

การพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อใช้ในการสื่อสารงานด้าน Production Developing Line Stickers for Using in Production Communications

เพียงฤทัย หนูสวัสดิ์* และ ปฐมาวดี เปี่ยมพอดิ

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: paingruthai.nus@rmutr.ac.th, Patamavadee.a07@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ที่ช่วยในการสื่อสารงานด้านโปรดักชั่น จำนวน 40 ตัว โดยใช้ภาษาคำพูดของทีมงานในฝ่ายโปรดักชั่นของบริษัท Absolute World Media เป็นแนวคิดหลักในการออกแบบและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้งานสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสหสัมพันธ์ (Coefficient Of Correlation) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์โดยวิเคราะห์จากค่าสหสัมพันธ์ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้ง 6 ตัว มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก สามารถแปรผลได้ว่า ปัจจัยแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารงานด้าน Production ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อใช้ในการสื่อสารงานด้าน Production โดยแบ่งผลการประเมินออกเป็น 6 ด้าน สรุปได้ว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเป็น 4.39 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็น 0.54

คำสำคัญ: สติ๊กเกอร์ไลน์ การสื่อสาร โปรดักชั่น

Abstract

This research aims to develop timeline sticker that helps to communicate and post production work. The number 40 by use of language, the words of the team in the company's production department, Absolute World Media is a core concept in the design and development of the objective 1) to develop the communication lines for stickers of the Production 2) to study the factors influencing purchasing stickers timeline. Communication Engineering Production and 3) to assess the satisfaction of the users that are to operate trigger stick lines for communication of the Production from a sample number of 400 people use the sampling method, model, incidentally, using the questionnaire as a tool to collect information. Statistics used in the analysis is the average standard deviation (S.D.) and the correlation value (Coefficient Of Correlation) study found that factors influencing purchasing stickers-line analysis of the correlation value. Demonstrate that all 6 characters are variable positive relationships. Can test results be individual factors influencing purchasing stickers timeline to Production aspects of

* Corresponding author, e-mail: paingruthai.nus@rmutr.ac.th

communication that the statistical significance level 0.01 and evaluation to satisfaction of users per timeline stickers to use in communication, Production work by splitting off 6 sides as evaluation concluded that users are satisfied with the image included on many levels? By average 4.39 and standard deviation (S.D.) is 0.54

Keyword: sticker Lines, communication, production

1. ที่มาและความสำคัญ

ในยุคของเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าและทันสมัย การสื่อสารถือเป็นส่วนสำคัญในการติดต่อข่าวสารถึงกัน องค์กรต่างๆ จึงมีการพัฒนาทางการสื่อสารมาอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ในระยะทางที่ไกลมากขึ้น สามารถส่งผ่านข้อมูลได้ทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร ตัวเลข สัญลักษณ์ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ผ่านช่องทางต่างๆ ในการสื่อสาร ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ถือเป็นหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารแบบเป็นทางการที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งขององค์กร มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน องค์กรจะไม่สามารถอยู่ในสังคมได้หรืออยู่ได้ยากหากปราศจากการยอมรับและความเข้าใจจากสาธารณชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการทำงานที่ใส่ใจและ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชนผ่านสื่อต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนมีทัศนคติ ความเชื่อหรือมุมมองที่ดีต่อองค์กร อันจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างราบรื่นในระยะยาวขององค์กรในการประชาสัมพันธ์ที่เราต้องการให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีนั้น ผู้ประชาสัมพันธ์จึงควรที่จะเข้าใจใน เนื้อหาสาระที่ต้องการประชาสัมพันธ์เสียก่อนและที่สำคัญยังต้องพิจารณาด้วยว่าเนื้อหาสาระของ การประชาสัมพันธ์นั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หรือไม่ และเหมาะสมกับ กลุ่มผู้รับที่เป็นเป้าหมายมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อผลสำเร็จในการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง (กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ, 2558)

สติ๊กเกอร์(Stickers) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์รูปภาพการ์ตูน แทนคำพูดหรือการแสดงอารมณ์ในชีวิตประจำวัน จากพฤติกรรมของคนไทยที่มักถ่ายทอดความรู้สึก หรือเหตุการณ์ ต่างๆ รอบตัวด้วยภาพ ซึ่งเห็นได้จากการอัปโหลดภาพไปยังโซเชียลมีเดียทั้งหลาย ซึ่งเนื้อหาประเภทภาพมักได้รับความนิยมมาโดยตลอด การสื่อสารด้วยภาพแทนการพิมพ์ข้อความ จึงกลายเป็นทางออกของการสื่อสารที่แสดงความรู้สึกสอดคล้องกับฟังก์ชันสติ๊กเกอร์ของแอปพลิเคชันไลน์เช่น สติ๊กเกอร์แสดงความรู้สึกขั้นพื้นฐานสติ๊กเกอร์ในวันสำคัญหรือในเทศกาลต่างๆ สติ๊กเกอร์ตราสินค้า เป็นต้น จากความนิยมของสติ๊กเกอร์ จึงทำให้บริษัทไลน์ได้พัฒนารูปแบบการให้บริการ โดยเปิดให้ครีเอเตอร์ภายนอกได้ร่วม ออกแบบสติ๊กเกอร์เพื่อจำหน่ายในร้านค้าสติ๊กเกอร์ขึ้น และปัจจุบันมีผู้ลงทะเบียน ครีเอเตอร์จำนวน มากกว่า 390,000 คน และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นในอนาคต เนื่องจากการทำธุรกิจในลักษณะของการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์นี้มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ แต่เน้นแข่งขันกันที่แนวความคิดและการออกแบบ และหากสติ๊กเกอร์ที่พัฒนาขึ้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ก็จะนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน และยังลดความเป็นทางการพร้อมกับเพิ่มความสุขสนานให้คู่สนทนาอีกด้วย อีกทั้งสติ๊กเกอร์ยังเป็นทำให้แอปพลิเคชันไลน์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยปัจจุบันมีผู้คนสนใจที่จะสร้างสติ๊กเกอร์เพื่อจำหน่ายเป็นจำนวนมาก โดยจะเห็นได้จากบนไลน์สโตร์ (Line Store)

บริษัท Absolute World Media เป็นบริษัทย่อย ของ บริษัท Absolute World group ปัจจุบันตั้งอยู่ที่ 152 ซอยสุขุมวิท 53 (ไปตี-มาตี) แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ในส่วนของบริษัท Absolute World Media นั้น เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับทางด้านโปรดักชั่น ด้านการทำสื่อโฆษณา การถ่ายภาพ สื่อกราฟฟิกประชาสัมพันธ์ต่างๆ ซึ่งทาง Absolute World Media มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ธุรกิจที่หลากหลาย โดยมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ในการทำการตลาด เช่น เฟสบุ๊กแฟนเพจ (Facebook fan page), อินสตาแกรม (Instagram), และ ไลน์แอด (Line@) เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของของธุรกิจ และประชาสัมพันธ์โปรโมชันต่างๆ ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งฝ่ายงานด้าน Production ของบริษัท Absolute World Media มีทำงานทางด้านสื่อโฆษณา การถ่ายแบบ จัดทำสื่อกราฟฟิกต่างๆ มีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรและฝ่ายนอกองค์กร โดยใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ในติดต่อประสานงานกับลูกค้าเป็นช่องทางหลัก ซึ่งทางฝ่ายงานด้าน Production ต้องการที่จะสร้างเอกลักษณ์ที่ใช้การพูดคุยติดต่อกับลูกค้า เพื่อสร้างภาพจำและส่งผลดีต่อการทำงานและการสื่อสารที่ง่าย สะดวกและรวดเร็วจากการใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ในการสื่อสาร

ด้วยเหตุนี้ ทางผู้จัดทำจึงได้การพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production ขึ้นมา โดยแสดงถึงจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของตัวการ์ตูน ประกอบคำพูดที่มักใช้ในการทำงานด้าน Production เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารที่เป็นเชิงสัญลักษณ์อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลภายในองค์กร โดยสามารถใช้สติ๊กเกอร์ไลน์นี้ในการติดต่อกับลูกค้าได้ เพิ่มเป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของบุคคลในบริษัท ทำให้การติดต่อสื่อสารทางแอปพลิเคชันไลน์มีความน่าสนใจ และเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างการติดต่อสื่อสารทางไลน์ และสามารถดึงดูดผู้ใช้งานที่ชอบใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ในการสื่อสารต่างๆ เพื่อความสนุกสนานตามจุดเด่นของงานด้าน Production ได้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้งานสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production

3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไลน์(LINE) หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่างๆเช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์และแท็บเล็ต (Tablet) ผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่งไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถหลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้หลายๆ ด้าน จุดเด่นที่ทำให้ไลน์แตกต่างกับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาในรูปแบบอื่นๆ คือ รูปแบบของ “สติ๊กเกอร์” (Sticker) ที่แสดงอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้ที่หลากหลาย (ขวัญฤดี ฮวดหุ่น, 2560)

สติ๊กเกอร์(Sticker) หมายถึง รูปแบบการสื่อสารผ่านตัวการ์ตูน ศิลปินด้วยภาษาสั้นๆและอาจมีเสียงและภาพเคลื่อนไหวบนสติ๊กเกอร์ไลน์หนึ่งในคุณลักษณะเด่นของ ไลน์ แอปพลิเคชัน (Line Application) เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถสื่ออารมณ์ หรือความรู้สึกระหว่างกันผ่านตัวการ์ตูน(Character) ผู้ใช้งาน ไลน์ แอปพลิเคชัน สามารถเลือกดาวน์โหลดได้ทั้งแบบที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายและแบบที่ต้องซื้อ (ภาวิน เฝ้าจินดา, 2560)

การออกแบบกราฟิก หมายถึง มีผู้นิยามความหมายของการออกแบบไว้หลายแนวทางดังนี้การออกแบบคือ กระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุและลักษณะของทัศนธาตุเป็นองค์ประกอบ ใช้ทฤษฎีต่างๆเป็นแนวทางและใช้วัสดุนานาชาติเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ โดยที่นักออกแบบจะต้องมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานหลายขั้นตอนตลอดกระบวนการสร้างสรรค์นั้นการออกแบบ คือ การวางแผนสร้างรูปแบบ โดยวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบ ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิตสิ่งของที่ต้องการออกแบบ (Thunpitcha, 2553)

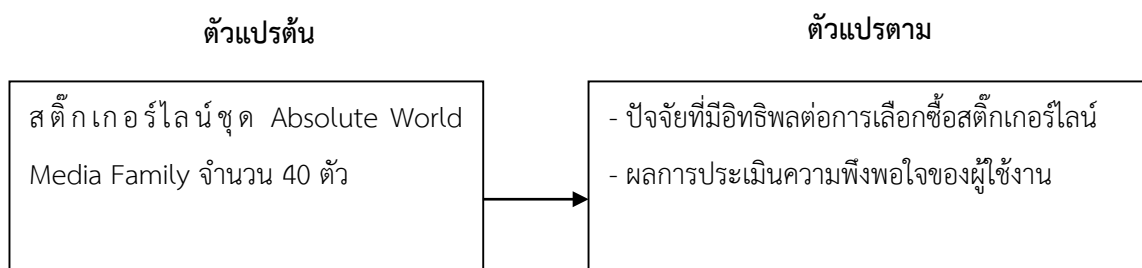
Illustrator คือ โปรแกรมที่ใช้ในการวาดภาพ โดยจะสร้างภาพที่มีลักษณะเป็นลายเส้น หรือที่เรียกว่า Vector Graphic จัดเป็นโปรแกรมระดับมืออาชีพที่ใช้กันเป็นมาตรฐานในการออกแบบระดับสากลสามารถทำงานออกแบบต่างๆ

ได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ เว็บไซต์ และภาพเคลื่อนไหวตลอดจนการสร้างภาพเพื่อใช้เป็นภาพประกอบในการทำงานอื่นๆ เช่น การ์ตูน ภาพประกอบหนังสือ เป็นต้น (วสันต์ พึ่งพูลผล, 2560)

นายมนัส ทองบุญเรือง และคณะ(2560) กล่าวถึงการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อโปรโมทสินค้าโอท็อปจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ใช้สำหรับการโปรโมทสินค้าโอท็อป จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของสินค้า มีการออกแบบสติ๊กเกอร์จำนวน 2 ชุด คือ สติ๊กเกอร์ไลน์น้องทุเรียน เป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีคำพูดที่ติดปากของวัยรุ่น มีการแสดงอารมณ์ต่างๆผ่านหน้าตาสติ๊กเกอร์ไลน์ของน้องทุเรียน และ สติ๊กเกอร์ไลน์น้องสับประรด แสดงออกถึงอารมณ์ต่างๆให้ทุกคนได้ใช้งาน โดยใช้ภาษาได้ในการสื่อสารและยังได้เผยแพร่ภาษาของคนในภาคใต้ให้ผู้ใช้งานได้รู้จัก

วิภาดา นารี และคณะ(2558) กล่าวถึงการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์แอนิเมชันคุณยายโอท็อป เพื่อโปรโมทสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเส้นสวยผู้สูงวัย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผลการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์แอนิเมชัน ชุดคุณยายโอท็อป มียอดการดาวน์โหลดทั้งหมด 4 ครั้ง เป็นจำนวนเงิน 269 เยน และมีผลความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อแยกพิจารณาทีละด้านพบว่า ด้านการออกแบบ มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.42, S.D. = 0.026$) ทั้งนี้เป็นเพราะสติ๊กเกอร์ไลน์แอนิเมชันถูกออกแบบมาให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ถัดมาด้านการใช้งาน มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.17, S.D. = 0.018$) ทั้งนี้เป็นเพราะสติ๊กเกอร์สามารถช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับชุมชน และด้านอัตลักษณ์ของชุมชน มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.47, S.D. = 0.006$) เพราะตัวสติ๊กเกอร์ไลน์แอนิเมชัน มีการออกแบบภาพของผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์กับกลุ่มแม่บ้าน

กรอบแนวคิดงานวิจัย



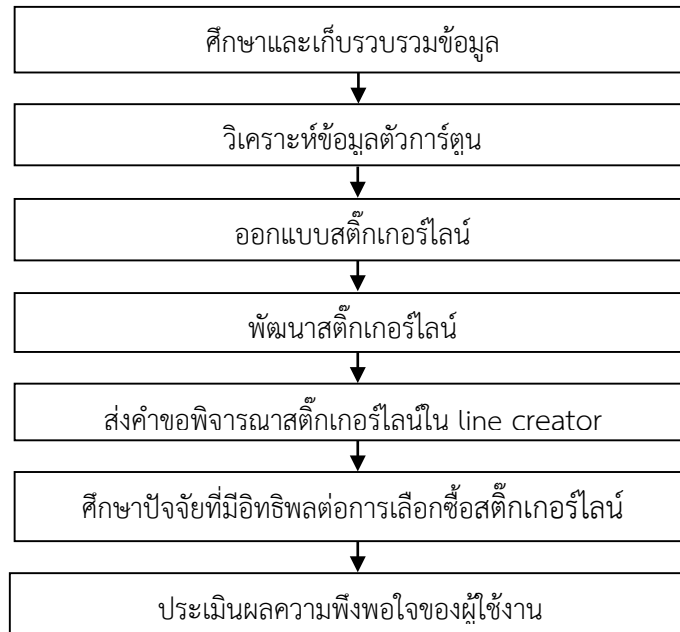
รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตงานวิจัย

1. ด้านการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ วิเคราะห์ตัวการ์ตูน โดยใช้คาแรกเตอร์ตัวการ์ตูนผู้หญิงและผู้ชายในการออกแบบจำนวน 40 ตัว โดย 1 ตัวละครจะมี 3 ลักษณะ
2. ด้านการวิเคราะห์ภาษา ภาษาที่ใช้ในตัวสติ๊กเกอร์จะมีจำนวน 40 คำ โดยอ้างอิงตามลักษณะภาษาหรือคำพูดที่เกี่ยวข้องกับการทำงานหรือการสื่อสารที่เกี่ยวกับงานด้านของการทำ Production โดยแบ่งออกเป็น 2 หมวด ได้แก่ หมวดคำพูดทั่วไป และหมวดที่เกี่ยวกับการสื่อสารด้านงาน Production
3. ด้านการใช้งาน ส่งคำขอจำหน่ายสติ๊กเกอร์จำนวน 40 ตัว ให้ได้รับการอนุมัติจาก Line creator เพื่อสามารถวางขายและดาวน์โหลดมาใช้งานได้
4. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production จำนวน 400 คน จาก ทีมงาน Absolute World Media จำนวน 30 คน และ 3 บุคคลทั่วไป จำนวน 370 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าสหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation)

5. ด้านการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสตีกเกอร์ไลน์การสื่อสารด้านงาน Production ใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จาก ทีมงาน Absolute World Media จำนวน 30 คน และ 3 บุคคลทั่วไป จำนวน 370 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4. วิธีดำเนินการวิจัย



รูปที่ 2 วิธีการดำเนินงานวิจัย

4.1 ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ งานด้าน Production ของทีม Absolute World Media และคำที่ใช้ในการสื่อสารในงานด้าน Production โดยเก็บรวบรวมศัพท์และคำพูดของพนักงานที่ใช้เป็นประจำในสื่อสารของการทำงานด้าน Production

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลตัวการ์ตูน แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ด้านคือ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์คาแรกเตอร์และด้านภาษา

ด้านการวิเคราะห์	รายละเอียด
1. วิเคราะห์คาแรกเตอร์	คาแรกเตอร์ของสตีกเกอร์ไลน์ออกแบบโดยใช้ตัวการ์ตูนผู้หญิงและผู้ชายมาคาแรกเตอร์หลัก ประกอบกับการใช้คำพูดและท่าทางใช้ในงาน Production ในการสื่อสารอารมณ์และใช้ในการสื่อสารได้
2. วิเคราะห์ด้านภาษา	ภาษาที่ใช้จะใช้ลักษณะคำพูด 2 รูปแบบ คือ คำพูดทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และคำพูดเฉพาะที่เกี่ยวกับงานด้านโปรดักชั่น

4.3 ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์

ร่างแบบคาแรกเตอร์พร้อมคำพูดเกี่ยวกับงาน Production ที่สอดคล้องกับอารมณ์ของตัวการ์ตูน จำนวน 40 ตัว เพื่อใช้ในการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่ายขึ้น



รูปที่ 3 ตัวอย่างการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Absolute World Media Family

4.4 พัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์

ทำการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ จำนวน 40 ตัว โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC ในการดราฟภาพพร้อมลงสีและใส่ข้อความที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น

4.5 ส่งคำขอพิจารณาสติ๊กเกอร์ไลน์ใน line creator

ทำการสมัครบัญชี line creator และอัปโหลดตัวการ์ตูนที่ได้พัฒนาแล้วจำนวน 40 ตัว หลังจากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการพิจารณา หลังจากผ่านเกณฑ์ข้อกำหนดต่างๆเรียบร้อยแล้ว จะมีการพิจารณาอนุมัติจาก line creator จึงจะสามารถเริ่มจัดจำหน่ายได้

4.6 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production

ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production โดยใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน เป็นสูตรของ คอแครน (Cochran, 1977) จากแบบสอบถามจำนวน 6 ด้าน โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าสหสัมพันธ์ (Coefficient Of Correlation)

4.7 ประเมินผลความพึงพอใจ

ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production โดยใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน เป็นสูตรของ คอแครน (Cochran, 1977) จากแบบสอบถามจำนวน 6 ด้าน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert, Rensis, 1967) โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5. ผลการดำเนินงานวิจัย

5.1 ผลการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ชุด Absolute World Media Family จำนวน 40 ตัว



รูปที่ 4 สติกเกอร์ไลน์ชุด Absolute World Media Family

5.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติกเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production

ตารางที่ 2 แสดงผลความสัมพันธ์การยอมรับปัจจัยที่มีอิทธิพลสติกเกอร์ไลน์สำหรับการสื่อสารด้านงาน Production

ตัวแปร	เนื้อหา	คาแรกเตอร์ของสติกเกอร์	คุณค่าทางอารมณ์	การใช้งาน	ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	การตัดสินใจซื้อ
เนื้อหา	1					
คาแรกเตอร์ของสติกเกอร์	0.821**	1				
คุณค่าทางอารมณ์	0.724**	0.796**	1			
การใช้งาน	0.519**	0.602**	0.655**	1		
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	0.580**	0.703**	0.761**	0.689**	1	
การตัดสินใจซื้อ	0.594**	0.630**	0.746**	0.649**	0.776**	1
ค่าเฉลี่ย	4.39	4.43	4.40	4.28	4.44	4.37
s. d.	0.505	0.500	0.548	0.596	0.540	0.550

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านเนื้อหาและด้านคาแรกเตอร์ของสติกเกอร์ มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.821 ด้านเนื้อหาและด้านคุณค่าทางอารมณ์ มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.724 ด้านเนื้อหาและด้านการใช้งาน มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.519 ด้านเนื้อหาและด้านพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.580 ด้านเนื้อหาและด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่าความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.594 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้ง 6 ด้าน มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา อาบสีนาค (2558) มุมมองลักษณะของการตัดสินใจซื้อสติกเกอร์ไลน์creator ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสติกเกอร์ ความพึงพอใจของลูกค้าจะสะท้อนให้เห็นถึงอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งผลการศึกษารายงานวิจัยว่า ระดับคุณภาพการให้บริการที่สูงขึ้น สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคจะมีความสัมพันธ์ถึงความตั้งใจซื้อสินค้าในลักษณะเชิงบวกของผู้บริโภคในธุรกิจด้วยและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติ ปฐมชัยคุปต์ และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2559) อิทธิพลของรูปแบบสติกเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชัน ที่ส่งผลต่อการจดจำตราสินค้าของกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครปฐมกล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อสติกเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชัน พบว่าผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชัน 1 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 59.60) มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสติ๊กเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชันต่ำกว่า 200 บาท (ร้อยละ 82.70) ซื้อผ่าน Sticker shop (ร้อยละ 74.80) ปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อคือ สติ๊กเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชัน มีความน่ารักเหมาะกับตัวเอง (ร้อยละ 76.50) บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อคือ เลือกซื้อด้วยตนเอง (ร้อยละ 80.30)

5.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้งานสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production

ตารางที่ 3 สรุปผลความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้งานสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	<i>s. d.</i>	สรุปความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา	4.39	0.51	อยู่ในระดับมาก
ด้านคาแรกเตอร์ของสติ๊กเกอร์	4.43	0.50	อยู่ในระดับมาก
ด้านคุณค่าทางอารมณ์	4.40	0.55	อยู่ในระดับมาก
ด้านการใช้งาน	4.28	0.60	อยู่ในระดับมาก
ด้านพึงพอใจของผู้ใช้งาน	4.44	0.54	อยู่ในระดับมาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.37	0.55	อยู่ในระดับมาก
รวม	4.39	0.54	อยู่ในระดับมาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานสติ๊กเกอร์ไลน์ จำนวน 400 คน มีค่าระดับความพึงพอใจที่มีต่อชุดสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Absolute World Media Family ในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านเนื้อหา มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากับ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.54 ด้านคาแรกเตอร์ของสติ๊กเกอร์ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากับ 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.50 ด้านคุณค่าทางอารมณ์ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.55 ด้านการใช้งาน มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากับ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.60 ด้านพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากับ 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.54 ด้านการตัดสินใจซื้อ มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.55 โดยสรุปแล้วผู้ใช้งานมีความพึงพอใจภาพรวมที่มีต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Absolute World Media Family อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากับ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.54 สอดคล้องกับงานวิจัยของนายมนัส ทองบุญเรือง และคณะ (2560) การพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อโปรโมทสินค้าโอท็อปจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการศึกษา สติ๊กเกอร์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ สติ๊กเกอร์ไลน์ 2 ชื่อชุด Pineapple Lovely เป็นสติ๊กเกอร์รูปสับปะรด โดยมีข้อความเป็นภาษาไทยและใช้คำพูดที่ติดปากของวัยรุ่นของคนในภาคใต้ซึ่งทำให้สติ๊กเกอร์ชุดนี้มียอดที่สูงกว่าเพราะภาษานั้นเป็นภาษาที่ทำให้เข้าใจถึงอารมณ์ในการสื่อสารได้อย่างชัดเจน รวมถึงสีหน้าของตัวสติ๊กเกอร์ที่สื่ออารมณ์ได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา นารี และคณะ (2558) เป็นการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์แอนิเมชันคุณยายโอท็อป เพื่อโปรโมทสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเส้นสวยผู้สูงวัย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งผลการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์แอนิเมชัน ชุดคุณยายโอท็อป มีผลความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ซึ่งพบว่าด้านการ

ออกแบบ มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.42, S.D. = 0.026$) ทั้งนี้เป็นเพราะสติ๊กเกอร์ไลน์แอนิเมชันถูกออกแบบมาให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ถัดมาด้านการใช้งาน มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.17, S.D. = 0.018$) ทั้งนี้เป็นเพราะสติ๊กเกอร์สามารถช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับชุมชนได้ และ ด้านอัตลักษณ์ของชุมชน มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($(\bar{X}) = 4.47, S.D. = 0.006$) เพราะตัวสติ๊กเกอร์ไลน์แอนิเมชันมีการออกแบบภาพของผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์กับกลุ่มแม่บ้าน

6. สรุปผล

1. สติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Absolute World Media Family จำนวน 40 คาแรกเตอร์ของสติ๊กเกอร์ไลน์ออกแบบโดยใช้ตัวการ์ตูนผู้หญิงและผู้ชายมาคาแรกเตอร์หลัก ในพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารงาน Production ซึ่งสามารถช่วยในการติดต่อสื่อสารแทนคำพูดและเกิดความสะดวกรวดเร็วในสื่อสารระหว่างกัน โดยสามารถดาวน์โหลดได้จาก line store ราคาชุดละ 30 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production โดยวิเคราะห์จากค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปร แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้ง 6 ตัว มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก สามารถแปรผลได้ว่า ปัจจัยแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารด้านงาน Production ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานจำนวน 400 คน ที่มีต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ชุด Absolute World Media Family จำนวน 40 ตัว โดยแบ่งผลการประเมินออกเป็น 6 ด้าน สรุปได้ว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เป็น 4.39 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็น 0.54

7. เอกสารอ้างอิง

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ. 2558. การพัฒนาสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ **ภาพลักษณ์** ขององค์การบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (ก.ค. -ธ.ค. 2558)

ขวัญฤดี ฮวดหุ่น. 2560. **อิทธิพลของแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารยุคปัจจุบัน**. วารสารศิลปการจัดการ ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2560 หน้า 14

เจนจิรา อาบสีนาค. 2558. **มุมมองลักษณะของการ์ตูนสติ๊กเกอร์ไลน์creatorที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสติ๊กเกอร์**. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) สาขาวิชา ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2558

ฐิติ ปฐมชัยคุปต์ และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี. 2559. **อิทธิพลของรูปแบบสติ๊กเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชัน ที่ส่งผลต่อการจดจำตราสินค้าของกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดนครปฐม**. นเรศวรวิจัย วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ ครั้งที่ 12

ณัฐภรณ์ มหาวีรวัฒน์ และคณะ. 2558. **ศึกษาลักษณะสติ๊กเกอร์ไลน์การบอกต่อแบบปากต่อปากผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค**. ประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมการจัดการ ระดับชาติ ปี 2558 1135-1140

มนัส ทองบุญเรือง และคณะ. 2560. **การพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อโปรโมตสินค้าไอทีที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. The 5th ASEAN Undergraduate Conference in Computing (AUC2) 2017

วิภาดา นารี และคณะ. 2560. การพัฒนาสตีกเกอร์ไลน์แอนิเมชันขยายเส้นสววยเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มแม่บ้านเส้นสววยผู้สูงวัย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. The 5th ASEAN Undergraduate Conference in Computing (AUC2) 2018

วสันต์ พึ่งพูลผล. 2560. Illustrator CC 2017 Professional Guide. นนทบุรี : ไอดีซีฯ, 2560 : 408 หน้า

ศุภรัตน์ เจริญพิทักษ์ และคณะ (2558) การพัฒนาสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดการ์ตูนนักศึกษาครุศาสตร์.วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2561. วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2561

Likert, Rensis. (1967). **The Method of Constructing and Attitude Scale**. In Reading in Fishbein, M (Ed.), Attitude Theory and Measurement (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.

Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques**. 3d ed. New York: John Wiley and Sons Inc

Thunpitcha. 2553. http://thunpitcha.blogspot.com/p/blog-page_4541.html(2 มกราคม 2562)