

การสร้างสรรคส์ติกเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
The Creative Creations of Line Sticker for Graduate Students of
Master of Communication

กิตติศักดิ์ ฐ์ทอง^{1*} และ ผศ.ดร.จักรีรัตน์ แสงวาริ²
Kittisak Tootong^{1*} and Asst.Prof. Dr.Jakgreerat Sangvari²

^{1, 2} สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

^{1, 2} Program in Innovative Communication Administration, Faculty of Communication Arts,
Kasem Bundit University

* Corresponding author e-mail: khunto58@gmail.com, jakgreerat@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิตต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ ซึ่งเป็นการวิจัยและพัฒนา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 23 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยประชากร และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ผลการวิจัยพบว่า 1) สติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ประกอบด้วย 2 กลุ่มคือ กลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตร มี 3 ลักษณะ และกลุ่มนักศึกษา มี 15 ลักษณะ ซึ่งสติ๊กเกอร์ไลน์สามารถรองรับแพลตฟอร์มโทรศัพท์มือถือระบบไอโอเอส และแอนดรอยด์ และ 2) ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่มีต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ชุดเคบียูดอทเอ็มซีเอ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบและความหมาย ด้านความน่าสนใจ และด้านการใช้งานของสติ๊กเกอร์ไลน์

คำสำคัญ: สติ๊กเกอร์ไลน์ ความพึงพอใจ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

Abstract

The purpose of this research were to create line stickers for graduate students of Master of Communication Arts Program in Innovation Communication Administration, Kasem Bundit University and to measure the satisfaction of graduate students of Master of Communication toward line stickers. This research and development has been conducted by using questionnaire as a research tool to collect data from 23 graduate students of Master of Communication. Data analysis employed frequency, percentage, population mean, and standard deviation. The results revealed that the line stickers for graduate students of Master of Communication consisted of 2 groups were permanent lecturer and staff had 3 characteristics and graduate students had 15 characteristics. The line sticker supported for mobile platforms on iOS and Android systems. The level of satisfaction of graduate students toward KBU.MCA line stickers was high level including format and meaning, interesting, and usability of line stickers.

Keywords: Line Sticker, Satisfaction, Master of Communication Arts

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แอปพลิเคชัน “ไลน์” (Line) เป็นโปรแกรมที่ถูกสร้างขึ้นในช่วงกลางปี 2010 โดยการร่วมมือกันของบริษัท Naver Japan Corporation และบริษัท Livedoor โดยมี NHN Japan เป็นผู้พัฒนาพีเจอาร์ต่างๆ ของแอปพลิเคชัน “ไลน์” ส่วนด้านการตลาดของธุรกิจเป็นบริษัทแม่ NHN Corporation จัดการที่ประเทศเกาหลีใต้ซึ่งหลังจากที่มีการเปิดตัวไม่นานแอปพลิเคชัน “ไลน์” ได้รับการตอบรับอย่างมากโดยมีสถิติหลายสิบล้านยูสเซอร์ในประเทศญี่ปุ่น ประเด็นหลักที่ บริษัท NHN Japan การสร้างโปรแกรมแชทแอปพลิเคชัน “ไลน์” มีสาเหตุมาจากเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่ภูมิภาค Tohoku เมื่อต้นปี 2011 โดยระบบการติดต่อทางการโทรศัพท์ล่มและไม่สามารถติดต่อกันได้ ทำให้ NHN Japan ตัดสินใจออกแบบแอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้ได้ในระบบปฏิบัติการ ios, Android, Windows Phone, PC และ BlackBerry ซึ่งจะทำงานบนเครือข่ายข้อมูลที่ สามารถสนทนาตอบโต้ได้รวดเร็วและต่อเนื่องนั่นเอง ประกอบด้วย การส่งข้อความ การสนทนาด้วยเสียง การเปลี่ยนพื้นหลังแบ็คกราวนด์หน้าห้องสนทนา, การสนทนาแบบกลุ่ม Official Line และการส่งสติ๊กเกอร์ เป็นต้น การออกแบบคาแรคเตอร์ของแอปพลิเคชัน “ไลน์” เข้าถึงคนไทยได้ไม่ยาก ซึ่งนอกจากความน่ารักแล้วยังมาจากคาแรคเตอร์ที่มาจากการใช้ชีวิต สถานการณ์ อารมณ์ และความรู้สึก (อังสุมาลิน ศิริมงคลกิจ, 2560)

ทั้งนี้ความสำเร็จของแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากความน่ารักของสติ๊กเกอร์ (Sticker) ซึ่งสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์เป็นรูปภาพของตัวการ์ตูนในอิริยาบถต่างๆ คล้ายคลึงกับอีโมติคอน (Emoticon) คือ สัญลักษณ์ที่ใช้แทนอารมณ์โดยสัญลักษณ์ข้อความในโปรแกรมสนทนาอื่นๆ แต่ด้วยความโดดเด่นของการออกแบบคาแรคเตอร์ (Characters) คือ บุคคลที่ผู้แต่งสมมุติขึ้นมาเพื่อให้กระทำพฤติกรรมในเรื่องคือผู้มีบทบาทในเรื่องหรือเป็นผู้ทำให้เรื่องเคลื่อนไหวดำเนินไปสู่จุดหมายปลายทางตัวละครตามนัยดังกล่าวนี้มีได้หมายถึงมนุษย์เท่านั้น และลักษณะท่าทางของสติ๊กเกอร์ที่มีความหลากหลายสามารถช่วยให้ผู้ใช้งานสื่อสารได้ง่ายโดยใช้สติ๊กเกอร์แทนคำพูด หรือข้อความอย่างครอบคลุมแทบทุกกิจกรรมในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังลดความเป็นทางการพร้อมกับเพิ่มความสนุกสนานให้คู่สนทนา ด้วยเหตุผลนี้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จึงต้องการที่จะเป็นเจ้าของสติ๊กเกอร์ที่มีคาแรคเตอร์น่ารักๆ กวนๆ และหลากหลายอารมณ์ เพื่อใช้ในการสนทนาบนแอปพลิเคชันไลน์ จึงทำให้จำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ทั่วโลกซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วกว่าเฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับแต่ระยะเวลาการก่อตั้ง โดยเฉพาะกระแสกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟน นิยมถ่ายถอดความรู้สึกหรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวด้วยภาพเห็นได้จากการอัปโหลดภาพไปยังสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทั้งหลาย ทำให้ภาพได้รับความนิยมมาโดยตลอด และนำไปสู่การสื่อสารด้วย ดังนั้นภาพได้กลายเป็นทางออกของการสื่อสารที่แสดงความรู้สึกที่สอดคล้องกับฟังก์ชันบนแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งทางบริษัท NHN Japan เผยว่ารายได้หลักของแอปพลิเคชันไลน์นั้น มาจากการขายสติ๊กเกอร์ โดยยอดขายสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ สามารถทำเงินได้มากกว่า 10 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อเดือนหรือประมาณ 310 ล้านบาทต่อเดือน แกรมตัวเลขยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (Rapeepat Khamlar, 2014)

สติ๊กเกอร์เพื่อสื่อความหมายนั้น อาจใช้เพื่อเสริมข้อความหรือถ้อยคำที่กำลังสนทนากัน และอาจใช้สติ๊กเกอร์แทนข้อความหรือถ้อยคำทั้งหมด เพราะกิริยาท่าทางของสติ๊กเกอร์สามารถสื่อความหมายให้เข้าใจได้ทันที อีกทั้งสติ๊กเกอร์ บางภาพก็มีข้อความสั้นๆ ประกอบภาพอยู่ด้วย การใช้สติ๊กเกอร์นี้ผู้ใช้ไลน์สามารถเลือกดาวน์โหลดเพิ่มเติมได้ฟรี หรืออาจเลือกซื้อในร้านสติ๊กเกอร์ที่จำหน่ายในไลน์ ซึ่งมีตัวการ์ตูนแบบน่ารักๆ ที่เลียนแบบมาจากตัวการ์ตูนต่างๆ ทั่วโลก การสื่อความหมายโดยใช้อวัจนภาษาทั้งอีโมจิหรืออีโมติคอน (Emoji, Emoticons) สัญลักษณ์ (Emotion) และสติ๊กเกอร์นั้นอาจใช้เพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่งโดยไม่ต้องมีข้อความสนทนาประกอบก็สามารถเข้าใจกันได้เป็นอย่างดี หรืออาจใช้ประกอบกันเพื่อสื่อความหมายให้เข้าใจได้ดียิ่งขึ้น และอวัจนภาษาเหล่านี้เองที่เป็นเสน่ห์ให้มีผู้หลงใหล และหันมานิยมใช้ไลน์ในการสื่อความหมายระหว่างกันเป็นปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยในเรื่อง “การสร้างสรรคส์ติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต” ขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการปรับปรุงสติ๊กเกอร์ไลน์สื่อความหมายให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อที่จะ

จำหน่ายสติ๊กเกอร์ไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้แก่ผู้ที่สนใจ และนำเอาสติ๊กเกอร์ไลน์เพื่อสื่อความหมายที่สร้างขึ้นไป ส่งเสริมด้านการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
- 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิตต่อสติ๊กเกอร์ไลน์

2. ระเบียบวิธีวิจัย

การสร้างสรรค์สติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต โดยผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดในการวิจัยไว้ดังนี้

2.1 การกำหนดประชากร ได้แก่ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต จำนวน 23 คน ที่ลงทะเบียนเรียนในปัจจุบัน

2.2 ขั้นตอนการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการพัฒนาไว้ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) โดยทำการศึกษาคุณลักษณะของสติ๊กเกอร์ไลน์ คุณลักษณะของอาจารย์และนักศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต และลักษณะของข้อความที่นิยมนำมาสร้างเป็นสติ๊กเกอร์ไลน์ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ที่มีลักษณะเฉพาะสำหรับหลักสูตร

2) ขั้นการออกแบบ (Design) ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

2.1) การออกแบบลักษณะท่าทาง (Character) ที่เป็นเอกลักษณ์ของอาจารย์และนักศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต โดยวาดภาพเป็นแบบร่างก่อนนำไปสร้างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

2.2) การคัดเลือกคำและการออกแบบลักษณะของข้อความ โดยพิจารณาคัดเลือกจากคำที่นิยมใช้ในสติ๊กเกอร์ไลน์ และคำที่นักศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิตนิยมใช้กันบ่อยๆ โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

3) ขั้นการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์ (Development) โดยใช้โปรแกรมประเภทคอมพิวเตอร์สำหรับการวาดภาพลักษณะท่าทางของสติ๊กเกอร์ไลน์

4) ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) นำสติ๊กเกอร์ไลน์ที่สร้างขึ้นให้นักศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต จำนวน 23 คน ทดลองใช้

5) ขั้นการประเมินผล (Evaluation) โดยการสำรวจความพึงพอใจของผู้ทดลองใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้น

2.3 เครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูล

1) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์ไลน์

2) การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยประชากร (μ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร (σ)

3) เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยประชากร ดังนี้

1.00-1.80 มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

1.81-2.60 มีความพึงพอใจระดับน้อย

2.61-3.40 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

3.41-4.20 มีความพึงพอใจระดับมาก

4.21-5.00 มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

3. ผลการวิจัย

3.1 ผลการสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์ จากการดำเนินการสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์ตามกระบวนการที่ได้กำหนดไว้ สามารถพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 อาจารย์และเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตร ประกอบด้วยสติ๊กเกอร์ไลน์ 3 ลักษณะ ดังนี้



ภาพที่ 1 สติ๊กเกอร์ไลน์กลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตร

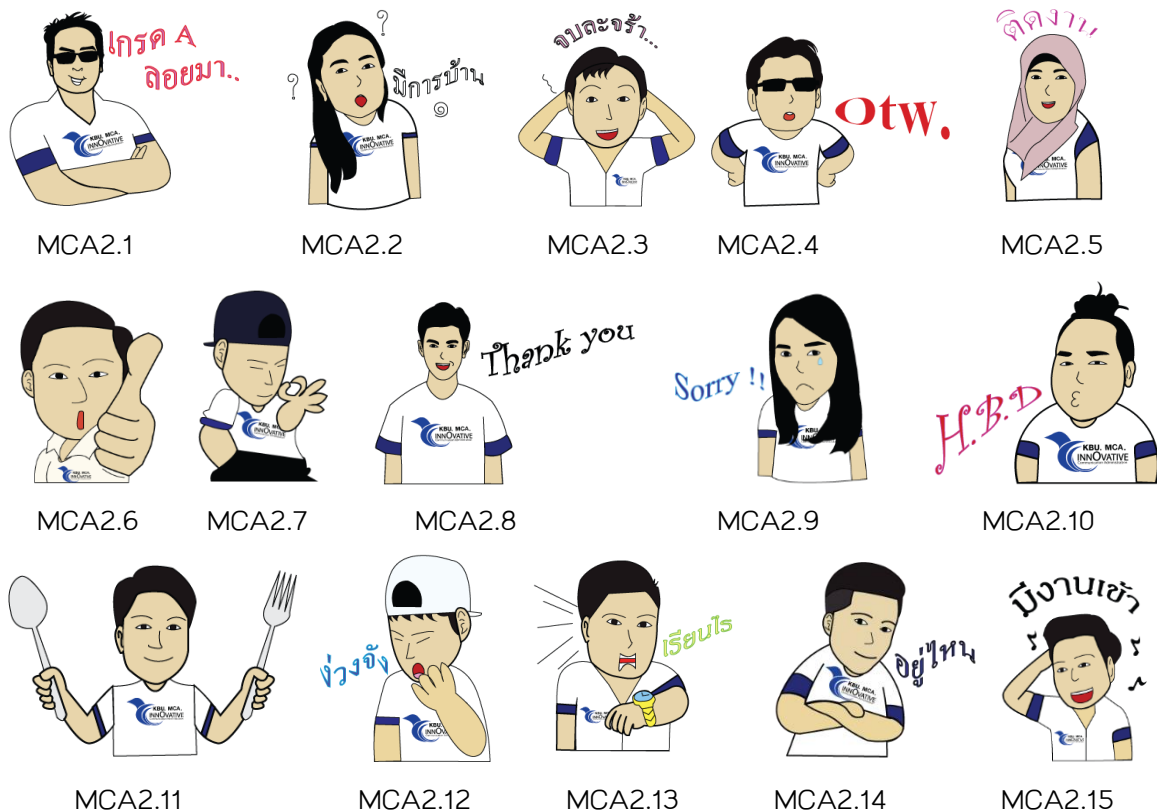
สติ๊กเกอร์ไลน์กลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตร ทำการวิเคราะห์จากบุคลิกของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรมากที่สุด ดังนี้

MCA1.1 วิเคราะห์จากบุคลิกของคนบดีที่แสดงความยินดีต่อความสำเร็จของนักศึกษา บัณฑิต อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ของหลักสูตร

MCA1.2 วิเคราะห์จากบุคลิกของผู้อำนวยการหลักสูตรฯ จึงแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของหลักสูตรฯ สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร ที่มีบุคลิกลักษณะเฉพาะ

MCA1.3 วิเคราะห์จากบุคลิกของเจ้าหน้าที่ดูแลหลักสูตรฯ ที่มีความใกล้ชิดและดูแลความเรียบร้อยให้แก่นักศึกษา เป็นผู้คอยประสานงานและแจ้งข่าวสารต่างๆ แก่นักศึกษา รวมถึงการแจ้งข่าวเกี่ยวกับอาจารย์หรือวิทยากรที่มาบรรยายในชั้นเรียน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักศึกษา ประกอบด้วยสติ๊กเกอร์ไลน์ 15 ลักษณะ ดังนี้



ภาพที่ 2 สติ๊กเกอร์ไลน์กลุ่มนักศึกษา

- การวิเคราะห์สติกเกอร์ไลน์กลุ่มนักศึกษา โดยทำการคัดเลือกจากบุคลิกของนักศึกษา 15 ลักษณะ ดังนี้
- MCA2.1 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณอรรรณพ ดวงมณี ซึ่งเป็นนักศึกษาที่ขยันและตั้งใจเรียนมาก
- MCA2.2 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณปณัฏฐา สีสายุทธ ซึ่งเป็นนักศึกษาที่ตั้งใจเรียน และจะค่อยๆจดบันทึกข้อมูลการเรียน และแบ่งปันให้กับสมาชิกทุกคน
- MCA2.3 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณมานิตย์ ชญาชัยวิวัฒน์ ซึ่งเป็นนักศึกษาที่เป็นผู้ใหญ่มากที่สุด และจะคอยให้กำลังใจกับนักศึกษาทุกคนว่าเดี๋ยวก็จบแล้ว
- MCA2.4 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณกิตติศักดิ์ ตู้ทอง ซึ่งเป็นนักศึกษาที่ทำงานอยู่ต่างจังหวัดและต้องเดินทางเข้ามาเรียนทุกเสาร์อาทิตย์
- MCA2.5 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณนริศรา ขุนทอง เป็นนักศึกษาที่ปฏิบัติงานอยู่ในหอพักและทำงานเป็นหัวหน้าหอพักซึ่งต้องรับชอบหลายส่วนงาน
- MCA2.6 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณจามร สมศักดิ์ เป็นนักศึกษาที่ชอบให้กำลังใจเพื่อนๆ ทุกคน
- MCA2.7 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณอรรรณพ กัณหนู เป็นนักศึกษาทุนกีฬามหาวิทยาลัยซึ่งมีการลงแข่งขันบ่อยจึงต้องคอยตามงานจากเพื่อนๆ เสมอ
- MCA2.8 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณกัณตพงศ์ บำรุงรักษ์ ซึ่งเป็นนักศึกษาที่เป็นดารานักแสดงและติดถ่ายละครจึงต้องคอยตามงานจากเพื่อนๆ มักจะมีคำพูดติดปากว่า “ขอบคุณ” เสมอ
- MCA2.9 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณวราพร แหวนวงส์ เป็นนักศึกษาที่มีคำพูดติดปากว่า “เสียใจ”
- MCA2.10 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณเดชิต หอมจันทร์ ซึ่งเป็นนักศึกษาที่ชอบสังสรรค์และปาร์ตี้
- MCA2.11 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณนพรัตน์ ราษฎร์รัมย์ ซึ่งเป็นนักศึกษาที่มีความสุขกับการรับประทานอาหารมากที่สุด
- MCA2.12 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณเมธัส รักษาชาติ เป็นนักศึกษาที่หน้าตาบ่งบอกถึงความมุ่งมั่นนอนอยู่ตลอดเวลา
- MCA2.13 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณวัชร บัวทอง เป็นนักศึกษาทุนกีฬามหาวิทยาลัยที่ชอบถามเพื่อนๆ เสมอว่าเรียนวิชาอะไร วันนี้มีเรียนไหม และมีงานอะไรไหมอยู่เสมอ
- MCA2.14 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณธัชพงศ์ มาเอก เป็นนักศึกษาที่จะมาเรียนตลอดแต่เช้าแล้วจะถามเพื่อนอยู่เสมอว่า “อยู่ไหนกันแล้ว”
- MCA2.15 วิเคราะห์จากบุคลิกของคุณนริชชา นรสิงห์ ซึ่งเป็นนักศึกษาและยังเป็นนักร้องที่ต้องคอยเดินสายทัวร์ร้องเพลงกับกลุ่มเพื่อนที่ออกอัลบั้มตามต่างจังหวัดตลอดเวลา

3.2 ผลประเมินความพึงพอใจต่อสติกเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	23	100.00
เพศ		
- ชาย	16	70.00
- หญิง	7	30.00
อายุ		
- 21-25 ปี	12	52.00
- 26-30 ปี	3	13.00
- 31-35 ปี	3	13.00
- มากกว่า 35 ปี	5	22.00

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
- นักศึกษา	8	35.00
- พนักงานเอกชน	5	22.00
- เจ้าของธุรกิจ/ประกอบกิจการส่วนตัว	6	26.00
รายได้เฉลี่ย		
- น้อยกว่า 15,000 บาท	3	13.00
- 15,001 – 25,000 บาท	5	22.00
- 25,001 – 35,000 บาท	10	43.00
- มากกว่า 35,000. บาท	5	22.00

จากตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่า เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 70.00 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมามีอายุมากกว่า 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 และระหว่าง 26-30 ปี กับ 31-35 ปี เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาเป็นเจ้าของธุรกิจ/ประกอบกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 26.00 และพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ย พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 25,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และมีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

2) ความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ ด้านรูปแบบและความหมาย

ความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์ไลน์ ด้านรูปแบบและความหมาย	μ	σ	ความหมาย
1. ความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของรูปแบบ	4.35	0.65	มากที่สุด
2. ความชัดเจนของรูปแบบ	3.91	0.90	มาก
3. การมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย	4.13	0.76	มาก
4. มีรูปแบบตราสินค้าที่สอดคล้องกับการรับรู้	4.17	0.89	มาก
5. รูปแบบมีความทันสมัย	4.30	0.82	มากที่สุด
6. มีเอกลักษณ์ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.48	0.79	มากที่สุด
7. การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม	4.09	0.60	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20	0.11	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมเกี่ยวกับด้านรูปแบบและความหมาย อยู่ในระดับมาก (4.20) โดยเรื่องความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 4.48 รองลงมาเป็นเรื่องความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของรูปแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.35 และเรื่องรูปแบบมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อสติกเกอร์ไลน์ ด้านความน่าสนใจ

ความพึงพอใจต่อสติกเกอร์ไลน์ ด้านความน่าสนใจ	μ	σ	ความหมาย
1. ภาพมีความน่าสนใจ	4.52	0.73	มากที่สุด
2. ภาษาที่ใช้มีความน่าสนใจ	4.26	0.86	มากที่สุด
3. สามารถสื่อความหมายได้ถูกต้องชัดเจน	4.22	0.80	มากที่สุด
4. มีความน่าสนใจที่จะใช้ต่อไป	4.30	0.70	มากที่สุด
5. มีความน่าสนใจที่จะเชิญชวนผู้อื่นใช้ต่อไปด้วย	3.87	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23	0.08	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมเกี่ยวกับด้านความสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.23) โดยเรื่องภาพมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 4.52 รองลงมาเป็นเรื่องมีความน่าสนใจที่จะใช้ต่อไป มีค่าเฉลี่ย 4.30 และภาษาที่ใช้มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจต่อสติกเกอร์ไลน์ ด้านการใช้งาน

ความพึงพอใจต่อสติกเกอร์ไลน์ ด้านการใช้งาน	μ	σ	ความหมาย
1. มีความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน	4.39	0.66	มากที่สุด
2. ไม่มีความยุ่งยากในการใช้งาน	4.52	0.73	มากที่สุด
3. มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานได้หลากหลาย	3.91	0.95	มาก
4. ใช้งานได้ตรงตามจุดประสงค์	4.52	0.73	มากที่สุด
5. ประสิทธิภาพโดยรวมของการใช้งาน	3.74	0.81	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	0.11	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมเกี่ยวกับด้านการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด (4.21) โดยเรื่องการใช้งานได้ตรงตามจุดประสงค์ และไม่มีความยุ่งยากในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากัน 4.52 รองลงมาเป็นเรื่องมีความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.39 และมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานได้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ

3) ข้อคิดเห็นและ/หรือข้อเสนอแนะ (เพิ่มเติม) ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สำหรับสติกเกอร์เพื่อสื่อความหมาย จำนวนทั้งหมด 20 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ได้ดังต่อไปนี้

- รูปแบบยังดูน้อยเกินไป (จำนวน 5 คน)
- อยากให้ใส่ลูกเล่นความน่ารัก ลงไปอีกนิดหน่อย (จำนวน 7 คน)
- อยากได้ตัวสติกเกอร์พูดได้ (จำนวน 3 คน)
- น่ารักดีและดีใจมากที่มีสติกเกอร์ของสาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร (จำนวน 5 คน)

4. อภิปรายผลสรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่องการสร้างสรรค์สติกเกอร์ไลน์สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1) สติกเกอร์ไลน์สำหรับหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ที่สามารถรองรับแพลตฟอร์มโทรศัพท์มือถือระบบ ios และ Android ประกอบด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1) กลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตร มี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) Congratulations 2) Hello MCA. และ 3) อาจารย์มาแล้ว!!

1.2) กลุ่มนักศึกษา มี 15 ลักษณะที่มีทั้งการแสดงลักษณะประกอบข้อความ และการแสดงสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว ได้แก่ 1) เกรด A ลอยมา 2) มีการบ้าน 3) จบแล้วจ้า... 4) Otw. 5) ติดงาน 6) เยี่ยม (แสดงสัญลักษณ์) 7) OK (แสดงสัญลักษณ์) 8) Thank you 9) Sorry!! 10) H.B.D. 11) ทิวแล้ว (แสดงสัญลักษณ์) 12) วังจ้ง 13) เรียนไร 14) อยู่ไหน และ 15) มึงงานเข้า

2) ความพึงพอใจต่อสติกเกอร์ไลน์ที่สร้างสรรค์ขึ้น พบว่านักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีช่วงอายุตั้งแต่ 21 -25 ปี ประกอบอาชีพเป็นนักศึกษาส่วนใหญ่ และมีรายได้ตั้งแต่ 25,001 - 35,000.- บาท โดยได้มีการแสดงความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบสติกเกอร์ไลน์ที่สร้างสรรค์ขึ้น สรุปได้คือด้านรูปแบบ และความหมาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 โดยเรื่องความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 4.48 รองลงมาเป็นเรื่องความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของรูปแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.35 และเรื่องรูปแบบมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนในเรื่องความน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.23 โดยเรื่องภาพมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 4.52 รองลงมาเป็นเรื่องมีความน่าสนใจที่จะใช้ต่อไป มีค่าเฉลี่ย 4.30 และภาษาที่ใช้มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.26 สำหรับในด้านการใช้งาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.21 โดยเรื่องการใช้งานได้ตรงตามจุดประสงค์และไม่มี ความยุ่งยากในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากัน 4.52 รองลงมาเป็นเรื่องมีความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.39 และมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานได้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.91

4.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลของการศึกษาดังกล่าวข้างต้นมีสิ่งที่น่าสนใจซึ่งควรนำมาอภิปรายเพื่อให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ดังนี้

1) ในเรื่องด้านรูปแบบและความหมายของสติกเกอร์ไลน์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 ในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของรูปแบบ ความชัดเจนของรูปแบบ การมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย มีรูปแบบตราสินค้าที่สอดคล้องกับการรับรู้ รูปแบบมีความทันสมัย เอกลักษณ์ชัดเจน เข้าใจง่าย และการใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้รูปแบบและความหมายของสติกเกอร์ไลน์ดังกล่าวได้ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาตรงตามลักษณะเฉพาะของแอปพลิเคชันไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภศิลป์ กุลจิตต์เจิววงศ์ (2556) ที่กล่าวไว้ว่ามีอุปกรณ์ที่รองรับที่หลากหลาย ช่วยเพิ่มสีสันและชีวิตชีวาให้กับการสนทนา มีความใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ

2) ด้านความน่าสนใจของสติกเกอร์ไลน์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.23 ไม่ว่าจะเป็นภาพ ภาษาที่ใช้มีความน่าสนใจ สามารถสื่อความหมายได้ถูกต้องชัดเจน และมีความน่าสนใจที่จะเชิญชวนผู้อื่นใช้ต่อไปด้วย ตรงกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ทั้งนี้ความน่าสนใจของสติกเกอร์ไลน์ดังกล่าวได้ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาตรงกับงานวิจัยของเฟิร์ส อ่างในกาญจนา แก้วเทพ (2542) ที่กล่าวไว้ว่าสิ่งที่มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง และตรงกับกาญจนา แก้วเทพ (2542) ที่กล่าวไว้ว่า สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมาย (Meaning) แทนของจริง/ตัวจริง (Object) ในตัวบท (Text) และในบริบท (Context) หนึ่งๆ สิ่งที่น่ามาใช้เป็นสัญลักษณ์ อาจจะเป็นวัตถุสิ่งของหรืออาจจะเป็นรูปภาพ และสัญลักษณ์ที่เราารู้จักกันมากที่สุด คือ ภาษา

3) ด้านการใช้งานของสติกเกอร์ไลน์ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ

มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.21 ไม่ว่าจะจะเป็นความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน ไม่มีความยุ่งยากในการใช้งาน มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานได้หลากหลาย ใช้งานได้ตรงตามจุดประสงค์ และประสิทธิภาพโดยรวมของการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Faber (2000) Green & Krcmar (2005) Haridakis & Rubin (2005) Rubin (1994) ที่กล่าวไว้ว่าด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อได้ให้ความสนใจในการเชื่อมโยงเหตุผลของการใช้สื่อเข้ากับตัวแปรต่างๆ เช่น ความต้องการ เป้าหมาย ผลประโยชน์ที่ได้รับ ผลกระทบจากสื่อ และปัจจัยส่วนบุคคล

4.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1) หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ควรนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการปรับปรุงสติกเกอร์ไลน์ เพื่อการสื่อความหมายให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตามทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (Application Line) ของนักศึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตรฯ ดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถนำไปจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้แก่ผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ควรทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกี่ยวกับรูปแบบของสติกเกอร์ไลน์ให้แก่สถาบันการศึกษาอื่นๆ ได้รับทราบและ/หรือนำเอาไปใช้ประโยชน์

3) สถาบันการศึกษาหรือองค์กร/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นสามารถนำเอารูปแบบของสติกเกอร์ไลน์ เพื่อความหมายไปประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อสถาบัน องค์กร และหน่วยงานของตนเองได้ต่อไป

4.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยควรจะเป็นกลุ่มที่ใหญ่ขึ้น ได้แก่ นักศึกษาระดับมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิตในสาขาอื่นๆ รวมถึงอาจารย์และเจ้าหน้าที่ของหลักสูตรฯ อื่น ในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่หลากหลาย ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้น และสามารถนำมาวิเคราะห์ผลได้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2) การเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร ควรใช้วิธีสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Private Interviews) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์และมีความเที่ยงตรงยิ่งขึ้น

3) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสร้างสรรครูปแบบของสติกเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อความหมายให้ เป็นไปในลักษณะปรากฏขึ้นอย่างฉับพลัน (Pop Up) รวมทั้งมีเสียงประกอบ (Sound) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความหลากหลายและเรียกร้องความน่าสนใจของผู้ใช้งานได้มากยิ่งขึ้น

4) ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะมุ่งศึกษาไปในเรื่องดนตรีประกอบ (Sound) ว่าจะมีผลทำให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (Application Line) มีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นหรือไม่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *การวิเคราะห์สื่อแก่นความคิดและเทคนิค*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร :

เอ็ดสัน เพรส โปรดักส์

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจืองศ์. (2556). ไลน์รูปแบบการสื่อสารบนความสร้างสรรค์ของสมาร์ตโฟน: ข้อดี

และข้อจำกัดของแอปพลิเคชัน. *วารสารนักบริหาร*. 33(4), 42-54

อังสุมาลิน ศิริมงคลกิจ. (2560). *กำเนิดแอปพลิเคชัน "ไลน์"*. สืบค้นจาก <http://guru.sanook.com>.

Faber, R. (2000). *The urge to buy: A uses and gratifications perspective on compulsive buying*.

In S. ratneshwar, D. G. Mick, & C. Huffman (Eds.), *The why of consumption* (pp.177-196). London: Routledge.

Greene, K., & Krcmar, M. (2005). *Predicting exposure to and liking of media violence: A uses and gratification approach*. *Communication Studies*. 56, 71- 93.

Haridakis P, Rubin A. (2005). Third-person effects in the aftermath of terrorism. *Mass Communication & Society*. 8, 39-59.

Rapeepat Khamlar. (2014). กลยุทธ์โฆษณาแฝงเพื่อสร้างความภักดีในแบรนด์ธุรกิจ กรณีศึกษา การออกแบบคาแรคเตอร์ สติ๊กเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชัน. สืบค้นจาก http://www.mediaartsdesign.org/project_detail.php?project_id=487

ผู้เขียน



กิตติศักดิ์ ตู้ทอง

ตำแหน่งงาน : ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี

การศึกษา:

ปริญญาตรี ศ.ม.เศรษฐศาสตร์การคลังสาธารณะ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาโท ศศ.บ.การบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต



ผศ.ดร.จักรีรัตน์ แสงวาริ

ตำแหน่งงาน : ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมการสื่อสาร

การศึกษา:

ปริญญาตรี นศ.บ.การสื่อสารมวลชนและสื่อสารการแสดง

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ปริญญาโท ว.ม.การบริหารสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปริญญาเอก ประ.ด.เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ