

การพัฒนาสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพูเพื่อส่งเสริมการขาย
สินค้าโอท็อปฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี

THE DEVELOPMENT OF STICKERS FOR LINE APPLICATION: THE PINK MUSHROOM
FAMILY SET FOR PROMOTING OTOP PRODUCTS OF KLANG BAAN MUSHROOM
FARM, PATHUM THANI PROVINCE

ณัตตยา เอี่ยมคง¹ และเทวิน ธีระวุฒิ²
Nuttaya Iam-Khong¹, Tawin Teerawut²

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ E-mail nuttaya.iam@vru.ac.th

² นักวิจัย E-mail vaseline0021@gmail.com

Received June 27, 2021
Revised July 5, 2021
Accepted August 6, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาพัฒนาสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุด ครอบครัวเห็ดสีชมพู นำมาใช้ในการส่งเสริมการขายสินค้าโอท็อปฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุด ครอบครัวเห็ดสีชมพู กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ สติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า สติ๊กเกอร์ไลน์จำนวน 26 แบบ และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ที่พัฒนาขึ้นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51

คำสำคัญ

สติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ โอท็อป ครอบครัวเห็ดสีชมพู

ABSTRACT

This research aimed to develop stickers on Line application: the pink mushroom family set for promoting OTOP products of Klang Baan mushroom farm, Pathum Thani province and to investigate users' satisfaction of the Line stickers: the pink mushroom family set. The sample of the study included 30 students at the faculty of Management Sciences, Digital Business program, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani province. The research tools were Line stickers—the pink mushroom family set and the users' satisfaction questionnaire. The statistics used in the research were represented by a mean and standard deviation. The researchers eventually created 26 Line stickers. The overall results revealed that the respondents were satisfied with the Line stickers at the highest level ($M = 4.72$, $SD = 0.51$).

Keywords

Line Stickers, OTOP, Pink Mushroom Family

ความสำคัญของปัญหา

สติ๊กเกอร์ไลน์ คือ ภาพการ์ตูนน่ารักๆ ใช้ในการสื่อสารให้กับคู่สนทนา แทนความรู้สึกหรืออารมณ์ต่างๆ ประกอบด้วยภาพการ์ตูนและคำพูดแทนความรู้สึกในขณะนั้นของผู้สนทนา ช่วยให้การพูดคุยผ่านแอปพลิเคชันไลน์เกิดความน่าสนใจมากขึ้น โดยมีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียง สามารถดาวน์โหลดได้ทั้งแบบฟรีและแบบมีค่าใช้จ่าย (Line office account, 2020) ซึ่งในปัจจุบันสติ๊กเกอร์ไลน์สามารถใช้ในการส่งเสริมช่องทางการตลาดการโปรโมทสินค้าได้เป็นอย่างดี โดยการใช้สติ๊กเกอร์แบบฟรีให้ดาวน์โหลดจะทำผ่านสปอนเซอร์สติ๊กเกอร์เป็นการทำตลาดผ่านสติ๊กเกอร์ของไลน์จาก NHN Corporation ประเทศญี่ปุ่น เปิดโอกาสให้แบรนด์สินค้าที่สนใจมีสติ๊กเกอร์ในแบบของตนเองสามารถร่วมสร้างสติ๊กเกอร์ให้ผู้ใช้ดาวน์โหลดใช้งานได้ฟรี โดยมีระยะเวลา 90 วันหลังจากวันที่ดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ครบอายุจะหายไป หากต้องการใช้สติ๊กเกอร์เพิ่มสามารถจ่ายเงินเพิ่มให้กับ NHN Corporation ตามราคาที่กำหนดได้ ส่วนสติ๊กเกอร์แบบมีค่าใช้จ่ายเกิดจากบุคคลทั่วไปต้องการทำสติ๊กเกอร์ขึ้นมาเพื่อขายให้กับผู้ใช้โหลดใช้งานและมีค่าใช้จ่ายที่ต้องชำระสำหรับสติ๊กเกอร์ให้กับ NHN Corporation โดยผู้ใช้งานสามารถเลือกโหลดสติ๊กเกอร์ได้ตามความต้องการของผู้ใช้ สติ๊กเกอร์ไลน์จึงกลายเป็นอีกหนึ่งช่องทางการตลาดผ่านไลน์แอปพลิเคชันไป (ภาวิน เฝ้าจินดา, 2560)

กลุ่มโอท็อปฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี ได้เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2557 โดยทำเพาะเลี้ยงเห็ดหลากหลายชนิด เช่น นางฟ้าภูฐาน นางรมฮังการี เห็ดขอน เห็ดหูหนู นางรมเทา นางรมดำ นางรมสีทอง นางนวลสีชมพู มีลักและ เห็ดหลินจือแดง เป็นต้น นอกจากนี้ยังนำเห็ดที่ได้จากการเพาะเลี้ยงจากฟาร์มมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ 2 รูปแบบ คือ ในรูปแบบของกินและของใช้นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของกลุ่ม ดังนี้ น้ำพริก เห็ดสวรรค์ แหนมเห็ด และน้ำเห็ด

เป็นต้น ในรูปแบบของใช้นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เวชสำอางต่างๆ เช่น สบู่ แชมพูบำรุงผิวหน้า และ เจลล้างมือ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารที่แปรรูปจากเห็ดมีการวางจำหน่ายในบริเวณฟาร์มเห็ด กลางบ้าน และจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยแอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก จากการสำรวจ กลุ่มโอท็อปฟาร์มเห็ดกลางบ้าน พบว่า กลุ่มโอท็อปฟาร์มเห็ดกลางบ้าน ได้ทำการเพาะเห็ดเอง จึงมีผลผลิตที่เป็นเห็ดสดจำหน่ายทั้งปี ในแต่ละวันเห็ดสดไม่สามารถจำหน่ายได้หมด การเก็บรักษา ยาก อายุของสินค้าสั้น ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยสถาบันวิจัย และพัฒนาได้มีโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปขึ้น โดยให้อาจารย์ในมหาวิทยาลัยร่วมกับ ชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นเป็น วาฟเฟิลเห็ดนางนวลสีชมพู เพื่อช่วยในการเก็บรักษา และแปรรูป สร้างมูลค่าให้กับสินค้า เพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มโอท็อปฟาร์มเห็ดกลางบ้าน และสามารถนำขายผ่าน ตลาดออนไลน์ได้ดี โดยผลิตภัณฑ์วาฟเฟิลเห็ดที่ได้พัฒนาขึ้นนี้ผลิตจากเห็ดนางนวลสีชมพูทำให้ วาฟเฟิลมีสีชมพูอ่อนและเป็นสินค้าใหม่ของฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี

จากความเป็นมาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการส่งเสริม การขาย เนื่องจากวาฟเฟิลเห็ดนางนวลสีชมพูนี้เป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ เพื่อเป็นการเปิดตัวให้ลูกค้า ของฟาร์มเห็ดกลางบ้านรู้จักมากขึ้นและสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ให้เกิดการจดจำจากสตีกเกอร์ไลน์ ผู้วิจัย จึงได้พัฒนาสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู ขึ้นเพื่อส่งเสริมการขายสินค้า โอท็อปฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี โดยในงานวิจัยชิ้นนี้นำสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู มาศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นการส่งเสริมการขายสินค้าผ่าน ช่องทางที่ทันสมัยและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในกลุ่มที่กว้างขึ้น ผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดสตีกเกอร์ บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพูไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ผ่านแอปพลิเคชันไลน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินงานในงานวิจัยครั้งนี้มี 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การวางแผนและกำหนดความต้องการของสตีกเกอร์

ศึกษารวบรวมข้อมูลต่างๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาการสร้างสตีกเกอร์ของ แอปพลิเคชันไลน์จากผู้สร้างสตีกเกอร์ท่านอื่น และศึกษาการพัฒนาสตีกเกอร์ไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ การขายรวมไปถึงการจำหน่ายสตีกเกอร์ไลน์

กำหนดปัญหาและความต้องการสตีกเกอร์ในรูปแบบต่างๆ ของแอปพลิเคชันไลน์ที่อาจจะ ช่วยให้ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนา หรือสตีกเกอร์ที่มีการส่งเสริมการค้าขาย ด้วยสัญลักษณ์หรือข้อความที่แสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึกระหว่างคู่สนทนา ในปัจจุบันได้มีการ พัฒนาสตีกเกอร์ไลน์ออกมามากมายหลายรูปแบบรวมไปถึงสตีกเกอร์ที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย โดยในปัจจุบันยังไม่มีในลักษณะชุดการ์ตูนแนวครอบครัวเห็ดสีชมพู ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พัฒนาสตีกเกอร์

ไลน์ขึ้นมาเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าใหม่อย่างผลิตภัณฑ์วาฟเฟิลหัดกรอบให้ผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดผ่านแอปพลิเคชันไลน์ได้ ผู้ประกอบการสร้างการจดจำในผลิตภัณฑ์ได้จากการส่งภาพสต็อกเกอร์ให้กับคู่สนทนาหรือลูกค้าในแอปพลิเคชันไลน์ ช่วยกระตุ้นความสนใจให้กับสินค้าสร้างความเพลิดเพลิน และสนุกสนาน จากความน่ารักของตัวการ์ตูนสต็อกเกอร์ไลน์ ชุดครอบครัวหัดสีชมพู

2. ออกแบบและพัฒนาสต็อกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวหัดสีชมพู เพื่อเพื่อการโปรโมทสินค้า

3. ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสต็อกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวหัดสีชมพู

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชารัฐกิจดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นนักศึกษาสาขาวิชารัฐกิจดิจิทัล ระดับชั้นปีที่ 2 – 3 ที่เคยซื้อสต็อกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์จำนวน 30 คน ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. สต็อกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวหัดสีชมพู ออกแบบโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2019

2. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานสต็อกเกอร์ไลน์ ชุดครอบครัวหัดสีชมพู เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผ่านการตรวจสอบเครื่องมือด้วย IOC แล้วจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์และความสามารถในการประเมินคุณภาพของสต็อกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์จำนวน 3 ท่าน โดยคะแนนที่ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินให้นำมาคำนวณแล้วมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruency-IOC) อยู่ระหว่าง 0.65 – 1.00 ซึ่งเกินกว่า 0.50 ทำให้ไม่มีการตัดคำถาม

วิธีการดำเนินงาน

การพัฒนาสต็อกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ครอบครัวหัดสีชมพูมีขั้นตอนดังนี้

1. การวางแผน

กำหนดหัวข้อและศึกษาวิธีการสร้างสต็อกเกอร์ไลน์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายสินค้าและสต็อกเกอร์ไลน์แนวครอบครัว ชุดครอบครัวหัดสีชมพู มีรูปแบบใดเพื่อที่จะนำเรื่องสิ่งที่ศึกษาไปพัฒนาสต็อกเกอร์ไลน์ต่อไป

2. ออกแบบ

2.1 ออกแบบตามรูปแบบหัวข้อที่กำหนด โดยแนวคิดในการออกแบบคือ “สต็อกเกอร์ไลน์ ชุดครอบครัวหัดสีชมพู” ใช้คำพูดและท่าทางในการส่งเสริมการขายและท่าทางในชีวิตประจำวันในขั้นตอนการออกแบบ ตามกฎหมายบริษัท NHN Corporation

2.2 การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู ผู้จัดทำได้ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CC 2019 และ Adobe Photoshop CC 2019 ในการออกแบบและพัฒนาตามลำดับ ดังนี้

2.2.1 ร่างแบบของลงบนกระดาษ โดยวาดด้วยดินสอ ตามแนวคิดที่ได้ออกแบบไว้ จากนั้นถ่ายภาพแล้วนำไฟล์ภาพลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วจึงแทรกเข้าไปในโปรแกรม Adobe Illustrator CC 2019 ดังภาพที่ 1

2.2.2 ใช้เครื่องมือ Pen Tool ในโปรแกรม Adobe Illustrator CC 2019 วาดเส้นตามแบบร่างที่ออกแบบไว้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 1 ออกแบบร่างบนกระดาษและ
นำลงโปรแกรม

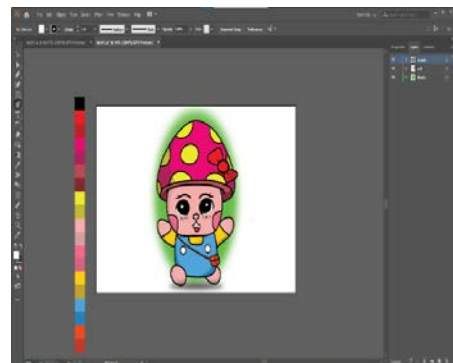


ภาพที่ 2 ใช้เครื่องมือ Pen Tool วาดเส้นตามแบบร่าง

2.2.3 ลงสีในชิ้นงานที่วาดตามที่ได้ออกแบบไว้ ดังภาพที่ 3 จากนั้นตกแต่งโดยการแทรกสีพื้นหลัง ดังภาพที่ 4

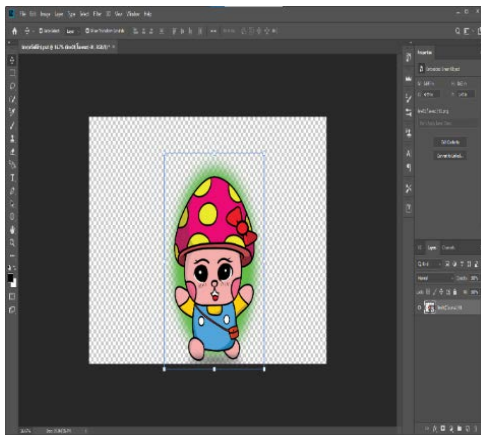


ภาพที่ 3 ลงสีชิ้นงานตามที่ได้ออกแบบไว้

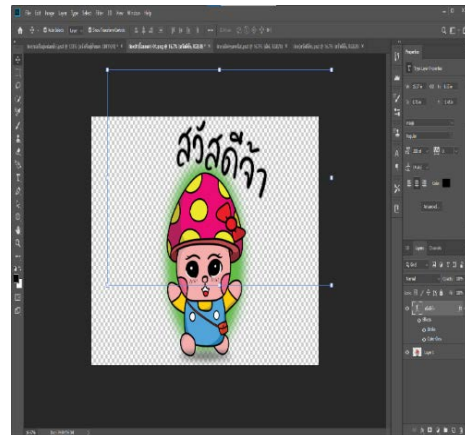


ภาพที่ 4 ใส่สีพื้นหลังตามที่ต้องการ

จากนั้นทำการนำภาพที่วาดเสร็จ นำไปแทรกในโปรแกรม Adobe Photoshop CC 2019 เพื่อสร้างข้อความ ดังภาพที่ 5 ทำการแทรกข้อความตามลักษณะท่าทางของภาพวาด ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 5 นำไปแทรกในโปรแกรม
Adobe Photoshop CC 2019



ภาพที่ 6 แทรกข้อความตามลักษณะ
ท่าทางของภาพวาด

3. นำสติ๊กเกอร์ที่ได้มาประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อรูปสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าโอท็อปของฟาร์มเห็ดกลางบ้าน แล้วจึงนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. ผลการพัฒนาสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู พบว่าสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วยสติ๊กเกอร์จำนวน 26 รูปแบบ มีลักษณะเป็นตัวการ์ตูนแนวครอบครัวที่มีท่าทางและแสดงอารมณ์ประกอบข้อความส่งเสริมการขายดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 สติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู จำนวน 26 แบบ

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัว
เห็ดสีชมพู ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. ด้านข้อความและการใช้ภาษา			
1.1 ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4.87	0.35	มากที่สุด
1.2 ความทันสมัยของภาษาที่ใช้	4.83	0.38	มากที่สุด
1.3 ข้อความที่ใช้มีความน่าสนใจ	4.77	0.43	มากที่สุด
1.4 ความสอดคล้องระหว่างข้อความกับภาพประกอบ	4.77	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.81	0.40	มากที่สุด
2. ด้านรูปลักษณ์ของสตีกเกอร์ไลน์			
2.1 การออกแบบสตีกเกอร์ดูทันสมัย	4.73	0.44	มากที่สุด
2.2 สตีกเกอร์มีความเหมาะสมเ็นที่น่าเสนอ	4.73	0.44	มากที่สุด
2.3 สตีกเกอร์ที่น่าเสนอมีความน่าสนใจ	4.76	0.43	มากที่สุด
2.4 สตีกเกอร์ที่น่าเสนอมีความเหมาะสมต่อการโปรโมท	4.86	0.34	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.77	0.41	มากที่สุด
3. ด้านรูปแบบสตีกเกอร์เพื่อการโปรโมทสินค้า			
3.1 สตีกเกอร์สอดคล้องกับเนื้อหา	4.83	0.38	มากที่สุด
3.2 สตีกเกอร์มีความน่าสนใจ	4.77	0.43	มากที่สุด
3.3 สตีกเกอร์สอดคล้องกับการนำเสนอบนแอปพลิเคชันไลน์	4.77	0.43	มากที่สุด
3.4 สตีกเกอร์มีความเหมาะสมในการใช้โปรโมทสินค้า	4.77	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.78	0.41	มากที่สุด
4. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร			
4.1 สตีกเกอร์ไลน์ช่วยถ่ายทอดความรู้สึกที่ชัดเจนต่อผู้รับ	4.55	0.85	มากที่สุด
4.2 สตีกเกอร์ไลน์ช่วยถ่ายทอดข้อความที่ต้องการได้อย่างง่าย	4.43	0.90	มาก
4.3 สตีกเกอร์ไลน์ช่วยให้ฉันส่งข้อมูลที่ต้องการอย่างครบถ้วน	4.58	0.81	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.52	0.85	มากที่สุด
ผลการประเมินรวม	4.72	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$, S.D. = 0.51) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านข้อความและการใช้ภาษา ($\bar{X}=4.81$, S.D. = 0.40) ด้านรูปแบบสตีกเกอร์เพื่อการโปรโมทสินค้า ($\bar{X}=4.78$, S.D. = 0.41) ด้านรูปลักษณ์ของสตีกเกอร์ไลน์ ($\bar{X}=4.77$, S.D. = 0.41) และด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X}=4.52$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง การพัฒนาสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพู เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าโอท็อป ฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี ได้มีการออกแบบสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 26 แบบ มีลักษณะเป็นตัวการ์ตูนแนวครอบครัวที่มีท่าทางและแสดงอารมณ์ประกอบข้อความที่สื่อถึงการส่งเสริมการขายสินค้า และมีระดับความพึงพอใจรวมของสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดครอบครัวเห็ดสีชมพูอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$, S.D. = 0.51) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านข้อความและการใช้ภาษา ($\bar{X}=4.81$, S.D. = 0.40) เนื่องจากการใช้ภาษาในสตีกเกอร์ไลน์นั้นช่วยให้สตีกเกอร์มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น โดยภาษาที่ใช้ต้องมีความสอดคล้องกับการใช้งานที่จัดทำสตีกเกอร์ขึ้น สามารถแสดงอารมณ์ความรู้สึก การบอกเล่าคำถาม การตอบรับต่างๆ ได้ (มนธิชา ก้องวุฒิเวช และปณิธาน บรรณาธรรม, 2562) ด้านรูปแบบสตีกเกอร์เพื่อการโปรโมทสินค้า ($\bar{X}=4.78$, S.D. = 0.41) จากงานวิจัยของ มนัส ทองบุญเรือง และคณะ, 2562 แสดงให้เห็นว่าเมื่อพัฒนาสตีกเกอร์ไลน์แล้วโปรโมทชุดสตีกเกอร์ที่พัฒนาขึ้นผ่านโซเชียลมีเดียทำให้สินค้าโอท็อปของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีสถิติยอดเข้าชมเว็บไซต์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องด้วยการพัฒนาสตีกเกอร์ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจแล้วยังช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าได้ด้วย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ วัฒนา ทิพย์ทอง และคณะ, 2562 กล่าวว่าการใช้สตีกเกอร์ไลน์ช่วยในการประชาสัมพันธ์ทำให้มีการเข้าชมเว็บไซต์เพิ่มขึ้น ด้านรูปลักษณ์ของสตีกเกอร์ไลน์ ($\bar{X}=4.77$, S.D. = 0.41) และด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X}=4.52$, S.D. = 0.85) จากงานวิจัยของ ภาวิน เฝ้าจินดา, 2561 กล่าวว่าสามารถนำมาใช้เสริมในการพัฒนาสตีกเกอร์ชุด ครอบครัวเห็ดสีชมพูได้ด้วยการสร้างการสื่อสารผ่านทางอารมณ์ด้วยสตีกเกอร์ไลน์นั้นผ่านคาแรคเตอร์ที่ออกแบบด้วยคำสั้นๆ ทำให้ผู้ที่สื่อสารด้วยเข้าใจได้ง่ายและเป็นคำที่ใช้กันในหมู่วัยรุ่น แต่ละคำต้องเป็นคำยอดฮิต ในการสร้างสตีกเกอร์ไลน์สามารถสร้างมูลค่าให้กับสตีกเกอร์ได้ด้วยการทำให้ผู้ใช้จดจำคาแรคเตอร์นั้นๆ หรือคอนเซ็ปต์ของการออกแบบตามกระแสสังคมออนไลน์หรือคำที่ติดปากของศิลปินนักแสดงในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรนำสตีกเกอร์ไลน์ที่พัฒนาขึ้นให้ผู้สนใจสามารถดาวน์โหลดใช้งานแบบฟรีได้เพื่อให้ผู้ใช้งานมากขึ้น และถูกใช้งานอย่างกว้างขวาง
2. ควรเพิ่มวิธีการในการเก็บข้อมูลการวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อระดับการรับรู้และการยอมรับในเทคโนโลยีที่นำมาช่วยในการส่งเสริมการขาย
3. ควรเพิ่มความสามารถของสตีกเกอร์ไลน์ให้ดึงดูดมากขึ้น ด้วยการจัดทำเป็นวิดีโอ มีเสียงประกอบ หรือ สตีกเกอร์ในรูปแบบเคลื่อนไหวได้ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

LineOfficeAccount. (2563). **Line Sticker คืออะไร**. สืบค้นจาก

https://www.lineofficialaccount.com/what_is_line_stickers.php.

ภาวิน เฝ้าจินดา. (2560). **การสื่อสารความหมายของสตีกเกอร์ไลน์บนไลน์แอปพลิเคชันและมุมมองของผู้ใช้บริการเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งธุรกิจสตีกเกอร์ไลน์**. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มนธิชา ก้องวุฒิเวช และปณิธาน บรรณาธรรม. (2562) **การใช้ภาษาในสตีกเกอร์ไลน์**. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2, 71-82.

มนัส ทองบุญเรือง, และคณะ. (2562). **การพัฒนาสตีกเกอร์ไลน์เพื่อโปรโมทสินค้าโอท็อปจังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. The 5th ASEAN Undergraduate Conference in Computing (AUC2), 49 - 56.

วัฒนา ทิพย์ทอง และคณะ. (2562). **การพัฒนาสตีกเกอร์ไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนป่าละอู**. The 5th ASEAN Undergraduate Conference in Computing (AUC2), 57-64.

ประวัติแนบท้ายบทความ (ภาษาอังกฤษ)

	Name and Surname: Nuttaya lam-Khong Highest Education: PH.D. Learning in Innovation technology University or Agency: Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage Field of Expertise: Digital Business Address: faculty of Management Science Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage
---	--