระบบจะทำการโอนเงินเข้าบัญชีตามประเภทที่ผู้ขายเลือกทุกๆ วันที่ 15 ของเดือน

การเบิกเงินจาก fotolia

ระบบการเบิกจ่ายเงินของ fotolia ได้กำหนดอัตราขั้นต่ำที่สามารถเบิกได้ที่ 25 เหรียญสหรัฐ ซึ่งในการเบิกเงินทุกครั้งต้องทำการร้องขอในการเบิกทุกครั้ง และระบบการส่งเงินเข้า PayPal ของ fotolia นั้นไม่ค่อยแน่ชัดว่าต้องใช้ระยะเวลาประมาณกี่วันผู้ขายถึงจะได้รับยอดเงิน ซึ่งวิธีการเบิกเงินมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เข้าสู่ระบบของ fotolia และเข้าไปที่หน้า dashboard อัตโนมัติ
2. เลือก Contributor Area หรือ Convert Credit ที่อยู่ในหัวข้อ Tool เมื่อเข้าไปแล้วจะเห็นช่องสี่เหลี่ยม 3 ช่อง เลือกช่องที่เขียนว่า “Convert my Credit”



ภาพที่ 71 วิธีเบิกเงินจาก fotolia ขั้นตอนที่ 2

3. ขั้นตอนต่อไประบบถามว่าผู้ขายเป็นพลเมืองสหรัฐอเมริกาหรือไม่ ให้เลือก “NO”

Tools - Convert Credits

Only earned credits (from affiliation or sale of creative contents) may be converted.

Please provide a valid email address that is associated with your payment method.

For more information on converting credits please consult this link: [how will it work?](#)

Step 1/2

Are you a US citizen?

☐ Yes

☒ No

Next

ภาพที่ 72 วิธีเบิกเงินจาก fotolia ขั้นตอนที่ 3

4. Conversion Method = เลือกบัญชีการชำระเงิน, Conversion Email = ใส่อีเมล แอคเคาท์ของบัญชีที่เลือก (PayPal), How many credit..... = ใส่จำนวนเงินที่ต้องการเบิก (ขั้นต่ำ 25 เหรียญสหรัฐ)

Tools - Convert Credits

Only earned credits (from adulation or sale of creative contents) may be converted. Bonus/offered Credits cannot be converted.
Please provide a valid email address that is associated with your payment provider account otherwise the conversion will be declined.
For more information on converting credits please consult this link: [how will i be compensated if my photographs are purchased?](#)

Step 2/2

Convertible credits:
Conversion rate: 1 credit = \$1
Conversion method: Paypal
Conversion email: (PayPal)
How many credits would you like to convert?

Convert my credits

ภาพที่ 73 วิธีเบิกเงินจาก fotolia ขั้นตอนที่ 4

5. เมื่อเสร็จแล้ว จะแสดงตาราง invoice และมีไอคอนนาฬิกา จากนั้นผู้ขายก็รออนุมัติเงินที่เบิกเข้าระบบ PayPal ใช้เวลา ประมาณ 1 สัปดาห์ถึง 1 เดือน

7. การประเมินผล

การประเมินผลนั้น เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการติดตามทิศทางการออกแบบและการรักษาคุณภาพมาตรฐานในการออกแบบของนักกราฟิกมืออาชีพจากความสำเร็จต่อผลงานของนักกราฟิกมืออาชีพ รายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

7.1 การติดตามทิศทางการออกแบบ

การติดตามทิศทางการออกแบบนั้นเป็นการศึกษาทิศทางการออกแบบของนักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ว่ามีการติดตามทิศทางการออกแบบจากแหล่งข้อมูลใดบ้าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนจะมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest แต่ก็ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่ได้จากเว็บอื่นประกอบด้วย เช่น เว็บไซต์ shutterstock จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน จำแนกได้ดังนี้

7.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก ทั้งหมดติดตามแนวโน้มและทิศทางการออกแบบ จากเว็บไซต์ pinterest behance และ shutterstock

7.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest และมีกลุ่มตัวอย่างติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ shutterstock ประกอบ จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน

ซึ่งการศึกษาเรื่องทิศทางการออกแบบนี้สัมพันธ์กับการศึกษาเทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายของนักกราฟิกมืออาชีพ ในตอนที่ 3 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมาย ภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ เรื่อง การสื่อความหมาย ในหัวข้อทิศทางการออกแบบแต่ละปีและทิศทางการต้องการซื้อของลูกค้า

7.2 ความซื่อสัตย์ต่อผลงาน

ความซื่อสัตย์ต่อผลงานเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพของผลงานของนักกราฟิกมืออาชีพด้วยการสร้างความซื่อสัตย์ต่อผลงานของตนเอง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่นมากที่สุด จำนวน 8 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพรองลงมา จำนวน 4 คน จำแนกได้ดังนี้

7.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีการสร้างความซื่อสัตย์ต่อผลงานที่แตกต่างกันคือ ไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่น จำนวน 3 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพจำนวน 1 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่น

“... แน่นนอนอยู่แล้วคนทำงานสต็อกต้องซื่อสัตย์ต่อผลงานตนเอง ไม่ไปก๊อปปี้ลอกงานของคนอื่น มันเป็นกฎของสต็อกด้วยว่าห้ามก๊อปปี้งานของคนอื่น ถ้าตรวจเจอนิปิดพอร์ตกันเลย คนทำสต็อกส่วนใหญ่จะรู้จักข้อนี้ดี ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... การขายภาพออนไลน์มันถือเป็นอาชีพค่ะ แน่นนอนว่าเราต้องซื่อสัตย์ต่อผลงานของเราอยู่แล้ว คือไม่ไปก๊อปปี้ลอกงานของคนอื่น ซึ่งอันเนี้ยมันเป็นกฎของสต็อกด้วย เชื่อว่าคนทำสต็อกทุกคนรู้ดีอยู่แล้วนะ ความซื่อสัตย์อีกอย่างหนึ่งก็คือการที่เราทำงานที่มีคุณภาพ ทั้งการวางเลย์เอ๊าท์หรือเส้นจุดต่างๆ ในภาพ มันถือเป็นความซื่อสัตย์ต่อตนเองและลูกค้าด้วย เพราะตอน

ลูกค้ารูปเราก็ได้แค่ตัวอยู่ไฟล์ jpg. ไม่ได้ดูไฟล์ ESP. ถ้าเราปล่อยงานที่ไม่มีคุณภาพออกไปลูกค้าซื้อครั้งเดียวก็หาย...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... แนนอนคือไม่ก็อป ไม่ดราฟท์ (draft) งานของคนอื่นครับ เป็นทั้งกฎของสต็อกเป็นทั้งจรรยาบรรณในอาชีพด้วย ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) สร้างผลงานที่มีคุณภาพ

“... ความซื่อสัตย์ต่อผลงานของผม จะเป็นการทำให้มีคุณภาพ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ไม่ใส่ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องให้ลูกค้าครับ เรื่องก็อปเรื่องคัดลอกไม่มีอยู่แล้ว เป็นกฎที่เข้มงวดของสต็อกเลย ถ้าเค้าตรวจเจอมีพิพาทกันเลย มันคือการตัดอนาคตตัวเอง ไม่ทำแนนอนครับ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

7.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะระดับปานกลาง มีวิธีการสร้างความซื่อสัตย์ต่อผลงานที่แตกต่างกันคือ ไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่น จำนวน 5 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพจำนวน 3 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่น

“... ไม่คัดลอกงานคนอื่นอยู่แล้วครับ เป็นกฎเหล็กของสต็อก แต่ก็มี การต่อยอดไอเดียของคนอื่นบ้าง ทั้งต่อยอดจากคนอื่นทั้งของตัวเอง ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ผมหาไอเดียจากในเว็บก็จริงแต่ไม่ได้คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานของคนอื่น แต่ไอเดียมีเหมือนบ้าง เรื่องแบบนี้มันเป็นเรื่องละเอียดอ่อนครับ แต่ผมมองว่าไอเดียมันสามารถเหมือนกันได้ครับ อย่างเช่น

คนจับมือกันบางที่มันเป็นไอดีเดียวสากลอยู่แล้วที่ใครๆ ก็สามารถคิดและทำได้
ครับ เรายังวาดในแบบของเรา พยายามทำให้เป็นตัวตนของเรามากที่สุดครับ
...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“...ไม่มีการก๊อปหรือคัดลอกหรือดราฟท์ (draft) แน่นอนค่ะ
ส่วนมากจะเป็นการต่อยอดไอดีมากกว่าค่ะ หรือไม่ก็เอาไอดีสองภาพมา
รวมกันเป็นภาพของเรา...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ไม่มีครับ เป็นการต่อยอดงานเดิมของเรามากกว่า การก๊อปไม่มี
แน่นอน มันถือเป็นจรรยาบรรณในวิชาชีพด้วย เรื่องลิขสิทธิ์ทางกฎหมายด้วย
กฎของสต็อกด้วยอะไรที่เสี่ยงให้โดนปิดพอร์ตเราจะไม่ทำเด็ดขาดครับ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ไม่ก๊อปงานของคนอื่นแน่นอนครับ อาจจะมีต่อยอดบ้างแต่การ
ก๊อปงานไม่มีแน่นอนครับ ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“...ไม่ดราฟท์ (draft) งานจากเน็ตหรือคนขายคนอื่น อย่างพวก
fonts ผมก็ใช้fonts ฟรีเอา อันนี้ถือเป็นการเซฟตัวเองด้วย แล้วเป็นการซื้อสัตย์
ต่อลูกค้าด้วย ลูกค้าคงไม่ happy เท่าไหร่ถ้าซื้อภาพไปแล้ว เฮ้ย อันนี้มันงานก็
อปนิหว่า ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) สร้างผลงานที่มีคุณภาพ

“... ซื่อสัตย์ต่อผลงานตัวเองด้วยการพยายามพัฒนาตัวเอง ทำงาน
ออกมาให้มีคุณภาพครับ ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ก็เน้นข้อมูลที่ถูกต้องให้กับลูกค้าแน่ละครับ มีการตรวจสอบ
กลั่นกรองข้อมูล และสร้างงานออกมาแค่นี้ก็ถือว่าซื่อสัตย์ต่อผลงานตัวเองแล้ว
ครับ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ก็... ฝึกฝนตนเองให้งานออกมามีคุณภาพ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

ตารางที่ 29 ความซื่อสัตย์ต่อผลงาน

กลุ่มตัวอย่าง	ความซื่อสัตย์ต่อผลงาน
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ไม่ก๊อปหรือคัดลอกงานของคนอื่น กฎของสต็อก
Max2	การทำงานให้มีคุณภาพ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ไม่ใส่ข้อมูล ที่ไม่ถูกต้องให้ลูกค้า
Max3	ไม่คัดลอกงานของคนอื่น, ทำงานที่มีคุณภาพ
Max4	ไม่คัดลอก ไม่ draft งานของคนอื่น
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ไม่คัดลอกงานคนอื่น เป็นกฎเหล็กของสต็อก
Medium2	หาไอเดียจากในเว็บแต่ไม่ได้คัดลอกหรือ draft งานของคนอื่น
Medium3	ไม่คัดลอกงานคนอื่น ต่อยอดไอเดีย หรือเอาสองไอเดียมารวมกัน

ตารางที่ 29 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	ความซื่อสัตย์ต่อผลงาน
Medium4	ไม่คัดลอกงานของคนอื่น แต่เป็นการต่อยอดงานเดิม
Medium5	ไม่คัดลอกงานของคนอื่น
Medium6	พัฒนาตัวเอง ทำงานออกมาให้มีคุณภาพ
Medium7	ตรวจสอบกลั่นกรองข้อมูล ใส่ข้อมูลที่ถูกต้องไปในภาพ
Medium8	ฝึกฝนตนเองให้งานออกมามีคุณภาพ ไม่ draft งานจากอินเทอร์เน็ต หรือคนขายคนอื่น

8. การบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน

การบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืนเป็นการศึกษาถึงความคงที่สม่ำเสมอในการส่งผลงานเข้าระบบ โดยเป็นการศึกษาถึงจำนวนการส่งภาพเวกเตอร์เข้าระบบเพื่อบริหารจัดการแบรนด์ให้ผู้ซื้อภาพเวกเตอร์ของนักกราฟิกเห็นภาพเวกเตอร์ของนักกราฟิกอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ อีกทั้งยังศึกษาเรื่องความเป็นมืออาชีพของนักกราฟิกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างอีกด้วย รายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

8.1 การส่งภาพและจำนวนการส่งภาพเข้าระบบไมโครสต็อก

การส่งภาพและจำนวนการส่งภาพเข้าระบบไมโครสต็อกเป็นการศึกษาความคงที่สม่ำเสมอในการส่งผลงานเข้าระบบของนักกราฟิกมืออาชีพ ว่ามีการส่งภาพในลักษณะใด รายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน รวมไปถึงจำนวนภาพเวกเตอร์ที่ส่งเข้าระบบด้วย พบว่านักกราฟิกมืออาชีพซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ส่งภาพเป็นสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน และส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน จำแนกได้ดังนี้

8.1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีและจำนวนภาพเวกเตอร์ที่ส่งขายออนไลน์แตกต่างกันคือ ส่งภาพเป็นสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพ/สัปดาห์ และส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ประมาณ 3-10 ภาพ/สัปดาห์

“... ตั้งเป้าไว้อาทิตย์ละ 7-10 ภาพ ก็พยายามอยู่อันนี้เฉพาะของ shutterstock นะ ส่วนเว็บอื่นให้แฟนช่วยใส่ keyword และส่งให้ ...”

(Max1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... พี่ส่งงานเป็นอาทิตย์ค่ะ อาทิตย์หนึ่งก็ประมาณ 7-10 ภาพ ส่งประมาณวันเสาร์ วันอาทิตย์ พอระบบตรวจเสร็จรูปจะเข้าพอร์ตเราวันจันทร์พอดี ลูกค้าเริ่มทำงานวันจันทร์ก็จะเห็นภาพของเราในหน้า news แต่มันก็แล้วแต่ระบบการตรวจของสต็อกที่เราส่งอีกทีนะคะ เราต้องดูว่าบางเว็บใช้เวลาตรวจกี่วัน กี่วันภาพจะเข้าพอร์ต ต้องสังเกตเป็นช่วงๆ ไปแต่ละช่วงก็ไม่เหมือนกัน ...”

(Max3, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ก็ส่งงานเป็นอาทิตย์เหมือนคนอื่นนั่นแหละครับ ส่งงานประมาณวันเสาร์ไม่ก็วันอาทิตย์ เข้าพอร์ตวันจันทร์พอดี อาทิตย์หนึ่งก็ประมาณ 7-10 ภาพครับ...”

(Max4, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) มากกว่า 10 ภาพ/ สัปดาห์

“... ส่งงานเป็นอาทิตย์ครับ อาทิตย์หนึ่งก็ตั้งเป้าให้ได้มากกว่า 10 ภาพ ถ้าไม่ตั้งเป้าแล้วไม่มีแรงทำ ต้องตั้งไว้ ก็จะส่งวันอาทิตย์ครับ พยายามให้งานเข้าพอร์ตวันจันทร์ จะได้ขึ้นหน้า news วันจันทร์ แต่มันก็แล้วแต่คนตรวจละครับว่าเค้าจะตรวจช้าตรวจเร็วแค่ไหน แต่ส่วนมากก็ไม่ค่อยพลาดเท่าไร ...”

(Max2, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมีอาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

8.1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง แบ่งกลุ่มการส่งภาพและจำนวนภาพเวกเตอร์ที่ส่งขายออนไลน์ออกเป็น 2 กลุ่ม โดยส่งภาพเป็นสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 3 คน และอีกกลุ่มหนึ่งส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 5 คน รายละเอียดดังผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1) ประมาณ 3-10 ภาพ/ สัปดาห์

“... ผมจะส่งเป็นอาทิตย์ครับ อาทิตย์ละประมาณ 10 ภาพขึ้นไป
แล้วแต่ความยากง่าย ไอเดียของภาพด้วย ...”

(Medium1, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ส่งภาพเป็นอาทิตย์ครับ งานอินโฟคอนข้างที่ต้องใช้เวลา ถ้า
ส่งทุกวันก็ไม่ไหว อาทิตย์หนึ่งก็ส่ง... อ้อ... ประมาณ 3-5 ภาพครับ ...”

(Medium4, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

“... ส่งเป็นอาทิตย์ครับ ส่งทุกวันก็ไม่ไหว พอดีทำงานอื่นด้วย ก็ส่ง
เป็นอาทิตย์เอาครับ อย่างน้อยอาทิตย์ละ 2-3 รูปก็พอขอให้ทีมงานเข้าตลอด
ลูกค้าจะได้ไม่ลืม ...”

(Medium8, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทอินโฟกราฟิก

2) มากกว่า 10 ภาพ/ สัปดาห์

“... ผมจะส่งภาพเป็นอาทิตย์ครับ ส่วนจำนวนภาพไม่แน่นอนครับ
บางอาทิตย์ก็ 5 ภาพ บางอาทิตย์ก็ 10-20 ภาพก็มีครับ ผมทำงานประจำอยู่
มีเวลามาทำตรงนี้น้อยมาก เวลาทำหลักๆ ก็จะเป็นเสาร์อาทิตย์ครับ ผม
พยายามจะส่งให้ภาพเข้าพอร์ตวันจันทร์ เพราะคิดว่าเป็นวันเริ่มทำงาน น่าจะมี
คนหาภาพที่เข้าไปใหม่ๆ เยอะ ...”

(Medium6, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... พยายามส่งทุกวันคะ วันละอย่างน้อย 2-3 รูป มันจะซ้ำตรงหา
ไอเดียกับการที่เราจะสื่อออกมาอย่างไรนะคะ ...”

(Medium7, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

“... ส่งเป็นอาทิตย์ครับ อาทิตย์หนึ่งก็ประมาณ 10-25 รูป ทำงาน
ประจำด้วย ไม่ได้เต็มทีกับสต็อกเหมือนคนที่ไม่มีงานประจำ ...”

(Medium2, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... ส่งงานเป็นอาทิตย์ครับ อาทิตย์ละ 15-20 รูป พยายามทำให้ถึง
ขึ้นอยู่กับการรับงานฟรีแลนซ์ด้วยมัย ถ้ารับงานภาพที่ส่งสต็อกก็น้อยลงบ้าง ...”

(Medium5, สัมภาษณ์, 13 พฤษภาคม 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจ

“... แล้วแต่ครับ ส่วนมากจะส่งเป็นอาทิตย์ หรือบางทีก็ส่งวัน
อังคารกับวันอาทิตย์ ถ้าเฉลี่ยแล้วก็อาทิตย์ละประมาณ 15 รูปครับ ถ้าอาทิตย์
ไหนส่งสองครั้งก็แบ่งๆ กันไป ...”

(Medium3, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2560)

กลุ่มนักกราฟิกมืออาชีพภาพเวกเตอร์ประเภทการ์ตูนนักธุรกิจ

ตารางที่ 30 การส่งภาพและจำนวนการส่งภาพเข้าระบบไมโครสต็อก

กลุ่มตัวอย่าง	การส่งภาพและจำนวนการส่งภาพเข้าระบบไมโครสต็อก
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก	
Max1	ส่งสัปดาห์ละครั้ง ตั้งเป้าสัปดาห์ละ 7-10 ภาพ
Max2	ส่งสัปดาห์ละครั้ง ตั้งเป้าให้ได้มากกว่า 10 ภาพ/สัปดาห์
Max3	ส่งสัปดาห์ละครั้ง สัปดาห์ละประมาณ 7-10 ภาพ
Max4	ส่งสัปดาห์ละครั้ง สัปดาห์ละ 7-10 ภาพ

ตารางที่ 30 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	การส่งภาพและจำนวนการส่งภาพเข้าระบบไมโครสต็อก
กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง	
Medium1	ส่งสัปดาห์ละครั้ง อาทิตย์ละประมาณ 10 ภาพ
Medium2	ส่งสัปดาห์ละครั้ง จำนวนภาพไม่แน่นอน บางอาทิตย์ 10 ภาพ บางสัปดาห์ก็ 10-20 ภาพ
Medium3	ส่งทุกวัน วันละ 2-3 ภาพ
Medium4	ส่งสัปดาห์ละครั้ง สัปดาห์ละประมาณ 10-15 ภาพ
Medium5	ส่งสัปดาห์ละครั้ง สัปดาห์ละประมาณ 10-15 ภาพ
Medium6	ส่งสัปดาห์ละครั้ง สัปดาห์ละประมาณ 15 ภาพ บางครั้งก็สัปดาห์หนึ่งก็ส่งสองครั้ง
Medium7	ส่งสัปดาห์ละครั้ง สัปดาห์ละประมาณ 3-5 ภาพ
Medium8	ส่งสัปดาห์ละครั้ง สัปดาห์ละประมาณ 2-3 ภาพ ทำงานอื่นไปด้วย

8.2 การเป็นมืออาชีพ

จากผลการวิจัยการเป็นมืออาชีพของนักกราฟิกที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน มีการสร้างความเป็นมืออาชีพให้กับตนเอง โดยการให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 6 คน และการศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 3 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน จำแนกได้ดังนี้

8.2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีการสร้างความเป็นมืออาชีพด้วยการรักษาความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 3 คน และสร้างความเชื่อมั่นด้วยการศึกษกฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 1 คน

8.2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง ส่วนมากให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงาน จำนวน 4 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน และ การศึกษกฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 2 คน

ซึ่งความเป็นมืออาชีพนี้สัมพันธ์กับตอนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ของนักกราฟิกมืออาชีพ การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ ในเรื่องการสร้างการยอมรับโดยการสร้างความเชื่อมั่น ทั้งนี้สามารถอ่านรายละเอียดได้ที่หน้า 100

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน พบว่ามีขั้นตอนการขายเวกเตอร์ออนไลน์อยู่ 8 ขั้นตอนคือ 1) การวิจัยและวิเคราะห์แหล่งขาย 2) การวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อยและตัดสินใจเลือก 3) การออกแบบ 4) การส่งภาพ 5) การประชาสัมพันธ์การจำหน่ายภาพ 6) ค่าตอบแทน 7) การประเมินผล และ 8) การบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน พบว่า ด้านการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน เลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ไมโครสต็อก เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูง เป็นระบบที่ทำความเข้าใจได้ไม่ยากสำหรับผู้เริ่มขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ อีกทั้งยังได้รับความนิยมจากผู้ขายภาพออนไลน์ที่ขายภาพมาเป็นเวลานาน เพราะไมโครสต็อกแต่ละแห่งมีฐานลูกค้าของตัวเองมากมาย มีงานให้ลูกค้าเลือกหลายประเภทหลายแบบ อีกทั้งยังมีงบประมาณและช่องทางประชาสัมพันธ์สูง มีการจัดการที่เป็นระบบมีความเป็นมืออาชีพทั้งด้านการตลาดและทางกฎหมาย ในกรณีที่ภาพของผู้ขายถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ส่วนการเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ในระบบมาก่อนจากการอ่านหนังสือ และการเคยเป็นผู้ซื้อภาพออนไลน์มาใช้ในการออกแบบ

ด้านการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ทั้งหมดขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านไมโครสต็อก shutterstock เนื่องจากมีฐานของลูกค้าเยอะและจึงทำให้มีโอกาสขายได้สูงกว่าไมโครสต็อกอื่น ส่วนไมโครสต็อกอื่นๆ เช่น fotolia, 123rf, istockphoto, dreamstime ฯลฯ เป็นไมโครสต็อกลำดับถัดไปที่กลุ่มตัวอย่างเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

ด้านการออกแบบ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอยู่ 2 ประการ คือ ภาพที่ลูกค้าต้องการ และพื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ภาพที่ลูกค้าต้องการจากการดูจากยอดโหลดใน portfolio ของตนเอง จำนวน 9 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะมีการส่งภาพเข้าไปใน portfolio ของตนเองหลายๆ แบบ ประกอบกับทำตามที่ตนเองชอบและตนเองถนัด จากนั้นจึงดูว่าภาพแบบใดที่ลูกค้าชอบและมียอดโหลดสูง มียอดโหลดประจำ จึงทำภาพแบบนั้นขาย แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่ทำตาม trend จำนวน 2 คน และทำตามบุคคลที่ตนเองรู้จักที่ประสบความสำเร็จแล้วและมียอดโหลดสูง จำนวน 1 คน สำหรับพื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความเห็นตรงกันว่าพื้นที่ ที่มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าสูงจะเป็นทวีปอเมริกาและยุโรป จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานภาพถ่ายออนไลน์และภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุดจึงทำให้เกิดการดาวน์โหลดภาพมากกว่าลูกค้าทวีปอื่นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างออกแบบผลงานเพื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้ รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน

และมีนักกราฟิกที่ออกแบบตามความชอบส่วนตัวที่เป็นการออกแบบสไตล์เอเชีย ทำให้มียอดขายที่ไหลตจากลูกค้าทวีปเอเชียมากกว่าทวีปยุโรปและอเมริกา จำนวน 1 คน ตามลำดับ

ด้านการส่งภาพพบว่าไมโครสต็อกที่ช่างภาพและนักกราฟิกนิยมขายภาพคือ shutterstock เนื่องจากเป็นไมโครสต็อกที่เป็นผู้นำทางด้านการขายภาพออนไลน์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ก่อตั้งมามากกว่า 10 ปี ซึ่งจากการสำรวจของอุตสาหกรรมไมโครสต็อก shutterstock เป็นเว็บไซต์ที่มีปริมาณภาพมากที่สุด มีช่างภาพและนักออกแบบกราฟิกเวกเตอร์มากที่สุดและทำรายได้ให้ผู้ขายภาพมากที่สุด ส่วนช่องทางในการจำหน่ายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 7 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน 4-7 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน และขาย 3 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน โดยไมโครสต็อกที่ขายส่วนใหญ่จะเป็น shutterstock, istockphoto, fotolia, dreamstime ฯลฯ ตามลำดับ และมีนักกราฟิกส่วนน้อยเท่านั้นที่ขายภาพเวกเตอร์เพียงแค่ 3 ไมโครสต็อก ทั้งนี้ไมโครสต็อกหลักๆ ที่ขายก็ยังคงเป็น shutterstock, istockphoto และ fotolia

ด้านค่าตอบแทน พบว่ารูปแบบการจ่ายเงินและการเบิกเงินของ shutterstock เป็นระบบที่ทำให้ความเข้าใจง่ายที่สุดและเบิกจ่ายง่ายเป็นระบบไม่ซับซ้อน ส่วนแบ่งที่ผู้ขายภาพได้รับค่อนข้างชัดเจน ส่วน istockphoto และ fotolia ระบบการเบิกจ่ายเข้าใจยากกว่า shutterstock และมีการเบิกจ่ายที่ซับซ้อนกว่า

ด้านการประเมินผล พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนจะมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest แต่ก็มียกเว้นกลุ่มตัวอย่างบางคนที่ได้จากเว็บอื่นประกอบด้วย เช่น เว็บไซต์ shutterstock จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน ส่วนความซื่อสัตย์ต่อผลงานนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่นมากที่สุด จำนวน 8 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพรองลงมา จำนวน 4 คน ตามลำดับ

และด้านการบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน พบว่าการส่งภาพและจำนวนการส่งภาพเข้าระบบไมโครสต็อกของกลุ่มตัวอย่างมีการส่งภาพเวกเตอร์เข้าระบบรายสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน และส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน ส่วนการเป็นมืออาชีพนั้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 6 คน และการศึกษาทฤษฎีของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 3 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน ตามลำดับ

1. กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน พบว่า ด้านการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย กลุ่มตัวอย่างมีการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย

จากเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ และจากการทำงานประจำ จากนั้นจึงทำการหาข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ต มาก

ด้านการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จากไมโครสต็อกที่ตนเองขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์อยู่โดยดูจากยอดดาวน์โหลดในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองไมโครสต็อกไหนมียอดดาวน์โหลดสูงก็เน้นส่งที่ไมโครสต็อกนั้นๆ ส่วนไมโครสต็อกอื่นๆ ก็ยังคงส่งภาพอยู่แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าไมโครสต็อกหลักที่สร้างรายได้ให้กับตนเอง

ด้านการออกแบบกลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะระดับมาก มีวิธีค้นหาภาพที่ลูกค้าต้องการที่เหมือนกันคือ ดูจากยอดโหลดใน portfolio ของตนเองและทั้งหมดให้ความเห็นว่าพื้นที่ในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของตนเองอยู่ในทวีปอเมริกา ยุโรปเป็นหลัก ส่วนพื้นที่อื่นมียอดขายรองลงมา

ด้านการส่งภาพขาย กลุ่มตัวอย่างมีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกันคือ ขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก 2 คน โดยไมโครสต็อกหลักที่ทำรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock

ด้านการติดตามทิศทางการออกแบบ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดติดตามแนวโน้มและทิศทางการออกแบบ จากเว็บไซต์ pinterest behance shutterstock และสร้างความซื่อสัตย์ต่อผลงานที่แตกต่างกันคือ ไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่น จำนวน 3 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพจำนวน 1 คน ตามลำดับ

และ ด้านการบริหารจัดการแบรนด์เพื่อความยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างมีวิธีและจำนวนภาพเวกเตอร์ที่ส่งขายออนไลน์แตกต่างกันคือ ส่งภาพเป็นสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพ/สัปดาห์ และส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ และสร้างความเป็นมืออาชีพด้วยการรักษาความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 3 คน และสร้างความเชื่อมั่นด้วยการศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่มีผิดกฎ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

2. กลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จจะระดับปานกลาง จำนวน 8 คน พบว่า ด้านการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย กลุ่มตัวอย่างมีการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขายจาก เพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ จากนั้นจึงทำการหาข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ตเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จจะระดับมาก เพียงแต่กลุ่มตัวอย่างนี้เริ่มขายภาพเวกเตอร์ช้ากว่ากลุ่มประสบความสำเร็จจะระดับมาก ประกอบกับความคงที่สม่ำเสมอในการส่งผลงานเข้าระบบจึงทำให้รายได้ไม่สูงมากเหมือนกลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะระดับมาก

ด้านการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ ส่วนมากไม่ได้วิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย ของไมโครสต็อกที่ตนเองขายมากเท่าใดนัก ส่วนมากจะเน้นขายหลายๆ ไมโครสต็อกเนื่องจากเชื่อว่ายิ่งส่งภาพเวกเตอร์ขายหลายไมโครสต็อกมากเท่าใดก็จะเป็นการสร้าง

โอกาสในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ให้กับตนเองมากเท่านั้น ซึ่งแตกต่างกับนักกราฟิกที่ประสบความสำเร็จจะระดับมากที่เลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์และให้ความสำคัญกับการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ในไมโครสต็อกที่สร้างรายได้หลักให้กับตนเองส่วนไมโครสต็อกที่ไม่ค่อยสร้างรายได้ก็ยังส่งภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์อยู่แต่ไม่ให้ความสำคัญมากเท่าใด

ด้านการออกแบบกลุ่มตัวอย่างมีวิธีค้นหาภาพที่ลูกค้าต้องการที่แตกต่างกันโดยส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะดูจากยอดโหลดใน portfolio ของตนเอง จำนวน 5 คน รองลงมาคือ ทำตามทิศทางการออกแบบจำนวน 2 คน และทำตามบุคคลที่ตนเองรู้จักที่ประสบความสำเร็จแล้วและมียอดโหลดสูง จำนวน 1 คน สำหรับพื้นที่การขายส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่ซื้อภาพออนไลน์ของตนเองส่วนใหญ่อยู่ในทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 4 คน รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และทวีปเอเชีย จำนวน 1 คน ตามลำดับ

ด้านการส่งภาพ กลุ่มตัวอย่างมีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก มากที่สุด จำนวน 6 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์น้อยกว่า 5 จำนวน 2 คน ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีช่องทางการขายภาพออนไลน์ที่แตกต่างกัน แต่ไมโครสต็อกหลักๆ ที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock นั่นเอง

ด้านการประเมินผลกลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest และมีกลุ่มตัวอย่างติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ shutterstock ประกอบจำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน ซึ่งมีวิธีการสร้างความซื่อสัตย์ต่อผลงานที่แตกต่างกันคือ ไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่น จำนวน 5 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพจำนวน 3 คน ตามลำดับ

และ ด้านการบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างส่งภาพเป็นสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 3 คน และอีกกลุ่มหนึ่งส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 5 คน สำหรับการเป็นมืออาชีพนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานจำนวน 4 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน และ การศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 2 คน ตามลำดับ

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ไมโครสต็อก เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูง เป็นระบบที่ทำความเข้าใจได้ไม่ยากสำหรับผู้เริ่มขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ อีกทั้งยังได้รับความนิยมจากผู้ขายภาพออนไลน์ที่ขายภาพมาเป็นเวลานาน เพราะไมโครสต็อกแต่ละแห่งมีฐานลูกค้าของตัวเองมากมาย

มีงานให้ลูกค้าเลือกหลายประเภทหลายแบบ อีกทั้งยังมีงบประมาณและช่องทางประชาสัมพันธ์สูง มีการจัดการที่เป็นระบบมีความเป็นมืออาชีพทางด้านการตลาดและทางกฎหมายในกรณีที่ภาพของผู้ขายถูกละเมิดลิขสิทธิ์ สอดคล้องแนวคิดเรื่องการขายภาพถ่ายสื่อของคุณผ่านเว็บไซต์ของ สุระ นวลประดิษฐ์ (2555: 45) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า การขายภาพผ่านไมโครสต็อก ซึ่งเป็นตัวแทนรวบรวมภาพสต็อกของช่างภาพและนักกราฟิกจำนวนมากในวงกว้าง และช่วยส่งเสริมให้มีการขายภาพเกิดขึ้น เพียงผู้ขายถ่ายภาพ คัดเลือกภาพที่คิดว่าขายได้ อัปโหลดภาพนั้นไปยังไมโครสต็อกเท่านั้น ระบบจะทำการตรวจสอบคุณสมบัติ เมื่อภาพมีคุณสมบัติตามแต่ละไมโครสต็อกกำหนด จึงอนุญาตให้ขายภาพออนไลน์ผ่านไมโครสต็อกนั้นๆ ได้

ด้านการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์กลุ่มตัวอย่างผ่านไมโครสต็อก shutterstock เนื่องจากมีฐานของลูกค้าเยอะและจึงทำให้มีโอกาสขายได้สูงกว่าไมโครสต็อกอื่น ส่วนไมโครสต็อกอื่นๆ เช่น fotolia, 123rf, istockphoto, dreamstime ฯลฯ เป็นไมโครสต็อกลำดับถัดไปที่กลุ่มตัวอย่างเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสมัครเว็บไหนก่อนดี ของคณะศร ไซนาพงศ์ (2554: ระบบออนไลน์) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า shutterstock เป็นเว็บที่ขายดีที่สุดเหมาะสำหรับคนที่เริ่มต้นกับการขายภาพ เพราะการที่มียอดดาวน์โหลดมาทันทีจะทำให้เรามีกำลังใจต่อยอดไปอีก istockphoto เป็นอีกเว็บที่ถือว่าขายดี โอกาสที่จะทำรายได้มหาศาลจาก istock ได้ต้องเป็น exclusive เท่านั้น คือขายที่เว็บนี้เว็บเดียว และราคาต่อโหลดก็จะมากขึ้นด้วย แต่ ณ ตอนนี้ shutterstock ยังคงเป็นเว็บที่สร้างรายได้มากที่สุดในโลก จากค่าเฉลี่ยของนักขายภาพทั่วโลก ทางเลือกในโลกไมโครสต็อกมี 2 ทางชัดเจน คือ ส่งทุกเว็บ โดยมี shutterstock เป็นแกนหลัก และเว็บรองๆ ลงไปมาสนับสนุน เช่น istock, dreamstime, 123rf, fotolia, depositephotos และอื่นๆ

ด้านการออกแบบ มีการวิเคราะห์ภาพที่ลูกค้าต้องการจากการดูจากยอดดาวน์โหลดใน portfolio ของตนเอง ทำตามทิศทางการออกแบบของลูกค้าและทิศทางการออกแบบประจำปีและทำตามบุคคลที่ตนเองรู้จักที่ประสบความสำเร็จ สำหรับพื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้นพบว่า ยอดดาวน์โหลดของลูกค้าสูงจากเป็นทวีปอเมริกา และยุโรป จึงออกแบบเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ความสอดคล้องกับวัฒนธรรมการขาย ของ Pijitra Suppasawatgul (2560: ระบบออนไลน์) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า วัฒนธรรมมีอิทธิพลในการกำหนดเป้าหมายของความต้องการและเป็นเป้าหมายของแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมุ่งบรรลุ ค่านิยมด้านวัตถุของสังคม ก็ย่อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค บุคลิกภาพของผู้บริโภคในกลุ่มสังคมวัฒนธรรมเดียวกัน จะสอดคล้องไปในทางเดียวกัน

ด้านการส่งภาพพบว่าไมโครสต็อกที่ช่างภาพและนักกราฟิกนิยมขายภาพคือ shutterstock เนื่องจากเป็นไมโครสต็อกที่เป็นผู้นำทางด้านการขายภาพออนไลน์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่นิวยอร์ก

สหรัฐอเมริกา ก่อตั้งมามากกว่า 10 ปี ซึ่งจากการสำรวจของอุตสาหกรรมไมโครสต็อก shutterstock เป็นเว็บไซต์ที่มีปริมาณภาพมากที่สุด มีช่างภาพและนักออกแบบกราฟิกเวกเตอร์มากที่สุดและทำรายได้ให้ผู้ขายภาพมากที่สุด ส่วนช่องทางในการจำหน่ายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 7 ไมโครสต็อก ทั้งนี้ไมโครสต็อกหลักๆ กลุ่มตัวอย่างนิยมขาย คือ shutterstock, istockphoto และ fotolia ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ ของรัชพล ยรรยงค์เดชา (2557: 23) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่าการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่าน 2 ช่องทาง คือ ขายผ่านเว็บไซต์ส่วนตัวไม่จะเป็นการสร้างเว็บไซต์หรือซื้อเว็บไซต์สำเร็จรูปเพื่อเอางานไปขายโดยเฉพาะ รวมถึงการเอางานไปไว้ในแกลลอรีเว็บไซต์ทั้งหลาย เมื่อมีคนมาสนใจภาพ อาจติดต่อซื้อโดยตรง วิธีนี้อาจจะไม่ได้รับความนิยมเท่าไร เนื่องจากอาจจะมีภาพไม่หลากหลายพอ ถ้าเรายังไม่เป็นที่รู้จักโอกาสที่ขายได้ก็อาจจะน้อย แต่ข้อดีของมันคือสามารถกำหนดราคาขายได้เองและไม่ต้องเสียส่วนแบ่งให้ใคร และการขายผ่านไมโครสต็อก ช่องทางนี้ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นระบบที่ทำความเข้าใจได้ไม่ยากนักสำหรับมือใหม่ อีกทั้งก็ยังได้รับความนิยมจากมือเก่ามาอย่างต่อเนื่องเพราะไมโครสต็อกแต่ละแห่ง มีฐานลูกค้าของตัวเองมากมาย มีงานให้ลูกค้าเลือกหลากหลายประเภทหลายแบบจึงได้รับความนิยมสูง มีงบประมาณและช่องทางการโปรโมทที่สูง มีการจัดการที่เป็นระบบ มีความเป็นมืออาชีพทางด้านการตลาดและทางกฎหมายในกรณีที่ภาพอาจถูกละเมิด ซึ่งไมโครสต็อกที่แนะนำได้แก่ shutterstock, istock, fotolia, dreamstime, 123rf, vectorstock และ canstockphoto และสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารทางการตลาด/ พฤติกรรม 8 C's ของ Jobsdb (2552: ระบบออนไลน์) ที่กล่าวถึง convenience (ความสะดวก) ไว้ว่า ต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นสำคัญด้วยการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ที่ผู้บริโภค สามารถซื้อหาสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ถ้าต้องการซื้อในจำนวนมากและได้ราคาถูกควรไปที่ไหน ถ้าต้องการซื้อเพียงชิ้นเดียวและซื้อได้อย่างรวดเร็วควรไปที่ไหน เป็นต้น

ด้านคำตอบแทน พบว่ารูปแบบการจ่ายเงินและการเบิกเงินของ shutterstock เป็นระบบที่ทำความเข้าใจง่ายที่สุดและเบิกจ่ายง่ายเป็นระบบไม่ซับซ้อน ส่วนแบ่งที่ผู้ขายภาพได้รับค่อนข้างชัดเจน ส่วน istockphoto และ fotolia ระบบการเบิกจ่ายเข้าใจยากกว่า shutterstock และมีการเบิกจ่ายที่ซับซ้อนกว่า สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง คำตอบแทนในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของรัชพล ยรรยงค์เดชา (2557: 33) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า ไมโครสต็อกแต่ละที่นั้นได้กำหนดอัตราค่าคอมมิชชั่นแต่ละดาวน์โหลดให้กับผู้สร้างผลงานไม่เท่ากัน ต้องทำความเข้าใจก่อนว่า ประเภทลูกค้าและการตลาดแต่ละแห่งนั้นไม่เหมือนกัน ปกติการดาวน์โหลดในแต่ละเดือน ส่วนใหญ่จะมีประเภทรวมกัน ประเภทที่ 1 กับ 2 จะได้กันมากที่สุด ส่วนประเภทที่ 3 บางคนได้ทุกเดือน บางคนนานๆจะมาซักที ซึ่งเป็นการยากที่จะฟันธงแน่นอนว่าจะได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าภาพของเราตรงกับความต้องการของลูกค้าที่จะดาวน์โหลดภาพ แบบที่ 3 และสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ผลตอบแทน

จากการขายภาพออนไลน์ของชวณะ ภวกันันท์ (2549: 50) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า ถึงแม้ว่านักกราฟิกจะไม่สามารถกำหนดราคาภาพเวกเตอร์ของตนเองได้แต่สิ่งที่นักกราฟิกสามารถทำได้คือทำต้นทุนในการออกแบบภาพให้ต่ำเพื่อผลตอบแทนที่คุ้มค่าของตนเอง

ด้านการประเมินผล กลุ่มตัวอย่างทุกคนจะมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่ได้จากเว็บอื่นประกอบด้วย เช่น เว็บไซต์ shutterstock และเว็บไซต์ behance ส่วนความซื่อสัตย์ต่อผลงานนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่นมากที่สุด และสร้างผลงานที่มีคุณภาพรองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ทำไมคนทำธุรกิจต้องรู้เรื่อง trend ของ Trick of the Trade (2559: ระบบออนไลน์) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า โลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และการเปลี่ยนแปลงนั้น เกิดได้ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติและจากพฤติกรรมของมนุษย์ จริงๆ แล้วคำว่า trend ไม่ใช่เรื่องใหม่เลย เราอยู่กับมันตั้งแต่เกิดแล้ว เช่นการพยากรณ์อากาศก็เป็น trend ประเภทหนึ่ง คือบอกแนวโน้มว่าพรุ่งนี้สภาพอากาศจะเป็นอย่างไร เราไม่รู้สีกว่ามันเป็น trend ในความหมายที่เราคุ้นเคยเพราะอายุของ trend สภาพอากาศมันค่อนข้างสั้นคือ 1-3 วันเท่านั้น ในขณะที่ trend ทางด้านพฤติกรรมของมนุษย์บาง trend ใช้เวลาสะสมตัวจากจุดเล็กๆ จนกลายเป็น trend เต็มตัวก็นานหลายเดือน trend เป็นตัวบอกว่า คนส่วนใหญ่กำลังจะสนใจ ถูกใจและให้เรื่องอะไรมามีอิทธิพลกับชีวิต และเรื่องที่มีอิทธิพลกับชีวิตนี้เอง ที่กลายเป็นตัวกระตุ้นให้เราเกิดความอยากรู้ อยากมี (หรือด้านตรงข้ามก็ได้) trend ก็เหมือนของทุกอย่างในโลก คือมี 2 ด้าน trend ด้านบวก กับด้านลบ ด้านบวกคือ เรื่องอะไรกำลังจะเป็นที่นิยม ด้านลบคือ เรื่องอะไรที่กำลังหมดความนิยมแล้วและคนทำธุรกิจจำเป็นต้องรู้ทั้ง 2 ด้าน จะทำให้ไม่เสียเงินเสียแรง เสียเวลาฟรีไปกับสิ่งที่กำลังจะเสื่อมความนิยมแล้ว นอกจากจะเหนื่อยฟรีแล้ว เงินที่ลงไปกับของขายนั้น อาจกลายเป็นสต็อกตายคาบ้านก็ได้ เราเข้าถึงโอกาสได้ก่อนคนอื่น การเข้าถึงความใหม่นี้มีมูลค่าสูงมากทางธุรกิจ เพราะความสดใหม่นี้ มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลักที่ภาษาการตลาดเรียก early adopter หรือพวกชอบลองอะไรก่อนคนอื่น และค่าของความสดใหม่นี้มีราคาสูงมาก การเข้าถึงโอกาสก่อน ทำให้คุณทำอะไรได้เต็มที่ เพราะคู่แข่งยังตามไม่ทัน เพราะจะมีคนจำนวนมาก "ขอรอดูก่อน" ว่าสิ่งนั้นจะเป็นอย่างไรแล้วค่อยโดดตามเข้ามา พอมาทีหลังจะแข่งได้ก็ต้องลดราคาเรียกลูกค้าเท่านั้น การรู้ trend ก่อนจะช่วยให้เราดูเป็นโปรฯ กว่าคนอื่น โดยการรู้ trend ก่อนใครเป็น 1 ในองค์ประกอบสำคัญของการเป็นกูรู ในสายงานนั้นๆ ด้วยละ trend หลาย trend นั้นเชื่อมโยงกัน หากมองเห็นอันหนึ่งจะช่วยให้เราปรับตัวและสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ได้ไม่สิ้นสุด

และ ด้านการบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน พบว่าจำนวนภาพเวกเตอร์ที่ส่งขายออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะส่งภาพในวันอาทิตย์ประมาณ 3-10 ภาพ เพื่อให้ภาพเข้า portfolio และขึ้นหน้าแรกในวันจันทร์ ส่วนการเป็นมืออาชีพนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความ

คงที่ สมำเสมอในการส่งผลงาน โดยมองว่าถ้างานเข้า portfolio เป็นประจำสมำเสมอจะทำให้ลูกค้าไม่หายไปและมีผลงานใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้เลือกดาวน์โหลดภาพ สุดท้ายคือความซื่อสัตย์ต่อผลงานนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานของผู้อื่นซึ่งเป็นข้อห้ามหลักของไมโครสต็อกด้วย ถ้าหากฝ่าฝืนหรือไมโครสต็อกตรวจเจออาจทำให้ปิด account ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ความคงที่ สมำเสมอในการขายภาพออนไลน์ ของ รัชพล ยรรยงค์เดชา (2559: ระบบออนไลน์) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า คนที่ประสบความสำเร็จในเส้นทางสายนี้ที่ผมรู้จัก ไม่ว่าจะเป็นรุ่นเดียวกันกับผมหรือรุ่นหลังๆ แทบจะพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า ความมีวินัย ส่งภาพอย่างสมำเสมอเป็นเรื่องสำคัญมาก ในความคิดเห็นของผม ผมยกให้ข้อนี้สำคัญที่สุดด้วยซ้ำ เพราะถ้าคุณไม่มีความสมำเสมอแค่อย่างเดียว สิ่งอื่นๆ จะไม่มีวันตามมา เช่น ถ้าคุณไม่ส่งงานสมำเสมอ ฝีมือคุณก็จะไม่พัฒนา ถ้าคุณไม่ส่งงานสมำเสมอ คุณจะไม่มีไฉ่เดียวที่จะต่อยอดงาน ถ้าคุณไม่ส่งงานสมำเสมอ จะไม่สามารถวัดผลเรื่องรายได้ ถ้าคุณไม่ส่งงานสมำเสมอ คุณจะไม่ว่ารู้ว่าแนวภาพใดของคุณ มีแนวโน้มที่ดีในอนาคต และถ้าคุณไม่ส่งงานสมำเสมอ คุณจะไม่มีความรู้สึกว่าต้องทำมันทุกวัน ความสมำเสมอจะทำให้คุณทำมันเป็นกิจวัตรโดยอัตโนมัติ ไม่ต้องสงสัยเลยว่าพอร์ตเราจะโตขึ้นเรื่อยๆ แน่นนอนและเมื่อไม่มีอะไรให้วัดผล คุณก็จะไม่ว่ารู้ว่าควรจะพาพอร์ตตัวเองไปในทิศทางใด และสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความสมำเสมอคือหัวใจของการตลาดสำหรับนักวาด ของ sasi tanadeerojkul (2558: ระบบออนไลน์) ที่ได้ให้ทัศนะไว้ว่า ทำไมความสมำเสมอถึงเป็นเรื่องใหญ่ เพราะไม่มีใครชอบความไม่สมำเสมอหรือคาดเดาได้ยาก การโปรโมทภาพลักษณะที่ไม่สมำเสมอก็จะทำให้คนเข้าใจแบรนด์คุณผิด และนั่นจะเป็นแง่ลบต่อการทำภาพประกอบและต่อลูกค้าของเรา คนเราต้องการความสมำเสมอในชีวิต ลองคิดถึงประเพณีหรือกิจกรรมที่คนในบ้านคุณทำร่วมกันดูสิ คุณรู้สึกยังงัยคุณตั้งตาคอยหรือเปล่าและถ้ากิจกรรมนั้นๆ ไม่เกิดขึ้นในปีนั้นๆ คุณจะรู้สึกยังงัย เช่นบ้านคุณมีตรุษจีนทุกปี เวลาเด็กคุณตั้งตาคอยตรุษจีน เพราะอยากได้อั่งเปา เกิดปีหนึ่งบ้านคุณยกเลิกตรุษจีนขึ้นมา คุณจะรู้สึกยังงัย และนั่นคือเหตุผลที่ทำให้ความสมำเสมอถึงสำคัญ เหมือนกับลูกค้าของคุณนั่นแหละ ลูกค้าของคุณก็ให้ความสำคัญกับความสมำเสมอเหมือนกัน มีสามอย่างที่คุณต้องมีความคงที่ คือ ภาพลักษณ์ กิจกรรม และ เวลาคุณทำการตลาด

สรุปผลการวิจัย เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ ของนักกราฟิกมืออาชีพ

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไป ทางประชากรศาสตร์



1. เพศ :
เพศชาย 10 คน/เพศหญิง 2 คน
2. อายุ ณ วันที่สัมภาษณ์ :
สูงสุด 42 ปี/ต่ำสุด 25 ปี/
อายุเฉลี่ย 34 ปี
3. ระดับการศึกษา :
ป.ตรี 10 คน/ป.โท 2 คน
4. สาขาวิชาที่จบการศึกษา :
เกี่ยวข้องกับการออกแบบ 7 คน/
ไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ 5 คน
5. อาชีพ (หลัก) :
ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ 7 คน/
กราฟิกดีไซน์เนอร์ 3 คน/
อาชีพอื่นๆ 2 คน
6. รายได้ :
สูงสุด 60,000 บาทต่อเดือน/
ต่ำสุด 10,000 บาทต่อเดือน/
เฉลี่ย 16,283.47 บาทต่อเดือน
7. ประสบการณ์การขาย :
มากที่สุด 8 ปี/น้อยที่สุด 3 ปี/
เฉลี่ย 6 ปี
8. จำนวนไมโครสต็อกที่ขาย :
มากที่สุด 8 ไมโครสต็อก/
น้อยที่สุด 3 ไมโครสต็อก/
ไมโครสต็อกหลัก shutterstock,
istock, fotolia

ตอนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ ของนักกราฟิก

1. การค้นหาตัวตน

- 1.1 ลักษณะพิเศษที่โดดเด่น :
ชอบ ใจรัก/มีพื้นฐาน/ถนัดรูปเป็น
คุ้นเคยกับงาน Vector
- 1.2 ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต :
อาชีพอิสระ/รายได้/แนวทางการออกแบบ
- 1.3 แรงบันดาลใจ/แรงขับเคลื่อน :
ครอบครัว/รายได้/เป้าหมายในชีวิต

2. การสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะ ของตัวเอง

- 2.1 แนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) :
การ์ตูน/ทิวทัศน์/งานออกแบบทั่วไป
- 2.2 ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ :
pinterest/dribbble/shutterstock
- 2.3 ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะตน :
การเป็นต้นคิด/ความแปลก แตกต่าง
ความงาม ความง่าย/ประโยชน์/
ความซับซ้อน/ความสวยงาม/
ติดตาม trend/ความต้องการของลูกค้า

3. การสร้างการยอมรับ :

- 3.1 การรับรู้ : เริ่มขายภาพ/นำเสนอผลงาน
- 3.2 การสร้างความสนใจ : การสื่อสารที่ชัดเจน/
คุณภาพของผลงาน/สีสันทันสมัย
- 3.3 การสร้างความเชื่อมั่น : ส่งงานสม่ำเสมอ
- 3.4 การยอมรับ: พัฒนาตนเอง/พัฒนาผลงาน

4. การรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล :

- ส่งงานเข้าระบบอย่างต่อเนื่อง/รักษาคุณภาพ/
เผยแพร่ความรู้สู่สังคม

ภาพที่ 74 สรุปผลการวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบ
ภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ

สรุปผลการวิจัย เรื่อง
การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์
ของนักกราฟิกมืออาชีพ (ต่อ)

ตอนที่ 3 เทคนิคการออกแบบ
และการสื่อความหมาย



1. เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์
เพื่อขายออนไลน์

- 1.1 อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ : Macbook/ PC
- 1.2 อุปกรณ์เสริม : เมาส์ปากกา/สมุดสเก็ตซ์/โทรศัพท์มือถือ
- 1.3 โปรแกรมที่ใช้ออกแบบ : Illustrator
- 1.4 เทคนิคการออกแบบ : จุดตัด 9 ช่อง/ตัวการ์ตูนเป็นจัดเด่น/องค์ประกอบภาพ
- 1.5 แหล่งเรียนรู้ : ความรู้จากป.ตรี/Youtube/group facebook/web blogger/ประสบการณ์จริง

2. การสื่อความหมาย

- 2.1 การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมาย : เส้นและความหมาย/สีและความหมาย/keyword ของภาพ
- 2.2 เทคนิคในการสื่อความหมาย : เส้นเส้นตรง เส้นโค้งมน ไม่ตัดขอบ/คุมโทนสี สีโทนเย็น ใช้สีสื่อความหมาย/วาง concept จาก keyword
- 2.3 เทรนการออกแบบแต่ละปีและเทรนความต้องการซื้อของผู้ซื้อ : shutterstock/pinterest/behance
- 2.4 การแปลความหมายของลูกค้า : อเมริกา/ยุโรป/เอเชีย

ตอนที่ 4 เทคนิคการขาย
ภาพเวกเตอร์ผ่านไมโครสต็อก



1. วิจัย/วิเคราะห์แหล่งขาย : คนรู้จัก/อ่านหนังสือ/เคยเป็นผู้ซื้อภาพ
2. วิเคราะห์ข้อดี/ข้อด้อยตัดสินใจเลือก : อินเทอร์เน็ต/อ่านหนังสือ/เพื่อน,คนรู้จัก
3. การออกแบบ
 - 3.1 ภาพที่ลูกค้าต้องการ : คุใน port ตนเอง/ทำตาม trend/ทำตามเพื่อน
 - 3.2 โชนการขาย : อเมริกา/ยุโรป/เอเชีย
4. การส่งภาพ
 - 4.1 วิธีการส่งภาพขายออนไลน์ : ส่งสต็อกหลัก
5. การประชาสัมพันธ์/การจำหน่าย
 - 5.1 ช่องทาง : 3-8 ไมโครสต็อก
 - 5.2 ช่องทางการสื่อสาร : เว็บไซต์ microstock ประชาสัมพันธ์/pinterest/เพจ facebook
6. ค่าตอบแทน
 - 6.1 การจ่ายเงิน/ส่วนแบ่ง : ตามกำหนดของสต็อก
 - 6.2 วิธีการเบิกเงิน : จ่ายเงินอัตโนมัติ/เบิกเอง
7. การประเมินผล
 - 7.1 การติดตาม trend : shutterstock/pinterest
 - 7.2 ความซื่อสัตย์ต่อผลงาน : ไม่คัดลอกงาน
8. การบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน
 - 8.1 การส่งภาพและจำนวน : รายสัปดาห์/3-7 ภาพต่อสัปดาห์
 - 8.2 การเป็นมืออาชีพ : ความคงที่สม่ำเสมอ/ศึกษากฎ/ผลงานที่มีคุณภาพ

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

1. ความสำคัญของปัญหา

การออกแบบภาพเวกเตอร์เป็นทั้งศาสตร์และศิลปะที่ต้องศึกษา เพื่อค้นหาหลักการวิธีในการสร้างอัตลักษณ์ของนักกราฟิกมืออาชีพ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นปัญหาได้ 3 ประการ คือ ปัญหาการขาดความเข้าใจในการสร้างอัตลักษณ์ของการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิก การเป็นนักกราฟิกที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นเป็นเรื่องของอัตลักษณ์เป็นลายเซ็นของตัวเอง นักกราฟิกที่ถูกประทับใจบนภาพเวกเตอร์นั้นๆ จนเกิดการจดจำและยอมรับ เช่นเดียวกันกับการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ การจะสามารถสร้างยอดขายให้แก่ นักกราฟิกนั้นถือเป็นทักษะที่จำเป็นที่จะต้องศึกษาและทำความเข้าใจไม่ต่างจากภาพประเภทอื่นๆ ปัญหา นักกราฟิกขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการสื่อความหมายและเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจ ซึ่งได้แก่ การสื่อความหมายของภาพ การจัดองค์ประกอบของภาพ การตั้งค่าอาร์ตเวิร์ก โหมดของสีที่ใช้ในการสร้างผลงาน RGB หรือ CMYK การเอ็กส์พอร์ตไฟล์เวกเตอร์ รวมไปถึงวิธีการสร้างภาพ JPG preview สำหรับส่งขายออนไลน์ และปัญหานักกราฟิก ทั้งนักกราฟิกมือใหม่ รวมถึงนักกราฟิกที่มีประสบการณ์ ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อก ทำให้ภาพที่อัปโหลดผ่านไมโครสต็อกไม่ได้รับการอนุมัติให้ขาย อีกทั้งภาพที่ได้รับการอนุมัติให้ขายยังไม่ตรงกับความต้องการกับกลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน ถึงแม้จะมีการสร้างสรรค์ภาพเวกเตอร์จนอยู่ในระดับยอดเยี่ยมเพียงใด แต่ภาพที่นำมาขายนั้น ก็ไม่ได้สร้างกำไรได้

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ
2. เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ
3. เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักกราฟิกที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จำนวน 12 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ตามเกณฑ์คุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นนักกราฟิกที่มีรายได้จากการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 10,000 บาท/เดือน
2. เป็นนักกราฟิกที่มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 3 ปีขึ้นไปและขายภาพเวกเตอร์ผ่านไมโครสต็อกมากกว่า 3 เว็บไซต์

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth-interview) ซึ่งพัฒนาจากกรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่นำมาศึกษา เป็นคำถามแบบปลายเปิด (open – ended questions) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นและบรรยายเรื่องราวเกี่ยวกับเทคนิควิธีการ และสามารถปรับสถานการณ์ได้ในขณะที่สัมภาษณ์

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ แสดงให้เห็นดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัยลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 10 คน เพศหญิง จำนวน 2 คน มีอายุเฉลี่ย 34 ปี โดยมีอายุสูงสุดคือ 42 ปี ต่ำสุดคือ 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 10 คน และจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 2 คน จบการศึกษาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบ จำนวน 7 คน และจบการศึกษาจากสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 5 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จำนวน 7 คน รองลงมาคือมีอาชีพกราฟิกดีไซน์เนอร์ จำนวน 2 คน ตามลำดับ มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท/เดือน จำนวน 4 คน น้อยกว่า 40,000 บาท/เดือน จำนวน 8 คน มีประสบการณ์การขายภาพออนไลน์เฉลี่ย 6 ปี มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 8 ปี และน้อยที่สุด 3 ปี ทั้งหมดขายภาพออนไลน์มากกว่า 3 ไมโครสต็อก จำแนกได้ดังนี้

1.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน เป็นเพศชาย จำนวน 3 คน เพศหญิง จำนวน 1 คน มีอายุเฉลี่ย 35 ปี โดยมีอายุ 40-49 ปี จำนวน 3 คน และมีอายุ 30-39 ปี จำนวน 1 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 3 คน ระดับปริญญาโท จำนวน 1 คน จบจากสาขา

ที่ไม่เกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบ จำนวน 3 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 1 คน ทั้งหมดมีอาชีพหลักคือ ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ต่อเดือน มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 6 ปี ขายภาพออนไลน์ผ่านไมโครสต็อก 3 ไมโครสต็อกและ 10 ไมโครสต็อก

1.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง

กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน และเป็นเพศหญิง จำนวน 1 คน อายุเฉลี่ย 34 ปี มีอายุสูงสุด 40 ปี และอายุต่ำสุด 25 ปี ส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 6 คน รองลงมาคือ อายุ 40-49 ปี จำนวน 1 คน อันดับสุดท้ายมีอายุ 20-29 ปี จำนวน 1 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 7 คน ปริญญาโท จำนวน 1 คน ส่วนมากจบการศึกษาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 5 คน และจบการศึกษาในสาขาวิชาที่ไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ จำนวน 3 คน มีอาชีพขายเวกเตอร์ออนไลน์เป็นอาชีพหลัก จำนวน 3 คน รองลงมาคือกราฟิกดีไซน์เนอร์ จำนวน 2 คน เหลืออีก 3 คน มีอาชีพช่างภาพ โปรแกรมเมอร์ และสถาปนิก ทั้งหมดมีรายได้ไม่น้อยกว่า 40,000 บาทต่อเดือน มีประสบการณ์การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์เฉลี่ย 5 ปี ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 6 ปี น้อยที่สุด 3 ปี ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุด 12 ไมโครสต็อก น้อยที่สุด 3 ไมโครสต็อก โดยขายภาพออนไลน์เวกเตอร์ออนไลน์จำนวน 6-8 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน รองลงมาคือ 3-5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 8 ไมโครสต็อก จำนวน 1 คน

2. การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

จากการศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ของนักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 คน พบว่า ด้านการค้นหาตนเอง มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ปัจจัย คือ ลักษณะพิเศษที่โดดเด่น ความต้องการและเป้าหมายชีวิต และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง คือ มีความชอบและใจรักด้านการออกแบบอยู่แล้ว จำนวน 6 คน มีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน จำนวน 5 คน พัฒนาตนเองจากการขายภาพออนไลน์มาเป็นขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จำนวน 1 คน ตามลำดับ ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต คือ ต้องการประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 6 คน รองลงมาคือ การมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตัวนักกราฟิกเอง จำนวน 4 คน และอันดับสุดท้ายคือการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 2 คน ตามลำดับ และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน คือ ครอบครัว จำนวน 5 คน รองลงมา คือ รายได้ จำนวน 4 คน สุดท้าย คือ เป้าหมายในชีวิตของตนเอง จำนวน 3 คน ตามลำดับ

ด้านการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ปัจจัย คือ แนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ การหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอ และ ภาพที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง โดยแนวภาพที่ชอบหรือความเป็นตัวตน คือ ชอบการตุนมากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ทิวทัศน์ จำนวน 2 คน ชอบหลายแนวและงานออกแบบทั่วไป จำนวน 2 คน และ ไม่ได้ชอบแนวใดเป็นพิเศษ จำนวน 2 คน ตามลำดับ การตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอ คือ หาจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต จำนวน 11 คน และจากการอ่านหนังสือ จำนวน 1 คน ตามลำดับ สำหรับผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง คือการเป็นต้นคิด มีความแปลกหรือแตกต่าง มีความงามและความง่าย การนำไปใช้ประโยชน์ ความซับซ้อน ความสง่างาม การติดตามทิศทางการออกแบบ และความต้องการของลูกค้า ซึ่งผลงานของกลุ่มตัวอย่างบางคน อาจมีคุณสมบัติเดียว หรือสองถึงสามคุณสมบัติดังที่กล่าวมาข้างต้น

ด้านการสร้างการยอมรับ มีขั้นตอนการสร้างการยอมรับอยู่ 4 ขั้นตอนคือ 1) การรับรู้ 2) การสร้างความสนใจ 3) การสร้างความเชื่อมั่น และ 4) การยอมรับ

1) การรับรู้ นั่นเพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ความเป็นนักกราฟิกมืออาชีพ และผลงานการออกแบบ กลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการส่งผลงานผ่านไมโครสต็อกต่างๆ และส่งผลงานเข้าระบบอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอซึ่งจะทำให้ลูกค้าเห็นผลงานการออกแบบและเป็นที่รู้จักในวงการการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ โดยส่วนมากจะขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 8 คนและขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 4 คน โดยไมโครสต็อกที่ขายส่วนใหญ่จะเป็น shutterstock, istockphoto, fotolia, dreamstime ฯลฯ ตามลำดับ ทั้งนี้ไมโครสต็อกหลักๆ ที่ขายก็ยังคงเป็น shutterstock, istockphoto และ fotolia

2) ขั้นตอนการสร้างความสนใจ กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการนำจุดเด่นในการออกแบบและความเป็นอัตลักษณ์ในผลงานของตนเองมาใช้สร้างความสนใจ หรือดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาดาวน์โหลดภาพของตนเอง โดยการการสร้างผลงานที่สื่อสารที่ชัดเจน จำนวน 4 คน เมื่อลูกค้าดูผลงานแล้วสามารถเข้าใจความหมายของภาพได้เลย ซึ่งรวมไปถึงหนึ่งภาพมีการนำเสนอที่หลากหลายมุมมองด้วยคุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน ก็เป็นอีกหนึ่งที่นักกราฟิกให้ความสำคัญในการใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจของลูกค้า รองลงมาจะเป็นการเน้นเรื่องสีสัน จำนวน 2 คน และการเน้นการขายโอเดียรวมไปถึงความคิดสร้างสรรค์ในผลงาน จำนวน 2 คน สุดท้ายจะเป็นการสร้างลายเซ็นให้ตัวเอง จำนวน 1 คน

3) ขั้นตอนการสร้างความเชื่อมั่น กลุ่มตัวอย่างมีการสร้างความเชื่อมั่นโดยการสร้างความเป็นมืออาชีพให้กับตนเอง โดยการให้ความสำคัญกับความคงที่ เสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 6 คน และการศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 3 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน

4) ขั้นตอนการยอมรับ กลุ่มตัวอย่างมีการสร้างการยอมรับโดยการรักษาคุณภาพของงานหรือเผยแพร่ผลงานสม่ำเสมอของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คือ ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบมากที่สุด จำนวน 5 คน ซึ่งนักกราฟิกส่วนมากจะให้ความสำคัญกับการส่งงานอย่างสม่ำเสมอ หากส่งงานไม่สม่ำเสมอหรือขาดส่งแล้วนักกราฟิกหลายคนพบว่ายอดดาวน์โหลดของตนเองน้อยลงจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ในขณะที่นักกราฟิกอีกส่วนหนึ่งก็ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองและพัฒนาผลงานอยู่เสมอ จำนวน 5 คน และการรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน ตามลำดับ

ด้านการรักษาอัตลักษณ์ของส่วนบุคคลส่วนมากมีการเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านตัวบุคคล กลุ่มบุคคล และกลุ่ม facebook จำนวน 8 คน ที่ตั้งขึ้นมาสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องภาพหรือภาพเวกเตอร์ออนไลน์ รองลงมาจะเป็นเป็นวิทยากรเผยแพร่ความรู้ จำนวน 2 คน ในลักษณะของเวทีให้ความรู้หรือกลุ่มคน ตัวบุคคลที่เข้ามาหาโดยตรง ยังมีนักกราฟิกบางคนมีการนำผลงานของตนเองไปโพสต์ในเพจบน facebook จำนวน 1 คน ที่ตนเองสร้างขึ้นมา และบางคนก็ไม่ได้เผยแพร่ความรู้มากนักเนื่องจากยังมีประสบการณ์ไม่มากเท่าคนอื่นจึงเป็นในลักษณะของการเสพมากกว่าเผยแพร่ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

2.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน พบว่า ด้านการค้นหาค้นหาตนเอง มีความชอบและใจรักในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 2 คน มีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน จำนวน 1 คน และมีทั้งความชอบ ใจรักด้านการออกแบบพร้อมกับมีพื้นฐานด้านการออกแบบ จำนวน 1 คน ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต คือ ต้องการประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 2 คน ต้องการมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานในชีวิต จำนวน 1 คน และต้องการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 1 คน และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อน คือ ส่วนมากมีแรงบันดาลใจและแรงขับเคลื่อนคือ ครอบครัว จำนวน 3 คน และอีก 1 คน คือ การมีรายได้และการหาความรู้ใหม่ๆ ในการออกแบบ

ด้านการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง มีแนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) คือ การ์ตูนจำนวน 2 คน ทั้งสองคนสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองด้วยการออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูน อีก 1 คนสร้างตัวการ์ตูนที่มีลักษณะเฉพาะและต่อยอดเป็นภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทอินโฟกราฟิก ไม่ได้ชอบภาพประเภทใดเป็นพิเศษ จำนวน 2 คน แต่ภาพเวกเตอร์ประเภทเทมเพลตธุรกิจและอินโฟกราฟิกได้มียอดดาวน์โหลดสูงจึงออกแบบภาพประเภทนี้เป็นหลัก ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอนั้น มีตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองใหม่ๆ อยู่เสมอที่แตกต่างกัน คือ หาจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 คน หาตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์จากการอ่านหนังสือและใน

อินเทอร์เน็ต จำนวน 1 คน มีการออกแบบภาพเวกเตอร์ที่ลักษณะเฉพาะตัวเองที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีเหมือนกันคือการติดตามทิศทางการออกแบบ

ด้านการสร้างการยอมรับ 1) การรับรู้ มีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกัน คือ ขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก 2 คน โดยไมโครสต็อกหลักที่ทำรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock 2) การสร้างความสนใจ มีวิธีสร้างความสนใจให้กับผลงานของตนเองโดยการ ใช้ไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ การสร้างลายเซ็นให้ตัวเอง สีสันสดเด่นโดดเด่น ความง่ายในการเข้าใจและการนำไปใช้งาน 3) การสร้างความเชื่อมั่น มีการสร้างความเชื่อมั่นด้วยการรักษาความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 3 คน และสร้างความเชื่อมั่นด้วยการศึกษาของไมโครสต็อกและทำตามไม่ผิดกฎ จำนวน 1 คน และ 4) การยอมรับ มีวิธีการสร้างการยอมรับที่แตกต่างกันคือ ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบ จำนวน 2 คน พัฒนาตนเองหรือพัฒนาผลงานอยู่เสมอ และรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน

ด้านการรักษาอัตลักษณ์ โดยการการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคม คือ การเป็นวิทยากรเผยแพร่ความรู้ จำนวน 2 คน และ เผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กลุ่ม facebook จำนวน 2 คน

2.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คนพบว่า ด้านการค้นหาตัวตน ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นและจุดแข็ง กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน จำนวน 4 คน รองลงมาคือ มีความชอบและใจรักในการออกแบบ จำนวน 3 คน และ อีก 1 คน พัฒนาตนเองจากการขายภาพออนไลน์มาเป็นขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์และมีความคุ้นเคยกับงานเวกเตอร์ ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความต้องการและเป้าหมายในชีวิต คือต้องการประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 4 คน รองลงมาคือ การมีรายได้เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตัวนักกราฟิกเอง จำนวน 3 คน และสุดท้ายคือการหาแนวทางหรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จำนวน 1 คน และแรงบันดาลใจหรือแรงขับเคลื่อนส่วนมากมีแรงบันดาลใจหรือ แรงขับเคลื่อนจากความต้องการมีรายได้ จำนวน 3 การตั้งเป้าหมายในชีวิต ต้องการมีบ้าน มีรถ ห้องเที่ยว ฯลฯ จำนวน 3 คน และครอบครัว จำนวน 2 คน ตามลำดับ

ด้านการสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง มีแนวทาง (ความเป็นตัวตน) ที่ชอบ คือ ภาพการ์ตูน จำนวน 3 คน ซึ่งมีการต่อยอดผลงานการออกแบบภาพเวกเตอร์ธุรกิจประเภทการ์ตูนและอินโฟกราฟิก ชอบภาพประเภททิวทัศน์ จำนวน 3 คน และไม่ได้ชอบประเภทใดเป็นพิเศษ จำนวน 2 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ชอบภาพทิวทัศน์และไม่ได้ชอบภาพประเภทใดเป็นพิเศษมีการวิเคราะห์ภาพที่ลูกค้าดาวน์โหลดสูงจากแฟ้มสะสมผลงานของตนเองแล้วจึงนำไปเป็นแนวทางในการ

ค้นหาและสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองให้โดดเด่น ส่วนตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ และการหามุมมองการออกแบบใหม่ๆ นั้นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะระดับปานกลาง ทั้งหมดมีตัวอย่าง ด้านความคิดสร้างสรรค์และการหามุมมองการออกแบบใหม่ๆ จากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต เช่น shutterstock, pinterest, dribbble ฯลฯ สุดท้ายคือผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง มีการออกแบบภาพเวกเตอร์ที่ลักษณะเฉพาะตัวเองที่แตกต่างกันออกไป ในแง่ของ การเป็นต้นคิด ความแปลกแตกต่าง ความงาม ความง่าย ฯลฯ ส่วนการติดตามทิศทางการออกแบบนั้น กลุ่มตัวอย่าง ทุกคนมีการติดตามทิศทางการออกแบบอยู่เสมอจาก shutterstock, pinterest และ behance เป็นต้น

ด้านการสร้างการยอมรับ 1) การรับรู้ มีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่ต่างกัน คือ ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก มากที่สุด จำนวน 6 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์น้อยกว่า 5 จำนวน 2 คน ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีช่องทางการขายภาพออนไลน์ที่ต่างกันไป แต่ไมโครสต็อกหลายๆ ที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่าง คือ shutterstock 2) การสร้างความสนใจ มีการสร้างความสนใจให้กับผลงานของตนเองที่หลากหลาย คือ การสื่อสารที่ชัดเจน จำนวน 3 คน คุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน ใช้สีสัน จำนวน 1 คน ไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 1 คน 3) การสร้างความเชื่อมั่น ส่วนมากให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงาน จำนวน 4 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน และ การศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 2 คน และสุดท้าย 4) การยอมรับ มีวิธีการสร้างการยอมรับที่ต่างกันไป คือ การพัฒนาตนเองและพัฒนาผลงานอยู่เสมอมากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ ความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานเข้าระบบ จำนวน 3 คน และสุดท้ายคือการรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 1 คน ตามลำดับ

ด้านการรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล มีวิธีการรักษาอัตลักษณ์โดยการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคมที่ต่างกันไป แต่จะมีวิธีการเผยแพร่โดยแลกเปลี่ยนความรู้ ผ่านตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กลุ่ม facebook มากที่สุด จำนวน 6 คน เผยแพร่ความรู้โดยการนำผลงานของตนเองไปโพสต์ในเพจบน facebook จำนวน 1 คน และบางคนก็ไม่ได้เผยแพร่ความรู้อะไรมากนักเนื่องจากยังมีประสบการณ์ไม่มากเท่าคนอื่น จึงเป็นในลักษณะของการเสปมากกว่าเผยแพร่ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

3. เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมาย

จากการศึกษาเทคนิคการออกแบบและสื่อความหมายของนักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 คน พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 2 ประการ ได้แก่ เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์และการสื่อความหมาย

ด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ ประกอบด้วย อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ อุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการออกแบบ โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบ เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ และแหล่งเรียนรู้ในการออกแบบ โดยอุปกรณ์หลักที่กลุ่มตัวอย่าง คือ คือ ใช้ MacBook มากที่สุด จำนวน 6 คน รองลงมาคือ ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 3 คน อีกทั้งยังมีกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ใช้ notebook ธรรมดา จำนวน 1 คน Mac Mini จำนวน 1 คน และ ใช้ทั้ง Mac ทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ในการออกแบบ จำนวน 1 คน อุปกรณ์เสริมที่กลุ่มตัวอย่าง ใช้ในการออกแบบคือ ใช้เมาส์ปากกา ช่วยในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 6 คน และใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 1 คน ใช้กระดาษหรือสมุดจดไอเดีย จำนวน 1 คน เครื่องสแกน จำนวน 1 คน ส่วนที่เหลือไม่ได้ใช้อุปกรณ์เสริมในการออกแบบ ซึ่งทั้งหมดใช้โปรแกรม adobe illustrator ในการออกแบบ ส่วนเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับการจัดองค์ประกอบและจุดตัดเก้าช่องมากที่สุด จำนวน 5 คน ซึ่งการจัดองค์ประกอบมีการใช้ทฤษฎีจุดตัดเก้าช่องมาช่วยในการออกแบบ ลำดับถัดมาจะเป็น การออกแบบ โดยการเน้นจุดสนใจหรือตัวการ์ตูนหลัก จำนวน 4 คน จะมีการวางตัวการ์ตูนหลักเป็น เป็นจุดเด่นหรือจุดสนใจ และจัดองค์ประกอบอื่นๆ ที่หลัง และสุดท้ายจะเป็นการนำเสนอที่เหมาะสม หรือการนำเสนอที่ชัดเจน จำนวน 3 คน การจัดองค์ประกอบให้เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ และแหล่งเรียนรู้ในเรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบของกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างบางคนมีความรู้เดิมมาจากการเรียนระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คน จากการอ่านหนังสือ หรืออ่านบทความในอินเทอร์เน็ต จำนวน 5 คน เรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองสนใจจาก youtube จำนวน 5 คน และเรียนรู้จากประสบการณ์จริง จำนวน 3 คน ซึ่งบางคนก็มีทั้งความรู้เดิมและความหาความรู้ใหม่ๆ จากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างหลายคนมีการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายไม่ได้ เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้เดียว

ด้านการสื่อความหมาย ประกอบด้วย การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมาย เทคนิคในการสื่อความหมาย แนวโน้มการออกแบบแต่ละปี แนวโน้มความต้องการซื้อของผู้ซื้อ และการแปลความหมายของลูกค้า จากลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน พบว่าการใช้สัญลักษณ์และเทคนิคเพื่อการสื่อความหมายนั้นกลุ่มตัวอย่างมีมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบ คือ การวาง concept ของเรื่อง หรือภาพที่จะออกแบบและหาข้อมูลประกอบ จำนวน 6 คน รองลงมาจะเป็นการจัดองค์ประกอบ การวางตำแหน่ง จำนวน 2 คนและวิเคราะห์ตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 2 คน การถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์นั้นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก จำนวน 9 คน และใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ โดยส่งผ่านตัวการ์ตูน จำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ลักษณะของเส้นในการสื่อความหมายคือ จะใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบสไตล์ flat design จำนวน 4 คน เส้นตรงหรือเส้นเรียบๆ จำนวน 3 คน ขึ้นอยู่กับอารมณ์

ของภาพ จำนวน 1 คน เส้นโค้งมน จำนวน 1 คน และบางคนก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องเส้นมากเท่าไรแต่จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นมากกว่า จำนวน 2 คน มีการติดตามแนวโน้มการออกแบบแต่ละปีและแนวโน้มความต้องการซื้อของผู้ซื้อจากเว็บไซต์ pinterest แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่ได้จากเว็บอื่นประกอบด้วย เช่น เว็บไซต์ shutterstock จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน และมีการการแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน) จากพื้นที่ที่มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าสูงจะในทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานภาพถ่ายออนไลน์และภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุดจึงทำให้เกิดการดาวน์โหลดภาพมากกว่าลูกค้าทวีปอื่นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างออกแบบผลงานเพื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้ รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และมีนักกราฟิกที่ออกแบบตามความชอบส่วนตัวที่เป็นการออกแบบสไตล์เอเชีย ทำให้มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าทวีปเอเชียมากกว่าทวีปยุโรปและอเมริกา จำนวน 1 คน ตามลำดับ

3.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน พบว่า ด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ คือ ใช้ MacBook จำนวน 3 คน และใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบจำนวน 1 คน ซึ่งการใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบของกลุ่มตัวอย่างนั้น ไม่ได้สร้างปัญหาให้กับกลุ่มออกแบบเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการนำจอที่ใช้ไป calibrate เพื่อให้เพื่อสีที่ถูกต้องสมจริง ใช้โปรแกรม adobe illustrator และใช้เมาส์ปากกาเป็นอุปกรณ์เสริมในการออกแบบเหมือนกัน มีเทคนิคการออกแบบที่หลากหลายคือ มีการใช้ตัวการ์ตูนหลักเป็นจุดเด่น ใช้หลักการจัดองค์ประกอบเข้ามาช่วยแล้วแต่ผลงานว่าต้องการสื่อแบบใดก็ใช้หลักการจัดองค์ประกอบนั้นๆ และการนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน มีการเรียนรู้เรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย ทั้งการอ่านจากหนังสือ อ่านบทความตามอินเทอร์เน็ต การดูเทคนิควิธีต่างๆ ใน youtube และมีพื้นฐานการออกแบบเดิมจากการเรียนระดับปริญญาตรี มีมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบ คือ วาง concept เรื่องหรือภาพที่จะออกแบบและหาข้อมูลประกอบ จำนวน 3 คน และออกแบบตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 1 คน

ด้านการสื่อความหมายนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จระดับมากมีวิธีการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันคือ ใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว ความคิดสร้างสรรค์และใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว ความคิดสร้างสรรค์ มีการคุมโทนสีหรือเฉดสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงานและใช้สีที่สดใส ในการออกแบบ ทั้งหมดจะมีลักษณะการใช้เส้นที่เหมือนกันคือใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบแต่ก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบ และลักษณะการออกแบบในช่วงเวลานั้นๆ ด้วยว่ามีการใช้เส้นแบบใด ติดตามแนวโน้มและ

ทิศทางการออกแบบ จากเว็บไซต์ pinterest behance และ shutterstock และมีการออกแบบภาพ เพื่อให้สัมพันธ์กับการแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน) ในทวีปอเมริกาและทวีปยุโรป

3.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน พบว่า ด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์ อุปกรณ์หลักที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการออกแบบ คือ MacBook ในการออกแบบมากที่สุด จำนวน 4 คน รองลงมาคือ ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในการออกแบบ จำนวน 2 คน และ notebook จำนวน 1 คน MacMini จำนวน 1 คน ทั้งหมดใช้โปรแกรม adobe illustrator ในการออกแบบและใช้ใช้เมาส์ปากกาช่วยในการออกแบบ จำนวน 2 คน ใช้โทรศัพท์มือถือจำนวน 1 คน ใช้กระดาษหรือสมุดจดไอเดีย จำนวน 1 คน เครื่องสแกน จำนวน 1 คน มีเทคนิคการออกแบบที่แตกต่างกัน คือ ใช้หลักการการจัดองค์ประกอบและจุดตัดเก้าช่อง จำนวน 3 คน ใช้ตัวการ์ตูนหลักหรือสร้างจุดสนใจให้กับภาพ จำนวน 3 คน และการนำเสนอที่เหมาะสมหรือการนำเสนอที่ชัดเจน จำนวน 2 คน มีการเรียนเรื่องเทคนิค ทฤษฎี วิธีการออกแบบจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย โดยส่วนมากมีความรู้เดิมมาจากการเรียนระดับปริญญาตรี จากการอ่านหนังสือหรืออ่านบทความในอินเทอร์เน็ต เรียนรู้จาก youtube และเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีการเรียนรู้หลายช่องทาง

การสื่อความหมายนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลางมีมุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบที่แตกต่างกันคือ การวาง concept ของเรื่อง หรือภาพที่จะออกแบบ และหาข้อมูลประกอบ มากที่สุด จำนวน 3 คน รองลงมาจะเป็นการจัดองค์ประกอบ การวางตำแหน่ง จำนวน 2 คนและวิเคราะห์ตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าหรือความต้องการของลูกค้า จำนวน 1 คน ทำงานเป็นชุด จำนวน 1 คน มีวิธีการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราวและความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันคือ ใช้ตัวการ์ตูนในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 8 คน ใช้สีในการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 2 คน ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะมีการคุมโทนสีหรือเฉดสีไม่ให้ห่างกันมากแล้วแต่ความเหมาะสมของงาน จำนวน 3 คน ใช้โทนสีเย็น จำนวน 2 คนใช้ชุดสีตามเว็บไซต์ จำนวน 2 คน และเป็นการใช้สีเส้นที่สดใส อบอุ่น จำนวน 1 คน มีลักษณะการใช้เส้นในการออกแบบที่แตกต่างกันคือ เส้นตรงหรือเส้นเรียบๆ จำนวน 3 คน ใช้เส้นแบบไม่ตัดขอบสไตล์ flat design จำนวน 2 คน ขึ้นอยู่กับอารมณ์ของภาพ จำนวน 1 คน เส้นโค้งมน จำนวน 1 คน และไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องเส้นมากเท่าไรแต่จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นมากกว่า จำนวน 1 คน กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest และมีกลุ่มตัวอย่างติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ shutterstock ประกอบ

จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่ซื้อภาพออนไลน์ของตนเองส่วนใหญ่อยู่ในทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 4 คน รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และทวีปเอเชีย จำนวน 1 คน เพื่อให้ตรงการแปลความหมายของลูกค้า (ลูกค้าที่มีบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน)

4. เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

จากการศึกษาเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน พบว่ามีขั้นตอนการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์อยู่ 8 ขั้นตอนคือ 1) การวิจัยและวิเคราะห์แหล่งขาย 2) การวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อยและตัดสินใจเลือก 3) การออกแบบ 4) การส่งภาพ 5) การประชาสัมพันธ์การจำหน่ายภาพ 6) ค่าตอบแทน 7) การประเมินผล และ 8) การบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน พบว่า ด้านการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน เลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ไมโครสต็อก เนื่องจากเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูง เป็นระบบที่ทำความเข้าใจได้ไม่ยากสำหรับผู้เริ่มขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ อีกทั้งยังได้รับความนิยมจากผู้ขายภาพออนไลน์ที่ขายภาพมาเป็นเวลานาน เพราะไมโครสต็อกแต่ละแห่งมีฐานลูกค้าของตัวเองมากมาย มีงานให้ลูกค้าเลือกหลายประเภทหลายแบบ อีกทั้งยังมีงบประมาณและช่องทางประชาสัมพันธ์สูง มีการจัดการที่เป็นระบบมีความเป็นมืออาชีพทางด้านการตลาดและทางกฎหมาย ในกรณีที่ภาพของผู้ขายถูกละเมิดลิขสิทธิ์ ส่วนการเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ในระบบมาก่อนจากการอ่านหนังสือ และการเคยเป็นผู้ซื้อภาพออนไลน์มาใช้ในการออกแบบ

ด้านการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน ทั้งหมดขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านไมโครสต็อก shutterstock เนื่องจากมีฐานของลูกค้าเยอะและจึงทำให้มีโอกาสขายได้สูงกว่าไมโครสต็อกอื่น ส่วนไมโครสต็อกอื่นๆ เช่น fotolia, 123rf, istockphoto, dreamstime ฯลฯ เป็นไมโครสต็อกลำดับถัดไปที่กลุ่มตัวอย่างเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

ด้านการออกแบบ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอยู่ 2 ประการ คือ ภาพที่ลูกค้าต้องการ และพื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ภาพที่ลูกค้าต้องการจากการดูจากยอดโหลดใน portfolio ของตนเอง จำนวน 9 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะมีการส่งภาพเข้าไปใน portfolio ของตนเองหลายๆ แบบ ประกอบกับทำตามที่ตนเองชอบและตนเองถนัด จากนั้นจึงดูว่าภาพแบบใดที่ลูกค้าชอบและมียอดโหลดสูง มียอดโหลดประจำ จึงทำภาพแบบนั้นขาย แต่ก็มีการกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่ทำตาม trend จำนวน 2 คน และทำตามบุคคลที่ตนเองรู้จักที่ประสบความสำเร็จแล้วและมียอดโหลดสูง จำนวน 1 คน สำหรับพื้นที่การขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้นกลุ่ม

ตัวอย่างส่วนมากให้ความเห็นตรงกันว่าพื้นที่ ที่มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าสูงจะเป็นทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้งานภาพถ่ายออนไลน์และภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากที่สุดจึงทำให้เกิดการดาวน์โหลดภาพมากกว่าลูกค้าทวีปอื่นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างออกแบบผลงานเพื่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้ รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และมีนักกราฟิกที่ออกแบบตามความชอบส่วนตัวที่เป็นการออกแบบสไตล์เอเชีย ทำให้มียอดดาวน์โหลดจากลูกค้าทวีปเอเชียมากกว่าทวีปยุโรปและอเมริกา จำนวน 1 คน ตามลำดับ

ด้านการส่งภาพพบว่าไมโครสต็อกที่ช่างภาพและนักกราฟิกนิยมขายภาพคือ shutterstock เนื่องจากเป็นไมโครสต็อกที่เป็นผู้นำทางด้านการขายภาพออนไลน์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ก่อตั้งมามากกว่า 10 ปี ซึ่งจากการสำรวจของอุตสาหกรรมไมโครสต็อก shutterstock เป็นเว็บไซต์ที่มีปริมาณภาพมากที่สุด มีช่างภาพและนักออกแบบกราฟิกเวกเตอร์มากที่สุดและทำรายได้ให้ผู้ขายภาพมากที่สุด ส่วนช่องทางในการจำหน่ายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 7 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน 4-7 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน และขาย 3 ไมโครสต็อก จำนวน 5 คน โดยไมโครสต็อกที่ขายส่วนใหญ่จะเป็น shutterstock, istockphoto, fotolia, dreamstime ฯลฯ ตามลำดับ และมีนักกราฟิกส่วนน้อยเท่านั้นที่ขายภาพเวกเตอร์เพียงแค่ 3 ไมโครสต็อก ทั้งนี้ไมโครสต็อกหลักๆ ที่ขายก็ยังคงเป็น shutterstock, istockphoto และ fotolia

ด้านค่าตอบแทน พบว่ารูปแบบการจ่ายเงินและการเบิกเงินของ shutterstock เป็นระบบที่ทำความเข้าใจง่ายที่สุดและเบิกจ่ายง่ายเป็นระบบไม่ซับซ้อน ส่วนแบ่งที่ผู้ขายภาพได้รับค่อนข้างชัดเจน ส่วน istockphoto และ fotolia ระบบการเบิกจ่ายเข้าใจยากกว่า shutterstock และมีการเบิกจ่ายที่ซับซ้อนกว่า

ด้านการประเมินผล พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนจะมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่ได้จากเว็บอื่นประกอบด้วย เช่น เว็บไซต์ shutterstock จำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน ส่วนความซื่อสัตย์ต่อผลงานนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่นมากที่สุด จำนวน 8 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพรองลงมา จำนวน 4 คน ตามลำดับ

ด้านการบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน พบว่าการส่งภาพและจำนวนการส่งภาพเข้าระบบไมโครสต็อกของกลุ่มตัวอย่างมีการส่งภาพเวกเตอร์เข้าระบบรายสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน และส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 6 คน ส่วนการเป็นมืออาชีพนั้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความคงที่สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 6 คน และการศึกษาทฤษฎีของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 3 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 3 คน ตามลำดับ

4.1 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับมาก จำนวน 4 คน พบว่า ด้านการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย กลุ่มตัวอย่างมีการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขายจากเพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ และจากการทำงานประจำ จากนั้นจึงทำการหาข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ต มาก

ด้านการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ จากไมโครสต็อกที่ตนเองขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์อยู่โดยดูจากยอดดาวน์โหลดในแฟ้มสะสมผลงานของตนเองไมโครสต็อกไหนมียอดดาวน์โหลดสูงก็เน้นส่งที่ไมโครสต็อกนั้นๆ ส่วนไมโครสต็อกอื่นๆ ก็ยังคงส่งภาพอยู่แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าไมโครสต็อกหลักที่สร้างรายได้ให้กับตนเอง

ด้านการออกแบบกลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก มีวิธีค้นหาภาพที่ลูกค้าต้องการที่เหมือนกันคือ ดูจากยอดโหลดใน portfolio ของตนเองและทั้งหมดให้ความเห็นว่าพื้นที่ในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของตนเองอยู่ในทวีปอเมริกา ยุโรปเป็นหลัก ส่วนพื้นที่อื่นมียอดขายรองลงมา

ด้านการส่งภาพขาย กลุ่มตัวอย่างมีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่แตกต่างกันคือ ขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก จำนวน 2 คน และขายน้อยกว่า 5 ไมโครสต็อก 2 คน โดยไมโครสต็อกหลักที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock

ด้านการติดตามทิศทางการออกแบบ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดติดตามแนวโน้มและทิศทางการออกแบบ จากเว็บไซต์ pinterest behance shutterstock และสร้างความซื่อสัตย์ต่อผลงานที่แตกต่างกันคือ ไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่น จำนวน 3 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

และ ด้านการบริหารจัดการแบรนด์เพื่อความยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างมีวิธีและจำนวนภาพเวกเตอร์ที่ส่งขายออนไลน์แตกต่างกันคือ ส่งภาพเป็นสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพ/สัปดาห์ และส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ และสร้างความเป็นมืออาชีพด้วยการรักษาความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงานมากที่สุด จำนวน 3 คน และสร้างความเชื่อมั่นด้วยการศึกษาของไมโครสต็อกและทำตามไม่ผิดกฎ จำนวน 1 คน ตามลำดับ

4.2 กลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยพบว่า มีนักกราฟิกมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จระดับปานกลาง จำนวน 8 คน พบว่า ด้านการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขาย กลุ่มตัวอย่างมีการวิจัยและการวิเคราะห์แหล่งขายจาก เพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้แนะนำ จากนั้นจึงทำการหาข้อมูลและความรู้เพิ่มเติมในอินเทอร์เน็ตเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จระดับมาก เพียงแต่กลุ่มตัวอย่งนี้เริ่มขาย

ภาพเวกเตอร์ช้ากว่ากลุ่มประสบความสำเร็จระดับมาก ประกอบกับความคงที่สม่ำเสมอในการส่งผลงานเข้าระบบจึงทำให้รายได้ไม่สูงมากเหมือนกลุ่มที่ประสบความสำเร็จระดับมาก

ด้านการวิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย และตัดสินใจเลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ ส่วนมากไม่ได้วิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย ของไมโครสต็อกที่ตนเองขายมากเท่าใดนัก ส่วนมากจะเน้นขายหลายๆ ไมโครสต็อกเนื่องจากเชื่อว่ายิงส่งภาพเวกเตอร์ขายหลายไมโครสต็อกมากเท่าใดก็จะเป็นการสร้างโอกาสในการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ให้กับตนเองมากเท่านั้น ซึ่งแตกต่างกับนักกราฟิกที่ประสบความสำเร็จระดับมากที่เลือกขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์และให้ความสำคัญกับการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ในไมโครสต็อกที่สร้างรายได้หลักให้กับตนเองส่วนไมโครสต็อกที่ไม่ค่อยสร้างรายได้ก็ยังส่งภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์อยู่แต่ไม่ให้ความสำคัญมากเท่าใด

ด้านการออกแบบกลุ่มตัวอย่างมีวิธีค้นหาภาพที่ลูกค้าต้องการที่ต่างกันโดยส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะดูจากยอดโหลดใน portfolio ของตนเอง จำนวน 5 คน รองลงมาคือ ทำตามทิศทางการออกแบบจำนวน 2 คน และทำตามบุคคลที่ตนเองรู้จักที่ประสบความสำเร็จแล้วและมียอดโหลดสูง จำนวน 1 คน สำหรับพื้นที่การขายส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าลูกค้าที่ซื้อภาพออนไลน์ของตนเองส่วนใหญ่อยู่ในทวีปอเมริกา และยุโรป จำนวน 4 คน รองลงมาจะเน้นการออกแบบที่เป็นสากล สามารถขายได้ทั่วโลก จำนวน 3 คน และทวีปเอเชีย จำนวน 1 คน ตามลำดับ

ด้านการส่งภาพ กลุ่มตัวอย่างมีช่องทางการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ที่ต่างกัน คือขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์มากกว่า 5 ไมโครสต็อก มากที่สุด จำนวน 6 คน และขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์น้อยกว่า 5 จำนวน 2 คน ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีช่องทางการขายภาพออนไลน์ที่ต่างกัน แต่ไมโครสต็อกหลักๆ ที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มตัวอย่างคือ shutterstock นั่นเอง

ด้านการประเมินผลกลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ pinterest และมีกลุ่มตัวอย่างติดตามแนวโน้มการออกแบบจากเว็บไซต์ shutterstock ประกอบจำนวน 4 คน และ เว็บไซต์ behance จำนวน 4 คน ซึ่งมีวิธีการสร้างความซื่อสัตย์ต่อผลงานที่ต่างกันคือ ไม่คัดลอกหรือดราฟท์ (draft) งานคนอื่น จำนวน 5 คน และสร้างผลงานที่มีคุณภาพจำนวน 3 คน ตามลำดับ

ด้านการบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างส่งภาพเป็นสัปดาห์ ประมาณ 3-10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 3 คน และอีกกลุ่มหนึ่งส่งมากกว่า 10 ภาพต่อสัปดาห์ จำนวน 5 คน สำหรับการเป็นมืออาชีพนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสำคัญกับความคงที่ สม่ำเสมอในการส่งงาน จำนวน 4 คน การสร้างงานและรักษาคุณภาพของผลงาน จำนวน 2 คน และ การศึกษากฎของไมโครสต็อกและทำตามไม่ทำผิดกฎ จำนวน 2 คน ตามลำดับ

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย เรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์



1. เพศ : เพศชาย 10 คน/เพศหญิง 2 คน
2. อายุ ณ วันที่สัมภาษณ์ : สูงสุด 42 ปี/ต่ำสุด 25 ปี/อายุเฉลี่ย 34 ปี
3. ระดับการศึกษา : ป.ตรี 10 คน/ป.โท 2 คน
4. สาขาวิชาที่จบการศึกษา : เกี่ยวข้องกับการออกแบบ 7 คน/ไม่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ 5 คน/
5. อาชีพ (หลัก) : ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ 7 คน/กราฟิกดีไซน์เนอร์ 3 คน/อาชีพอื่นๆ 2 คน
6. รายได้ : สูงสุด 60,000 บาทต่อเดือน/ต่ำสุด 10,000 บาทต่อเดือน/เฉลี่ย 16,283.47 บาทต่อเดือน
7. ประสบการณ์การขาย : มากที่สุด 8 ปี/น้อยที่สุด 3 ปี/เฉลี่ย 6 ปี
8. จำนวนไมโครสต็อกที่ขาย : มากที่สุด 8 ไมโครสต็อก/น้อยที่สุด 3 ไมโครสต็อก/ไมโครสต็อกหลัก shutterstock, istock, fotolia

ตอนที่ 2 การสร้างอัตลักษณ์ของนักกราฟิก

1. การค้นหาตัวตน
 - 1.1 ลักษณะพิเศษที่โดดเด่น : ชอบ ใจรัก/มีพื้นฐาน/ถนัดรูปเป็น/คุ้นเคยกับงาน Vector
 - 1.2 ความต้องการและเป้าหมายในชีวิต : อาชีพอิสระ/รายได้/แนวทางการออกแบบ
 - 1.3 แรงบันดาลใจ/แรงบันดาลใจ : ครอบครัวยุคใหม่/เป้าหมายในชีวิต
2. การสร้างผลงานที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง
 - 2.1 แนวภาพที่ชอบ (ความเป็นตัวตน) : การดู/ทิวทัศน์/งานออกแบบทั่วไป
 - 2.2 ตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ : pinterest/dribbble/shutterstock
 - 2.3 ผลงานที่มีลักษณะเฉพาะตน : การเป็นต้นคิด/ความแปลก แตกต่าง/ความงาม ความง่าย/ประโยชน์/ความซับซ้อน/ความสง่างาม/ติดตาม trend/ความต้องการของลูกค้า
3. การสร้างการยอมรับ
 - 3.1 การรับรู้ : เริ่มขายภาพ/นำเสนอผลงาน
 - 3.2 การสร้างความสนใจ : การสื่อสารที่ชัดเจน/คุณภาพของผลงาน/สี/เส้น/ไอเดีย
 - 3.3 การสร้างความเชื่อมั่น : ส่งงานสม่ำเสมอ
 - 3.4 การยอมรับ : พัฒนาตนเอง/พัฒนาผลงาน
4. การรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล :
 - ส่งงานเข้าระบบอย่างต่อเนื่อง/รักษาคุณภาพ/เผยแพร่ความรู้สู่สังคม

ตอนที่ 3 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมาย



1. เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์
 - 1.1 อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการออกแบบ : Macbook/ PC
 - 1.2 อุปกรณ์เสริม :เมาส์ปากกา/สมุดสเก็ตซ์/โทรศัพท์มือถือ
 - 1.3 โปรแกรมที่ใช้ออกแบบ : Illustrator
 - 1.4 เทคนิคการออกแบบ : จัดตัด 9 ช่อง/ตัวการ์ตูนเป็นจัดเต็ม/องค์ประกอบภาพ
 - 1.5 แหล่งเรียนรู้ : ความรู้จากป.ตรี/Youtube/ group facebook/web blogger/ประสบการณ์จริง
2. การสื่อความหมาย
 - 2.1 การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมาย : เส้นและความหมาย/สีและความหมาย/ keyword ของภาพ
 - 2.2 เทคนิคในการสื่อความหมาย : เส้นเส้นตรง เส้นโค้งมน ไม่ตัดขอบ/คุมโทนสี สีโทนเย็น ใช้สีสื่อความหมาย/วาง concept จาก keyword
 - 2.3 เทรนการออกแบบแต่ละปีและเทรนความต้องการซื้อของผู้ซื้อ : shutterstock/pinterest/behance
 - 2.4 การแปลความหมายของลูกค้า : อเมริกา/ยุโรป/เอเชีย

ตอนที่ 4 เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ผ่านไมโครสต็อก



1. วิจัย/วิเคราะห์แหล่งขาย : คนรู้จัก/อ่านหนังสือ/เคยเป็นผู้ซื้อภาพ
2. วิเคราะห์ข้อดี/ข้อด้อยตัดสินใจเลือก : อินเทอร์เน็ต/อ่านหนังสือ/เพื่อน,คนรู้จัก
3. การออกแบบ
 - 3.1 ภาพที่ลูกค้าต้องการ : ดูใน port ตนเอง/ทำตาม trend/ทำตามเพื่อน
 - 3.2 โทนการขาย : อเมริกา/ยุโรป/เอเชีย
4. การส่งภาพ
 - 4.1 วิธีการส่งภาพขายออนไลน์ : ส่งสต็อกหลัก
5. การประชาสัมพันธ์/การจำหน่าย
 - 5.1 ช่องทาง : 3-8 ไมโครสต็อก
 - 5.2 ช่องทางการสื่อสาร : เว็บไซต์ microstock ประชาสัมพันธ์/pinterest/เพจ facebook
6. ค่าตอบแทน
 - 6.1 การจ่ายเงิน/ส่วนแบ่ง : ตามกำหนดของสต็อก
 - 6.2 วิธีการเบิกเงิน : จ่ายเงินอัตโนมัติ/เบิกเอง
7. การประเมินผล
 - 7.1 การติดตาม trend : shutterstock/pinterest
 - 7.2 ความซื่อสัตย์ต่อผลงาน : ไม่คัดลอกงาน
8. การบริหารแบรนด์เพื่อความยั่งยืน
 - 8.1 การส่งภาพและจำนวน : รายสัปดาห์/3-7 ภาพต่อสัปดาห์
 - 8.2 การเป็นมืออาชีพ : ความคงที่สม่ำเสมอ/ศึกษากฎ/ผลงานที่มีคุณภาพ

ภาพที่ 75 แผนผังสรุปการวิจัย

3. ประชาชนทั่วไปที่สนใจขายภาพเวกเตอร์ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวออนไลน์สามารถนำเอาองค์ความรู้และแนวคิดหลักคิดหลักปฏิบัติในค้นหาอัตลักษณ์การออกแบบภาพเวกเตอร์ของนักกราฟิกมืออาชีพใช้เป็นแรงบันดาลใจในการค้นหาอัตลักษณ์ของตนเอง และตัดสินใจเริ่มต้นขายภาพเวกเตอร์ ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหวออนไลน์

4. สำนักพิมพ์ สามารถนำผลงานวิจัยด้านการค้นหาอัตลักษณ์ของนักกราฟิกมืออาชีพ ซึ่งไม่ค่อยมีวางจำหน่ายในร้านหนังสือไปจัดทำเป็นตำราวิชาการ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านการออกแบบภาพเวกเตอร์ไปสู่ผู้ที่สนใจขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะด้านเทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายในการออกแบบภาพเวกเตอร์

จากการวิจัยการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพเกี่ยวกับเทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายในการออกแบบภาพเวกเตอร์ของนักกราฟิก จำนวน 12 คน พบว่า อุปกรณ์ โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบ และอุปกรณ์เสริมที่ใช้ในการออกแบบของนักกราฟิกไม่ต่างกันมากนัก จะต่างกันที่เทคนิคการออกแบบการสื่อความหมาย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ และเป็นสิ่งที่ทั้งนักกราฟิก บุคคลทั่วไปที่สนใจ รวมถึงนักศึกษาที่ศึกษาด้านการออกแบบภาพเวกเตอร์ยังขาดความรู้ความเข้าใจ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. นักกราฟิกทั่วไป สามารถนำเอาองค์ความรู้และผลึกความคิดของนักกราฟิกมืออาชีพที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ ในการจัดองค์ประกอบของการออกแบบตามหลักการออกแบบต่างๆ เช่น ความสมดุล ช่างเหมือนกันทั้งซ้ายขวาเหมือนกัน การเน้นให้เกิดจุดเด่นหรือจุดที่สนใจ เอกภาพ ความกลมกลืน จังหวะ กฎ 3 ส่วน และจุดตัด 9 ช่อง เป็นต้น เพื่อพัฒนาเทคนิคการออกแบบของตนเอง รวมไปถึงการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย โดยมีการคิด keyword ของภาพก่อนการออกแบบจากนั้นจึงวาง concept และใช้เส้นและสีเข้ามาช่วยในการสื่อความหมาย

2. นักศึกษาที่ศึกษาด้านการออกแบบภาพเวกเตอร์ สามารถนำองค์ความรู้และผลึกความคิดของนักกราฟิกมืออาชีพไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ ด้วยการศึกษาเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเช่นเดียวกับ ข้อ 2.1

3. บุคคลทั่วไปที่สนใจ สามารถนำแนวคิดและเทคนิคไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเทคนิคของตนเอง และเพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้นควรศึกษาเพิ่มเติมจากแหล่งต่างๆ อาทิ หนังสือ เว็บไซต์ หรือผู้ที่มีความรู้ประกอบกับการศึกษาจากผลการวิจัย

4. นักศึกษาที่ศึกษาด้านการออกแบบภาพเวกเตอร์ควรนำแนวคิดการประยุกต์ใช้ทฤษฎีของนักกราฟิกมืออาชีพ ไปเป็นแนวทางในงานออกแบบของตนเอง

5. สำนักพิมพ์ สามารถนำผลงานวิจัยด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ ซึ่งมีวางจำหน่ายในร้านหนังสือน้อยมากไปจัดทำเป็นตำราวิชาการ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านเทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์

3. ข้อเสนอแนะด้านเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

จากการวิจัยการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพเกี่ยวกับเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของนักกราฟิก จำนวน 12 คน พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์นั้นคือ การสนองความต้องการของลูกค้า ความสะดวกสบาย การพอใจในต้นทุนหรือราคาของผู้ขาย การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของนักกราฟิก การสอดคล้องกับวัฒนธรรมการขาย ความคงที่สม่ำเสมอในการส่งผลงาน และการเปลี่ยนแปลงความก้าวหน้า ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะแก่นักกราฟิกที่ขายภาพออนไลน์และประชาชนทั่วไปที่สนใจด้านการขายภาพเวกเตอร์ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวออนไลน์ ดังนี้

1. นักกราฟิกที่ขายภาพออนไลน์ต้องวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าก่อนการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ว่า กลุ่มลูกค้าเป็นใคร ภาพแบบไหนที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งสามารถดูจากภาพที่มียอดดาวน์โหลดสูงใน shutterstock และภาพที่มียอดดาวน์โหลดสูงใน portfolio ของตนเองประกอบกัน และควรติดตามแนวโน้มและทิศทางในการออกแบบอย่างสม่ำเสมอเพราะแต่ละปีทิศทางในการออกแบบจะแตกต่างกันออกไป หากยังออกแบบภาพเดิมๆ จะทำให้ภาพไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2. นักศึกษาที่ศึกษาด้านการออกแบบภาพเวกเตอร์ ที่สนใจขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ ควรศึกษาเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ผ่านไมโครสต็อกจากผลการวิจัยและใช้เป็นแนวทางในการสมัคร การสอบ ขายภาพออนไลน์ของตนเอง เพื่อสร้างรายได้เสริมระหว่างเรียนให้กับตนเอง

3. ประชาชนทั่วไปที่สนใจด้านการขายภาพเวกเตอร์ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวออนไลน์ ควรศึกษากฎเกณฑ์ในการส่งภาพเพื่อขายออนไลน์ของแต่ละไมโครสต็อกอย่างครบถ้วนและทำตามกฎอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ภาพที่ส่งไปนั้นผ่านการตรวจของแต่ละไมโครสต็อกรวมไปถึงไมโดนปิด portfolio เมื่อทำผิดกฎของไมโครสต็อก

4. สำนักพิมพ์ สามารถนำผลงานวิจัยด้านเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ผ่านไมโครสต็อก ซึ่งมีวางจำหน่ายในร้านหนังสือน้อยมากไปจัดทำเป็นตำราวิชาการ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้านเทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ผ่านไมโครสต็อกไปสู่ผู้สนใจในการขายภาพเวกเตอร์ ภาพนิ่ง รวมไปถึงภาพเคลื่อนไหว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล

1. การนัดหมายกลุ่มตัวอย่าง จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในครั้งนี้ ใช้ระยะเวลานาน ดังนั้น การนัดหมายกลุ่มตัวอย่างล่วงหน้าจะต้องวางแผนให้ดี ผู้วิจัยควรนัดหมายเพื่อการสัมภาษณ์เพียงวันละ 1 คน นอกจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน อาจนัดสัมภาษณ์วันละ 2 คน โดยแบ่งตารางเวลาในการสัมภาษณ์ให้ชัดเจน

2. ควรศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องให้เป็นอย่างดีก่อนและควรพูดคุยทำความเข้าใจกับกลุ่มตัวอย่าง ก่อนการเก็บข้อมูลจริงเพื่อสร้างความเชื่อใจและให้ข้อมูลที่ แท้จริง และนำเอาประเด็นสำคัญต่างๆ ที่ได้พูดคุยก่อนการเก็บข้อมูลมาถามย้ำ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ถ้าเป็นไปได้ควรเก็บข้อมูลซ้ำหลายๆ ครั้ง เพื่อความเที่ยงของข้อมูล

3. ระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นควรตั้งสติให้ดี เจาะลึกทุกประเด็นและเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนสมบูรณ์ ช่วงเวลาที่ควรเก็บข้อมูลคือช่วงเวลาที่ว่างจากการทำงานเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

4. อุปกรณ์สำหรับใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ เครื่องบันทึกเสียง ควรมีสารองไว้ เช่น เครื่องอัดเสียง ควรมี 1 เครื่อง และใช้โทรศัพท์มือถือช่วยในการอัดเสียงอีก 1 เครื่อง เพราะถ้ามีปัญหาเช่นบันทึกไม่ติด หรือเครื่องเสีย ก็ยังมีข้อมูลสำรองอีก 1 เครื่อง เพราะถ้าข้อมูลสูญหายหรือไม่สามารถใช้งานได้ การไปเก็บใหม่อาจไม่ได้ข้อมูลที่เหมือนเดิม และอาจจะไม่ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับตัวแปรที่ควรศึกษา

ตัวแปรที่ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพซึ่งเป็นงานวิจัยที่เป็นจุดเริ่มต้นของการวิจัย ผู้วิจัยอาจมีการศึกษาซ้ำใหม่โดยเปลี่ยนประเภทของภาพเวกเตอร์ เช่น ภาพเวกเตอร์ประเภทพื้นหลังและลวดลาย ภาพเวกเตอร์ประเภทเทคโนโลยี ภาพเวกเตอร์ประเภทเทศกาลวันสำคัญ และภาพเวกเตอร์ประเภทกีฬา เป็นต้น หรืออาจเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างเป็นชาวต่างชาติซึ่งเป็นผู้ที่ออกแบบและขายภาพออนไลน์ก่อนนักกราฟิกชาวไทย ซึ่งจะมียอดความรู้ ประสบการณ์ การค้นหาและการสร้างอัตลักษณ์ที่ลึกซึ้งกว่านักกราฟิกชาวไทย หรือศึกษาเพิ่มเติมด้านผู้ซื้อภาพเวกเตอร์ออนไลน์ควบคู่ไปด้วย

3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องที่เราควรทำวิจัย

งานวิจัยที่ควรศึกษาเพิ่มเติมผู้วิจัยอาจนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอดโดยการนำองค์ความรู้การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์เพื่อขายออนไลน์ไปใช้ในการวิจัยครั้งต่อไป เช่น การถ่ายภาพนิ่งเพื่อขายออนไลน์ หรือการถ่ายภาพเคลื่อนไหวเพื่อขายออนไลน์ซึ่งเป็นงานที่สร้างยอดขายให้กับผู้ขายภาพออนไลน์ได้พอสมควรไม่ต่างจากการขายภาพเวกเตอร์ ประกอบกับการขายภาพออนไลน์ประเภทภาพถ่ายมีจำนวนของนักถ่ายภาพมาก การสร้างอัตลักษณ์ในการถ่ายภาพยังเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับนักถ่ายภาพมืออาชีพที่ขายภาพออนไลน์



บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. 2547. การสื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: เอดิสันเพรสโปรดักส์.
- เกรียงไกร สุขสัมฤทธิ์. 2549. การผลิตวัสดุกราฟิก. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://kriangkrai2533.blogspot.com/> (10 พฤศจิกายน 2558).
- คณศวร์ ไชยนาพงศ์. 2554. สมักรเว็บไหนก่อนดี. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://goo.gl/zXQmHP> (23 ธันวาคม 2559).
- _____. 2557. เคล็ดลับที่ทำให้ขายดี. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.paperboxstockphoto.com/?p=677> (10 กันยายน 2558).
- ชวนะ ภวานันท์. 2549. จริตมาร์เก็ตติ้ง: อาวุธลับ SMEs. กรุงเทพฯ: เจเอ็มที พับลิชชิง.
- ณรงค์ศักดิ์ พุกษ์พงศ์พันธ์. 2550. แนวสร้างสรรค์งานกราฟิก. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.l3nr.org/posts/86883> (10 พฤศจิกายน 2558).
- ณัฐพงษ์ หมั่นหลี่. 2556. การสร้างอัตลักษณ์ในการถ่ายภาพดิจิทัลเชิงวารสารศาสตร์เหตุการณ์ขายแดนใต้ของช่างถ่ายภาพมืออาชีพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ณัฐศา สุทธิธาดา. 2559. Online Marketing. กรุงเทพฯ: วิดีตี้ กรู๊ป.
- ธนา ยะนันโต. 2550. การออกแบบกราฟิก (Graphic Design). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.l3nr.org/posts/92622> (10 พฤศจิกายน 2558).
- ธานี ภู่นพคุณ. 2550. ส่วนประกอบของการออกแบบ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/155330> (10 พฤศจิกายน 2558).
- บุริม โอทกานนท์. 2552. 4C's การตลาดปฎิวัติ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/245074> (15 มิถุนายน 2561).
- พรจิรา คงวิโรจน์. 2555. หลักการของกราฟิกแบบ Vector. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://sites.google.com/site/ferlary555/kar-peid-kheruxng-khxmphiwtextx> (10 พฤศจิกายน 2558).
- เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์. 2555. ความคิดสร้างสรรค์มีใช้พรสวรรค์ แต่ฝึกฝนได้. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.novabizz.com/NovaAce/Intelligence/Creative_Thinking.htm (15 มิถุนายน 2561).

มหาวิทยาลัยนเรศวร คณะศึกษาศาสตร์. 2552. ความหมายของกราฟิกและการออกแบบ.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.edu.nu.ac.th/wbi/355541/lesson_1.htm
(10 พฤศจิกายน 2558).

มาด้า. 2547. อาชีพ และความเป็น มืออาชีพ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

www.academyofmagical.com/content/21 (10 กันยายน 2558).

มาร์เก็ตเพลส. 2554. ผ่านสูตรลับ Personal Branding คนสองดวง. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.dpu.ac.th/laic/page.php?id=8310> (15 กันยายน 2558).

รัชพล ยรรยงค์เดชา. 2557. รายด้วย...ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

_____. 2559. เหตุผลที่ ขายภาพเวกเตอร์ แล้วความนิยมน้อย มีอะไรบ้าง. [ระบบ
ออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.khunponggraphic.com/reason-vector-low-sale/>
(20 มิถุนายน 2561).

ราชบัณฑิตยสถาน. 2558. อัตลักษณ์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://rirs3.royin.go.th/coinages/webcoinage.php> (10 กันยายน 2558).

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. 2548. การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

_____. 2552ก. Brand ส่วนบุคคล Personal Brand. เชียงใหม่: คณะสารสนเทศและ
การสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

_____. 2552ข. พื้นฐานการออกแบบสื่อ (สิ่งที่ต้องทำและนำมาผสมผสาน).
เชียงใหม่: คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

_____. 2556ก. Digital Communication การสื่อสารดิจิทัล. เชียงใหม่: คณะ
สารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

_____. 2556ข. การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์. เชียงใหม่: คณะสารสนเทศและ
การสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

_____. 2557. สรุปทฤษฎีการสื่อสาร. เชียงใหม่: คณะสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วิกิพีเดีย. 2558. ภาพกราฟิกส์เวกเตอร์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา th.wikipedia.org/wiki/ภาพกราฟิกส์เวกเตอร์
(10 พฤศจิกายน 2558).

ศุภลักษณ์ เล้าแก้ว. 2557. แนวคิดในการสร้างงานกราฟิก. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

goo.gl/TMV3UN (15 มิถุนายน 2561)।

สงวน สุทธิเลิศอรุณ. 2532. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยครูสวนสุนันทา สหวิทยาลัย
รัตนโกสินทร์.

- สุจรรยา โชติช่วง. 2554. การศึกษาสภาพการพัฒนาลักษณะและเอกลักษณ์ของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 1. พิษณุโลก: คณะ
ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุระ นวลประดิษฐ์. 2553. **แะ!!...รวยทะเลเลนส์ถ่ายภาพขายออนไลน์ธุรกิจสร้างเงินล้าน.**
กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- _____. 2555. **digitalphotoclassroom.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
www.digitalphotoclassroom.net/ (15 กันยายน 2558).
- สุดปฐพี เวียงสี. 2557. **5 กลยุทธ์การสร้างแบรนด์.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<https://www.gotoknow.org/posts/579215/> (20 ตุลาคม 2560).
- เสริมยศ ธรรมรักษ์. 2554. การสร้างแบรนด์บุคคล: ปั่นคนให้เป็นแบรนด์. *วารสารนักบริหาร*,
31(1), 106-116.
- _____. 2554. การสร้างแบรนด์บุคคล: ปั่นคนให้เป็นแบรนด์. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา [http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/
jan_mar_11/pdf/aw15.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw15.pdf) (10 พฤศจิกายน 2558).
- อนุสรณ์ วิจารณ์ปรีชา. 2555. การสร้างอัตลักษณ์ในการถ่ายภาพทิวทัศน์ด้วยกล้องดิจิทัลของนัก
ถ่ายภาพมืออาชีพ. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.*
- อารี พันธมณี. 2545. **ฝึกให้คิดเป็น คิดให้สร้างสรรค์.** กรุงเทพฯ: ไยไหม.
- อุทัยวรรณ ประสงค์เงิน. 2557. ปัจจัยด้านการออกแบบกราฟิกที่มีผลต่อการดึงดูดและสื่อสารที่
เข้าใจ: กรณีศึกษาผ่านภาพที่สื่อสารด้านวิชาการ. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระ
นคร*, 7(1), 79-89.
- Agrias Oaks. 2558. **ลิขสิทธิ์รูป เรื่องที่คนทำเว็บไซต์ทุกคนต้องรู้ ก่อนโดนฟ้องหลายแสน!**
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.designil.com/image-photo-license-
101.html](http://www.designil.com/image-photo-license-101.html) (25 ตุลาคม 2558).
- Alvarez del Blanco, Roberto. 2010. **Personal Brands manage your life with talent
and turn it into a unique experience.** Great Britain: Palgrave Macmillan.
- Articles Graphic ThaiGraphic. 2555. **กราฟฟิกคืออะไร เรามีคำตอบ.** [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://iamthaigraphic.blogspot.com/2012/07/graphic-2-1.html>
(10 พฤศจิกายน 2558).
- Fill, Chris. 2002. **Marketing Communications.** Pennsylvania: Prentice Hall.

- Hmeeketing. 2558. **4 การเปลี่ยนแปลงกับอนาคตของ Brand.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.hmeeketing.xyz/4-changes-and-future-of-brand/> (15 มิถุนายน 2561).
- Jobsdb. 2552. **การตลาดแนวคิดใหม่ ด้วยกลยุทธ์ 4C's.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา th.jobsdb.com/th-th/articles/การตลาดแนวคิดใหม่ (15 มิถุนายน 2561).
- Kaofang38. 2554. **หลักการทำงานของภาพกราฟิกแบบ Raster & Vector.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://graphicdesigh-405g5.blogspot.com/2011/10/raster-vector.html> (10 พฤศจิกายน 2558).
- Modal. 2554. **ความต้องการของผู้บริโภค Consumer Needs.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://marketingthai.blogspot.com/2011/09/consumer-needs.html> (15 มิถุนายน 2561).
- Nota-studio. 2558. **งานกราฟิก มีความสัมพันธ์กับการออกแบบ.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.nota-studio.com/> (10 พฤศจิกายน 2558).
- Pijitra Suppasawatgul. 2560. **วัฒนธรรมการขาย.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://thematter.co/thinkers/j-pop-k-pop-soft-power/26868> (15 มิถุนายน 2561).
- Porschkub. 2554. **สื่อดิจิทัลคืออะไร.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://porschkub.exteen.com/20110818/entry> (25 ตุลาคม 2558).
- Pramote Patana. 2557. **แนวคิดในการออกแบบ (Conceptual design).** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://fdesignbasis.blogspot.com/2014/04/fdesignbasis-4-conceptual-design.html> (4 ธันวาคม 2558).
- Sasi tanadeerojkul. 2558. **ความสม่ำเสมอคือหัวใจของการตลาดสำหรับนักวาด.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.illustcourse.com/2015/02/10/consistency-is-key/> (15 มิถุนายน 2561).
- Shutterstock. 2557. **คู่มือความสำเร็จสำหรับช่างภาพ.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://dit.dru.ac.th/home/004/classicweb/for_member/filekm/photoguid.pdf (10 พฤศจิกายน 2558).
- StockPhotoThailand. 2553. [ระบบออนไลน์]. **ปฐมบทของการขายภาพออนไลน์ ตอนที่ 1.** แหล่งที่มา <http://www.stockphotothailand.com/index.php?start=20> (10 กันยายน 2558).

- Siravutxp. 2556. ลิขสิทธิ์ภาพถ่าย จะใช้อย่างไรให้ถูกต้อง. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.bakerymedia.com/ลิขสิทธิ์ภาพถ่าย-จะใช้ (10 กันยายน 2558).
- Stock photo Thailand. 2553. ปัญหาถ่ายภาพขายออนไลน์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.stockphotothailand.com/> (10 กันยายน 2558).
- Trick of the Trade. 2559. ทำไมคนทำธุรกิจต้องรู้เรื่องเทรนด์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.facebook.com/trickofthetrade/posts/1381540091879308> (20 มิถุนายน 2561).
- Ying, Chen She. 2555. การสร้างอัตลักษณ์การถ่ายภาพดิจิทัลสารคดีท่องเที่ยวของนักถ่ายภาพมืออาชีพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

ประเด็นคำถามในแบบสัมภาษณ์

การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ

คำชี้แจง

1. งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาสาขาการสื่อสารดิจิทัล คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ของนักกราฟิกมืออาชีพ

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือ ในการสัมภาษณ์ตามความเป็นจริงและผู้วิจัยขอรับรองว่า ข้อมูลที่ได้จะเป็นความลับ ซึ่งจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อตัวท่าน และข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น

2. แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

ตอนที่ 2 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

ตอนที่ 3 เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล
2. วัน เดือน ปีเกิด
3. ระดับการศึกษา (คณะ/ สาขา/ ปีที่จบ)
4. การประกอบอาชีพหลัก/รอง (ถ้ามี)
5. รายได้จากการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์
6. ประสบการณ์ในการออกแบบเวกเตอร์ขายออนไลน์
7. ไมโครสต็อกที่ขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์

ตอนที่ 1 การสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมีอาชีพ การค้นหาดัชนี (brand position)

- ท่านก้าวเข้าสู่การออกแบบเวกเตอร์ขายออนไลน์ได้อย่างไร เมื่อไหร่
- เรียนรู้การออกแบบเวกเตอร์ขายออนไลน์จากที่ไหน ใช้เวลานานแค่ไหนในการศึกษา
- ความต้องการและเป้าหมายในชีวิตของท่านคืออะไร
- ทำไมท่านถึงออกแบบเวกเตอร์ขายออนไลน์ ใคร/อะไรเป็นแรงบันดาลใจที่ทำให้ท่านเริ่มออกแบบเวกเตอร์ขายออนไลน์
- ยอดขายประมาณกี่เหรียญต่อเดือน

การสร้างผลงานที่มีบุคลิกของตนเอง (brand awareness)

- มีแนวทางที่ชื่นชอบคือแนวไหน ทำไมถึงเป็นแนวนั้น
- มีการวางแผนก่อนการออกแบบหรือไม่อย่างไร
- มีตัวอย่างด้านความคิดสร้างสรรค์ หรือมุมมองการออกแบบใหม่ๆ จากแหล่งไหน ทำไมถึงเป็นแหล่งนั้น

การสร้างการยอมรับ (brand preference)

- มีแนวคิดวิธีการสร้างการยอมรับให้กับผลงานของท่านอย่างไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น
- มีการพัฒนาเทคนิค แนวคิด การสร้างผลงานจากสื่อไหน อย่างไร

การพิจารณา (brand consideration)

- ตัวเลือกในการตัดสินใจในผลงานสำหรับลูกค้าคืออะไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น

การทดลองใช้ (brand trial)

- คิดว่าอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อภาพของเรา (โหลดครั้งแรกของลูกค้า) ทำให้ถึงเป็นเช่นนั้น

การรักษาอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (brand loyalty)

- มีวิธีการรักษาคุณภาพและเผยแพร่ผลงานอย่างไร ทำให้ถึงเป็นเช่นนั้น
- มีวิธีเผยแพร่องค์ความรู้สู่สังคมหรือไม่อย่างไร

ตอนที่ 2 เทคนิคการออกแบบและการสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของนักกราฟิกมืออาชีพ

เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์

1. อุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบ

- ใช้อุปกรณ์อะไรในการออกแบบ (Mac, PC, notebook ฯลฯ)
- โปรแกรมที่ใช้ในการออกแบบคือโปรแกรมอะไร ทำให้ถึงใช้โปรแกรมนี้นี้ ใช้นานแค่ไหน

ราคาเท่าไร

- อุปกรณ์ที่ใช้เสริมในการออกแบบคืออะไร ทำให้ถึงใช้อุปกรณ์นี้

2. เทคนิคการออกแบบภาพเวกเตอร์

- ในการออกแบบภาพเวกเตอร์มีการจัดองค์ประกอบอย่างไร มีแนวคิดหรือทฤษฎีสนับสนุนหรือไม่

- มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในการออกแบบหรือไม่ อย่างไร
- แหล่งเรียนรู้ที่ใช้เรียนรู้เทคนิคการออกแบบคือแหล่งไหน เรียนรู้บ่อยแค่ไหน

การสื่อความหมาย

1. การใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมาย

- มีหลักคิดและหลักปฏิบัติอย่างไร ในการออกแบบภาพเวกเตอร์ขายออนไลน์ประเภท

ธุรกิจ

- มุมมองที่คิดไว้ในใจก่อนการออกแบบคืออะไร ทำให้ถึงเป็นเช่นนั้น ใช้เวลาคิดนานแค่ไหน
- มีการถ่ายทอดอารมณ์ เรื่องราว และความคิดสร้างสรรค์อย่างไร

2. เทคนิคในการสื่อความหมาย

- ภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจของท่านมีการสื่อความหมายในลักษณะไหน ท่านมีเทคนิคในการสื่อความหมายของภาพเวกเตอร์อย่างไร อะไรเป็นสิ่งที่แตกต่างจากนักออกแบบคนอื่น
- ลักษณะในการสื่อความหมาย (เส้น สี รูปทรง) ของท่านเป็นอย่างไร ช่วยอธิบาย

ตอนที่ 3 เทคนิคการขายภาพเวกเตอร์ประเภทธุรกิจผ่านไมโครสต็อกของนักกราฟิกมืออาชีพ

การสนองความต้องการ

- ลูกค้าที่ซื้อภาพเวกเตอร์ออนไลน์ของท่านคือลูกค้ากลุ่มไหน และคิดว่าลูกค้าซื้อไปทำอะไร
- ภาพที่ลูกค้าต้องการคือภาพแบบไหน ทำไมถึงคิดว่าเป็นเช่นนั้น

ความสะดวก

- ช่องทางในการขายภาพมีกี่เว็บไซต์ (ไมโครสต็อก) ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น
- ไมโครสต็อกที่ทำรายได้หลักให้กับนักกราฟิกคือไมโครสต็อกไหน แนวภาพขายดีของแต่ละไมโครสต็อกเป็นอย่างไร (เรียงตามลำดับ 3 อันดับ)
- ขายภาพผ่านไมโครสต็อกไหนบ้าง

พอใจราคาหรือต้นทุน

- อุปกรณ์ที่ท่านใช้ทั้งอุปกรณ์หลักและอุปกรณ์เสริมรวมราคาแล้วเท่าไร
- โปรแกรมที่ใช้คือโปรแกรมอะไรบ้าง ราคาเท่าไร
- รายได้ที่ได้จากการขายภาพเวกเตอร์ออนไลน์ต่อเดือนประมาณเท่าไร และท่านพอใจกับต้นทุนและผลตอบแทนในการขายภาพเวกเตอร์มากน้อยแค่ไหน

การสื่อสารประชาสัมพันธ์

- มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลงานของตนเองหรือไม่ ผ่านช่องทางไหน

ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการออกแบบ

- แนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของท่านคืออะไร มีแนวคิดอย่างไรให้ผลงานตรงใจลูกค้า

สอดคล้องกับวัฒนธรรมหรือการขาย

- ทราบหรือไม่ว่าภาพเวกเตอร์ของท่านส่วนมากจะขายให้กับลูกค้าประเทศ หรือโซนไหน อย่างไร และทำไมถึงเป็นกลุ่มลูกค้าั้นๆ
- คิดว่าโทนสีที่ท่านใช้ในการออกแบบสอดคล้องกับวัฒนธรรมการออกแบบของพื้นที่นั้นๆ หรือไม่

ความคงที่ สม่ำเสมอ

- การส่งภาพและจำนวนภาพเวกเตอร์ที่ส่งขายออนไลน์ (ต่อวัน ต่อสัปดาห์) เป็นอย่างไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น
- มีวิธีการสร้างความเป็นมืออาชีพให้กับตนเองอย่างไร
- การสร้างความซื่อสัตย์ต่อผลงานตนเองของท่านคืออะไร ช่วยอธิบาย

การเปลี่ยนแปลง ก้าวหน้า

- มุมมองที่แตกต่างในการออกแบบของท่านคืออะไร ทำไมถึงเป็นเช่นนั้นช่วยอธิบาย
- มีการติดตาม trend การออกแบบจากแหล่งไหน อย่างไร

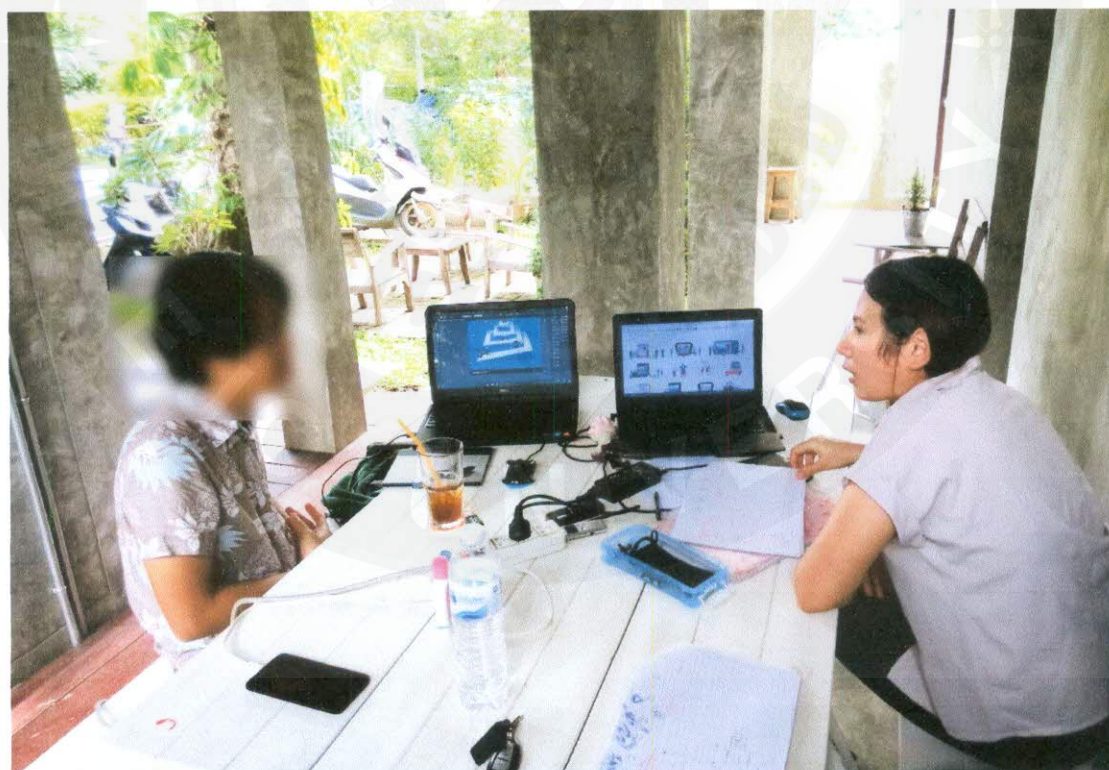


ภาคผนวก ข

ภาพบรรยากาศการเก็บข้อมูลในการวิจัย



ภาพผนวกที่ 1 ภาพบรรยากาศการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง



ภาพผนวกที่ 1 (ต่อ)



ภาพผนวกที่ 1 (ต่อ)



ภาคผนวก ค

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวปิยาพัชร เดชบุญ
เกิดเมื่อ	18 กุมภาพันธ์ 2532
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2553 ปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
ผลงานวิจัย :	พ.ศ. 2549 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวังเหนือวิทยา จังหวัดลำปาง พ.ศ. 2561 โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานสัปดาห์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ปี 2561, (ผู้ร่วมวิจัย) พ.ศ. 2561 โครงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านการรับฟังความคิดเห็นทั่วไปจากผู้ให้บริการและผู้รับบริการในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติเขต 1 (ปีพ.ศ. 2560-2561), (ผู้ร่วมวิจัยและเลขานุการ) พ.ศ. 2561 โครงการพัฒนาตัวบ่งชี้ระดับสังคมและข้อเสนอเชิงนโยบายในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล เพื่อการปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชน, (ผู้ช่วยนักวิจัย) พ.ศ. 2561 โครงการ “แนวทางการเสริมสร้างทักษะด้านการสื่อสารและเผยแพร่งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน”, (ผู้ร่วมวิจัย) พ.ศ. 2558 โครงการสร้างความเข้าใจ และการศึกษาผลกระทบเกี่ยวกับการยุติโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกต่อผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก กสทช., (เจ้าหน้าที่ประสานงาน) พ.ศ. 2553 งานวิจัย การประมาณฟังก์ชันความหนาแน่นน่าจะเป็นของข้อมูลจากการแจกแจงผลบวกของเอ็กซ์โพเนนเชียล 2 ตัวแปร