

การพัฒนาสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย

The Development of Animated Stickers to Promote Physical Well-Being

จักรพันธ์ เรืองนภาพขจร

Jakkraphan Ruangnuphaphajorn

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ 36000

Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Chaiyaphum Campus, Chaiyaphum

36000 Thailand

*Corresponding Author E-mail: pjune_ja@hotmail.com

(Received: July 30, 2025; Revised: October 7, 2025; Accepted: October 9, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและศึกษาผลการใช้สติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย จำนวน 26 ชิ้นงาน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ทำการประเมินคุณภาพสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน พบว่า มีเนื้อหาที่ถูกต้องเหมาะสม ตัวละครมีบุคลิกที่น่ารัก สดใส ดึงดูดความสนใจ มีฉากหลังที่สวยงาม ข้อความอ่านได้ง่าย เหมาะสมที่จะนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีการใช้แบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์สติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย เพื่อศึกษาผลการใช้สติ๊กเกอร์แอนิเมชันของกลุ่มตัวอย่าง 551 คน ผลการประเมินพบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสติ๊กเกอร์แอนิเมชันชุดนี้ในระดับมาก มีความถูกต้องในการสื่อความหมาย มีเอกลักษณ์สร้างการจดจำได้ มีการออกแบบที่เหมาะสม มีความน่าสนใจของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน ช่วยให้การสื่อสาร

*บทความวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ หมายเลข ART 015/2567

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

ด้านสุขภาวะทางกายมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ และได้รับประโยชน์จากสติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่าเพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจในประเด็นการออกแบบสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน ความถูกต้องเหมาะสมในการสื่อความหมาย และความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการใช้สติ๊กเกอร์แอนิเมชันในการสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 สถานภาพ การทำงานที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในประเด็นความน่าสนใจของสติ๊กเกอร์แอนิเมชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 การใช้แพลตฟอร์มที่ต่างกัน มีผลความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ในทุกประเด็นเนื้อหาและความถี่ในการใช้งานที่ต่างกัน มีผลความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ในทุกประเด็นเนื้อหา

คำสำคัญ: สติ๊กเกอร์แอนิเมชัน, สุขภาวะทางกาย, แอนิเมชันสองมิติ

Abstract

The purpose of this research was to develop and examine the use of 26 animated stickers designed to promote physical well-being. A group of experts evaluated the quality of the animated stickers and found that their content was accurate and appropriate. The characters were described as cute, bright, and attention-grabbing, with a visually pleasant background. The text was easy to read and suitable for dissemination through social media platforms. In examining the use of the animated stickers, the satisfaction and perceived benefits of a sample of 551 participants were evaluated. The findings indicated a high level of overall satisfaction. The stickers were considered accurate in conveying meaning, unique, and memorable, with an appropriate design. Their visual appeal contributed to more effective communication of physical well-being. Participants also reported that the stickers could be

used in daily life and provided substantial practical benefits. Furthermore, gender differences were associated with significantly different levels of satisfaction regarding the design features of the animated stickers, the accuracy and appropriateness of meaning conveyed, and opinions on the effectiveness of using the animated stickers to communicate physical well-being with conversational partners, at the .05 level. Differences in occupation were also associated with significantly different levels of satisfaction with the visual appeal of the stickers at the .05 level. However, the use of the stickers across different platforms did not result in statistically significant differences in the satisfaction and perceived benefits of the animated stickers at the .05 level. Across all content dimensions, differences in content and frequency of use resulted in statistically significant differences in satisfaction and perceived benefits of the animated stickers at the .05 level.

Keywords: Animated Stickers, Physical Well-Being, 2D Animation

บทนำ

การมีสุขภาพ (health) หรือสุขภาวะที่ดีเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) มีการนิยามความหมายของสุขภาพหรือสุขภาวะ หมายความว่ารวมถึงภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิตใจ และทางสังคม ส่งผลต่อแนวคิดในการปฏิรูประบบสุขภาพของไทย มีการขยายกรอบการทำงานของกระทรวงสาธารณสุขจากการดูแลสุขภาพมาเป็นการดูแลสุขภาพของประชาชนชาวไทย ร่วมกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ผ่านการแนะนำแนวทางการปฏิบัติตนเพื่อให้มีสุขภาวะที่ดี (สุภาพร คชรัตน์, 2560)

ในการสื่อสารในเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ มีการสร้างสรรค์เนื้อหาให้ตระหนักถึงการสร้างและรักษาสุขภาพผ่านสื่อต่างๆมากมายโดยเฉพาะการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (มลินี สมภพเจริญ, 2565) จากผลการสำรวจและรวบรวมข้อมูลการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ประจำปี 2566 ในไตรมาส 1 พบว่า

ครัวเรือนของไทยมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต 21 ล้านครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 89.50 ของครัวเรือนทั้งหมดในประเทศไทย ประชาชนส่วนใหญ่มีการเชื่อมต่อและใช้อินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้อยละ 84.07 มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7 ชั่วโมง 25 นาที โดยเฉพาะกิจกรรมการติดต่อสื่อสาร ความบันเทิง การซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์ โดยมีกิจกรรม 3 อันดับแรก คือใช้สื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 92.46 สนทนา แชท ร้อยละ 91.59 และรับชม VDO Content ร้อยละ 72.98 (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

ในกิจกรรมการติดต่อสื่อสาร โดยใช้โปรแกรมสนทนาออนไลน์ หรือแชทนั้น ผู้ส่งสารจะนิยมใช้สติ๊กเกอร์แอนิเมชัน (animated sticker) ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านตัวละครหรือตัวการ์ตูนที่สร้างขึ้นมา ให้มีการเคลื่อนไหวในการสื่อสารเนื้อหาที่ต้องการไปยังผู้รับสาร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการพัฒนาสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย และศึกษาผลการใช้ ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาเนื้อหาของสื่อแอนิเมชันในรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย
2. เพื่อศึกษาผลการใช้สติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะ

ทางกาย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการพัฒนาสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

สติ๊กเกอร์แอนิเมชัน

สติ๊กเกอร์แอนิเมชัน เป็นรูปแบบการสื่อสารผ่านตัวละครหรือตัวการ์ตูนที่สร้างขึ้นมา ให้มีการเคลื่อนไหว เป็นที่นิยมอย่างมากในโปรแกรมสนทนาออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นโปรแกรมไลน์ (Line) หรือโปรแกรมแมสเซนเจอร์ (Messenger) ซึ่งแต่ละโปรแกรมจะมีสติ๊กเกอร์แอนิเมชันให้ผู้ใช้ได้เลือกซื้อหรือเลือกใช้ตามความต้องการ

โดยข้อกำหนดของการสร้างสติ๊กเกอร์แอนิเมชันของแต่ละโปรแกรม สนทนาจะแตกต่างกัน เช่น ในโปรแกรมสนทนาไลน์ จะมีข้อกำหนดในการสร้างสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อใช้ในการจำหน่ายนอกเหนือจากสติ๊กเกอร์ที่ทางโปรแกรมไลน์สร้างขึ้นมาเป็นการ ซึ่งสติ๊กเกอร์แอนิเมชันในไลน์จะเป็นในรูปแบบไฟล์ APNG เท่านั้น ที่สามารถนำไปจำหน่ายผ่านโปรแกรมไลน์ ซึ่งจะแบ่งประเภทของสติ๊กเกอร์ไลน์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สติ๊กเกอร์แอนิเมชัน สติ๊กเกอร์แอนิเมชันแบบมีเสียง (animated and sound stickers) และ สติ๊กเกอร์แอนิเมชันป๊อปอัพ (pop up animated stickers) (มนัสสินี ลำสันเทียะ, 2562)

ส่วนในโปรแกรมสนทนาแมสเซนเจอร์นั้น สติ๊กเกอร์แอนิเมชันที่มีในโปรแกรมจะเป็นรูปแบบไฟล์ GIF ซึ่งไฟล์รูปแบบ GIF (graphic interchange format) มีลักษณะเป็นไฟล์ภาพขนาดเล็ก แสดงสีได้เพียง 256 สี ไฟล์รูปแบบนี้เหมาะสำหรับงานการ์ตูน ภาพลายเส้นและงานที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ เนื่องจากดาวน์โหลดได้อย่างรวดเร็ว นิยมใช้ในการออกแบบปุ่มกด เมนู แบนเนอร์โฆษณา รวมไปถึงภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ (จรรยา อรัญะนาถ, 2560)

สื่อแอนิเมชัน เป็นสื่อที่นำเสนอภาพนิ่งให้มีการเคลื่อนไหว พัฒนามากขึ้นหลังจากมีการคิดค้นกล้องถ่ายภาพยนตร์และเครื่องฉายภาพ เมื่อคอมพิวเตอร์มีการพัฒนาขีดความสามารถมากขึ้น ก็มีการนำคอมพิวเตอร์มาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างงานแอนิเมชันมากขึ้น และในปัจจุบันนี้ มีการสร้างผลงานแอนิเมชันในรูปแบบทั้งสองมิติและสามมิติกันอย่างมากมาย (ศิระศักดิ์ ธีระสินางค์กุล, 2554)

พื้นฐานของงานแอนิเมชันคือ การเล่าเรื่องด้วยกราฟิกที่เคลื่อนไหวได้ โดยอาจจะเป็นกราฟิกที่สร้างขึ้นมาหรือการถ่ายภาพยนตร์มาผสมกันก็ได้ โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ สตอรี่บอร์ด (storyboard) ซึ่งเป็นการเขียนกรอบของเรื่องราวที่สมบูรณ์ ในแต่ละกรอบจะมีส่วนประกอบต่าง ๆ ที่แสดงออกมา เช่น ข้อความ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง โดยมีการเรียงลำดับของการปรากฏของแต่ละภาพเพื่อเล่าเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ (ปาพจน์ หนูนงักดี, 2553) แอนิเมชันมีการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบในหน้าจอที่มีความหลากหลาย เช่น การเคลื่อนไหวของวัตถุ การเปลี่ยนแปลงรูปทรง การเปลี่ยนแปลงขนาด ความโปร่งใส การเปลี่ยนสี การเปลี่ยนแปลงตัวอักษร ซึ่งลำดับของการเคลื่อนไหวถูกพัฒนาผ่านทางสตอรี่บอร์ด เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและการเคลื่อนไหวของแอนิเมชัน การจัดเลย์เอาต์ของสตอรี่บอร์ด มีความคล้ายกับ

การจัดหน้าการ์ตูนเป็นช่อง เป็นภาพร่างที่แสดงออกมาเป็นลำดับเพื่อให้เห็นการดำเนินเรื่อง บอกถึงมุกตลก เพลงประกอบ การเคลื่อนไหว เทคนิคพิเศษ ช่วงเวลาและการเปลี่ยนระหว่างฉาก (Lupton & Phillips, 2017) การใช้งานตัวอักษรปกติแล้วจะไม่อยู่ในรูปที่เคลื่อนไหวได้ แต่การทำให้ตัวอักษรมีการเคลื่อนไหวจะสื่อความหมายและสร้างความสนใจ อาจจะเป็นการเคลื่อนไหวแบบเลื่อนเข้า เลื่อนออกหรือปรากฏมาที่ละตัวอักษร หรือเปลี่ยนแปลงความโปร่งใสของตัวอักษรเพื่อให้ตัวอักษรจางหายไป ซึ่งรูปแบบการเคลื่อนไหวของตัวอักษรในอดีตจะใช้ในลักษณะ GIF แอนิเมชัน มีลักษณะเป็นชุดภาพนิ่งที่ต่อกันตามลำดับและเล่นวนซ้ำ ซึ่งเหมาะที่จะใช้สำหรับเว็บไซต์ เนื่องจากไม่ต้องใช้ตัวเล่นแอนิเมชันหรือโปรแกรมอื่นเสริม (Lupton, 2017)

กระบวนการสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน จะแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production) ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (จักรพันธ์ เรืองนภาพขจร และ จิราพร รุจิวัฒนากร, 2568; วิสิฐ จันมา, 2558; ศิริศักดิ์ ธีระสินางค์กุล, 2554) ขั้นตอนก่อนการผลิต จะเริ่มจากการเริ่มต้นแนวคิด แรงบันดาลใจ จากการค้นหาข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อกำหนดแนวความคิดและขอบเขตเนื้อหาในการสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน นำเนื้อหามาทำเป็นบทให้มีการลำดับเรื่องราว เข้าใจได้ง่าย หลังจากนั้นทำการออกแบบตัวละครและองค์ประกอบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นฉากหลัง รูปแบบและลักษณะตัวอักษร การใช้โทนสีและกราฟิกอื่นๆ แล้วทำการแปลงบทเป็นสตอรี่บอร์ด ซึ่งสตอรี่บอร์ดนั้นจะต้องมีการกำหนดขนาดของภาพ มุมมองของภาพ องค์ประกอบต่าง ๆ ภายในภาพ การกำหนดการเคลื่อนไหว การกำหนดเวลาในแต่ละช่วง (animatic) ในแต่ละฉาก การกำหนดเสียงที่ใช้ประกอบสื่อแอนิเมชัน (sound effect) ขั้นตอนการผลิต เริ่มจากการวาดหรือสร้างสรรค์ตัวละคร ฉากและองค์ประกอบอื่นๆ ด้วยเทคนิคต่าง ๆ ตามที่ผู้สร้างแอนิเมชันถนัด นำมาทำการเคลื่อนไหวด้วยเทคนิคต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในสตอรี่บอร์ด ทำการประมวลผลการเคลื่อนไหว (rendering) และการใส่เสียงประกอบ ขั้นตอนหลังการผลิต เป็นขั้นตอนการทำให้แอนิเมชันมีความสมบูรณ์อาจจะมีการปรับค่าสีและแสงในภาพรวมให้มีความกลมกลืนกันทั้งสื่อแอนิเมชัน การใส่ตัวอักษรหรือกราฟิกในตอนต้นและตอนท้าย และ

จัดการให้ความยาวในการนำเสนอของสื่อแอนิเมชันอยู่ในระยะเวลาที่กำหนด
ทำการบันทึกไฟล์ชิ้นงานให้มีคุณภาพของภาพและเสียงที่เหมาะสมที่จะนำไป
ใช้ในแต่ละสื่อ

สุขภาวะทางกายและการสื่อสารด้านสุขภาพ

องค์การอนามัยโลก ให้คำนิยามของคำว่าสุขภาพหรือสุขภาวะ
คือ ภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิตและทางสังคม (World Health
Organization, 2025) ซึ่งสุขภาวะทางกาย หมายถึง ความมีกำลังของระบบ
อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย ร่างกายมีความทนทาน ยืดหยุ่น สมส่วน มีภาวะ
โภชนาการและน้ำหนักตัวที่เหมาะสม การไม่ใช้สิ่งเสพติดต่าง ๆ การพักผ่อน
นอนหลับอย่างเพียงพอ (ภิรมย์ กมลรัตนกุล และ วิโรจน์ เจริญจรัสศรี, 2549)
ซึ่งหมายรวมถึง การมีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงหรือหากมีโรคประจำตัว
ก็สามารถควบคุมการกำเริบของโรคและสามารถใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุข
(จันทิมา ฤกษ์เลื่อนฤทธิ์ และคณะ, 2564) ทั้งนี้จะต้องมีการส่งเสริมจาก
ทุกภาคส่วนให้ประชาชนมีกิจกรรมทางกายหรือออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ
เพื่อให้มีสุขภาพดีทั้งกายและใจ (ดร.ณรรณ สุขสม, 2561)

ใน พ.ศ. 2553 มีการประชุม International Congress on Physical
Activity and Public Health เป็นการประชุมประจำปีครั้งที่ 3 ของเครือข่าย
Global Advocacy for Physical Activity (GAPA) ที่เมืองโตรอนโต
ประเทศแคนาดา เนื้อหาในการประชุมแสดงถึงเปลี่ยนแปลงจากมิติการรักษา
ทางการแพทย์เมื่อเจ็บป่วย เป็นมิติการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพ มีการออก
กฎบัตรโตรอนโตเพื่อกิจกรรมทางกาย (ThaiHealth, 2010) ซึ่งมีเนื้อหา
ให้องค์กรต่างๆ มีการปฏิบัติและเป็นเครื่องมือชี้แนะในการสร้างสุขภาวะ
สำหรับประชาชนทุกคน ให้ความสำคัญของการมีกิจกรรมทางกายที่เพียงพอ
จะนำไปสู่การเติบโตอย่างมีสุขภาวะและพัฒนาการทางสังคมที่ดี ช่วยลดความ
เสี่ยงจากโรคเรื้อรังและช่วยพัฒนาสุขภาพจิตของผู้ใหญ่ โดยมีกรอบการลงมือ
ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม 4 ด้านคือ การนำนโยบายและแผนปฏิบัติระดับชาติ
ไปสู่การปฏิบัติ การนำเสนอกรอบนโยบายที่สนับสนุนกิจกรรมทางกาย การปรับ
เปลี่ยนบริการและการสนับสนุนเพื่อยกระดับความสำคัญของกิจกรรม
ทางกายและการพัฒนาความร่วมมือเพื่อลงมือปฏิบัติร่วมกัน (วิลาสณี
อดุลยานนท์, 2553)

การสื่อสารสุขภาพ จะเป็นการเผยแพร่เนื้อหาให้กับคนทั่วไป ให้รับรู้เรื่องราวที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสุขภาพผ่านการใช้สื่อต่าง ๆ รวมไปถึงให้ตระหนักในประเด็นสุขภาพและการพัฒนาสุขภาพ การสื่อสารสุขภาพด้วยสื่อใหม่ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือสมาร์ทโฟน ซึ่งผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหา บันทึกเนื้อหาและแบ่งปันเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสะดวกรวดเร็วมากขึ้น สามารถส่งข้อมูลได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียงและภาพเคลื่อนไหว แต่ก็มีข้อเสียในเรื่องการเชื่อมต่อเครือข่ายก่อนจึงจะใช้งานได้ และการพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของเนื้อหาที่ได้รับ ปัจจุบันมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพด้วยสื่อหลากหลายรูปแบบ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ สามารถแจ้งข่าว การนำเสนอเนื้อหาและการแชร์ข้อมูล ซึ่งข้อมูลหรือเนื้อหาที่นำเสนอต้องมีการสร้างสรรค์จะต้องสั้น กระชับ สร้างการจดจำได้ง่ายและนำไปใช้ประโยชน์ได้ ภาพที่ใช้ต้องมีความชัดเจนและควรเป็นภาพที่เคลื่อนไหวได้ (มลินี สมภพเจริญ, 2565)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร

เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้รับสารเป็นหลัก ในทฤษฎีนี้ผู้รับสารจะเป็นบุคคลที่เลือกใช้และรับสารจากสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งการใช้ประโยชน์และแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อได้นั้นผู้รับสารจะต้องมีทักษะและความสามารถในการใช้สื่อนั้น ในการทำความเข้าใจและตีความเนื้อหาสารที่แสดงออกมาในสื่อ ซึ่งการตีความของผู้รับสารแต่ละคนอาจจะไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารเลยก็ได้ ขึ้นอยู่กับทักษะการตีความและประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร โดยทั่วไปผู้รับสารจะใช้ประโยชน์จากสื่อที่เลือกใช้ 3 ด้านหลัก คือ ใช้สื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือหนีจากโลกความเป็นจริง ใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างและใช้สื่อเพื่อสร้างเอกลักษณ์หรือตัวตน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ, 2550)

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร

ประชากร คือ บุคคลที่เข้ามาในเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชัยภูมิ มีลักษณะเป็นประชากรที่มีจำนวนไม่จำกัด (infinite population)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย จะแบ่งออกเป็น

1. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินคุณภาพสติกเกอร์แอนิเมชัน จะเป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จากบุคลากรของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ จำนวน 3 คน ประกอบไปด้วย บุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย จำนวน 1 คน และ บุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อ จำนวน 2 คน โดยใช้แบบประเมินคุณภาพสื่อแอนิเมชัน และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ความพึงพอใจและการรับรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบค่าประชากรโดยใช้ตารางของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) ในการนี้จะเป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (convenience sampling) ไม่น้อยกว่าจำนวน 400 คน ในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1. สติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อการส่งเสริมสุขภาวะทางกาย
2. แบบประเมินคุณภาพสติกเกอร์แอนิเมชันและแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อประเมินคุณภาพสติกเกอร์แอนิเมชันในด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและด้านเทคนิคการนำเสนอสติกเกอร์แอนิเมชัน
3. แบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์สติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อการส่งเสริมสุขภาวะทางกาย

โดยแบบประเมินคุณภาพสติกเกอร์แอนิเมชัน แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์ ได้ทำการตรวจสอบถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหา โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเนื้อหา จำนวน 2 คน และ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านระเบียบวิธีวิจัย จำนวน 1 คน ประเมินค่าความสอดคล้อง (IOC) ของข้อคำถามในแบบประเมินคุณภาพสติกเกอร์แอนิเมชัน แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์กับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

โดยในการประเมินความคิดเห็นจากแบบประเมินคุณภาพสติกเกอร์แอนิเมชัน และแบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์สติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกายนั้น ใช้วิธีวัดแบบลิเคิร์ต (Likert)

มีการกำหนดช่วงความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ และมีการแปลความคะแนนความคิดเห็นตามที่ บุญชม ศรีสะอาด (2556) ได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 แปลความว่า มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 แปลความว่า มาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 แปลความว่า ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 แปลความว่า น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 แปลความว่า น้อยที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาสติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อการส่งเสริมสุขภาวะทางกาย

1.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาวะทางกาย และกระบวนการออกแบบและสร้างสรรค์สติกเกอร์แอนิเมชัน

1.2 ดำเนินการผลิตสติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อการส่งเสริมสุขภาวะทางกาย มีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

ขั้นตอนก่อนการผลิต เป็นขั้นตอนการเตรียมการในการผลิตสติกเกอร์แอนิเมชัน เริ่มจากการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กำหนดขอบเขตของเนื้อหาการส่งเสริมสุขภาวะทางกาย การเรียบเรียงเนื้อหาเพื่อจัดทำเป็นข้อความในสติกเกอร์แอนิเมชัน การออกแบบตัวละครและฉาก นำเนื้อหามาจัดทำเป็นสตอรี่บอร์ด และการกำหนดการเคลื่อนไหวในแต่ละสติกเกอร์แอนิเมชัน

ขั้นตอนการผลิต เป็นขั้นตอนการผลิตสติกเกอร์แอนิเมชันตามสตอรี่บอร์ดโดยใช้การวาดภาพและลงสีตัวละคร ฉาก ตัวอักษร และกราฟิกต่างๆ ด้วยโปรแกรมวาดภาพในแท็บเล็ตพีซี การทำการเคลื่อนไหวตามสตอรี่บอร์ด ประมวลผลการเคลื่อนไหว ตรงช่วงเวลาที่กำหนดไว้ให้ถูกต้องโดยใช้แอปพลิเคชันเพื่อทำสติกเกอร์แอนิเมชัน

ขั้นตอนหลังการผลิต ตรวจสอบชิ้นงานสติกเกอร์แอนิเมชัน ให้เป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ จากนั้นทำการแปลงไฟล์ในรูปแบบไฟล์ GIF ที่ความละเอียด 320x270 พิกเซล เพื่อให้นำเสนอผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์

1.3 สร้างแบบประเมินคุณภาพสติกเกอร์แอนิเมชันและแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิทาง

ด้านเนื้อหา จำนวน 2 คน และผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านระเบียบวิธีวิจัย จำนวน 1 คน ประเมินค่าความสอดคล้องของแบบประเมินคุณภาพสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน ค่าความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์พบว่า มีค่าความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบประเมินคุณภาพสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเท่ากับ 0.909 ค่าความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์เท่ากับ 1.00

1.4 นำสติ๊กเกอร์แอนิเมชันไปให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญประเมิน โดยใช้แบบประเมินคุณภาพสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ในการเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพสติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ จะเป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จากบุคลากรของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ จำนวน 3 คน ประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอกที่มีความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพทางกายจำนวน 1 คน และผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอกที่มีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและผลิตสื่อ จำนวน 2 คน

1.5 นำผลจากแบบประเมินมามาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำผลจากการสัมภาษณ์ มาทำการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสรุปเป็นผลการประเมิน แล้วนำผลการประเมิน ที่ได้มาปรับปรุงสติ๊กเกอร์แอนิเมชันก่อนนำไปเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์หรือเพจเฟซบุ๊ก

ขั้นตอนที่ 2 กลุ่มตัวอย่างประเมินความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์สติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อการส่งเสริมสุขภาพทางกาย

2.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม กำหนดขอบเขตและสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์ของสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อการส่งเสริมสุขภาพทางกาย ทำการตรวจสอบถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหาแบบสอบถาม โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเนื้อหา จำนวน 2 คนและผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านระเบียบวิธีวิจัย จำนวน 1 คน ประเมินค่าความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการพบว่า มีค่าความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถาม เท่ากับ 1.00 ทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ แล้วทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มอื่นที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความถูกต้องสมบูรณ์และความเชื่อถือได้ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค .928

2.2 ผู้วิจัยนำสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อการส่งเสริมสุขภาพทางกายไปเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ และเพจเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชัยภูมิ พร้อมกันเชิญชวนการทำแบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์สติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อการส่งเสริมสุขภาพทางกาย

กลุ่มประชากรในงานวิจัยนี้ คือ บุคคลที่เข้ามาในเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชัยภูมิ มีลักษณะเป็นประชากรที่มีจำนวนไม่จำกัด มีจำนวนนับได้ไม่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในกรณี ไม่ทราบค่าประชากรโดยใช้ตารางของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) ในการนี้จะเป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก ในการตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ในช่วงเดือนมิถุนายน 2567 จนถึงเดือนกรกฎาคม 2567 พบว่ามีผู้เข้ามาร่วมตอบแบบสอบถาม จำนวน 551 คน

2.3 นำผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์ มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งใช้สถิติเชิงอ้างอิง

ผลการศึกษา

1. การพัฒนาสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย มีการจัดทำขึ้น จำนวน 26 ชิ้นงาน แต่ละชิ้นงานมีขนาด 320x270 พิกเซล ความยาวของสติ๊กเกอร์แอนิเมชันแต่ละชิ้นงาน มีความยาวที่นำเสนอประมาณ 2-3 วินาที ประกอบไปด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตนเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย ซึ่งเนื้อหาโดยครอบคลุมทั้งเรื่อง การรับประทานอาหาร การพักผ่อนนอนหลับ การออกกำลังกาย การหลีกเลี่ยงสารเสพติด การตรวจสุขภาพและดูแลสุขภาพอนามัยส่วนบุคคล และการรักษาสุขภาพจิต ลดความเครียด ดังต่อไปนี้ "กินผักและผลไม้ให้มากขึ้นนะครับ" "งดเล่นมือถือก่อนนอน 1-2 ชั่วโมงนะครับ" "ฉีดยาตามช่วงเวลานะครับ" "ชื่นชมสิ่งเล็กน้อยที่อยู่ใกล้ตัวนะครับ" "ดื่มหมาก่อนนอน 1 ชั่วโมงจะหลับง่ายขึ้นครับ" "อากาศร้อนดื่มน้ำให้เพียงพอครับ" "ดูไปกินไปแต่พอดีนะครับ" "อากาศดีเดินเล่นกันนะครับ" "อย่าลืมตรวจสุขภาพประจำปีนะครับ" "แดดแรงทาครีมกันแดดป้องกันรังสี UV นะครับ" "ทำงานบ้านช่วยให้ร่างกายได้เคลื่อนไหวครับ" "นอนหลับสนิท 7-8 ชั่วโมงนะครับ" "ฝึกสมาธิลดความเครียดได้ครับ" "พักสายตาจากคอมพิวเตอร์ทุกครั้ง ชั่วโมงนะครับ" "ฟังเพลงทำให้ออกกำลังกายสนุกขึ้นครับ" "ยกเวทเพิ่มมวลกล้ามเนื้อนะครับ" "ยืดเส้นยืดสายยับยั้งตัวบ๊องนะครับ" "ลดการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์นะครับ" "ลดละเลิกบุหรี่เพื่อสุขภาพนะครับ" "ลดอาหารหวานมันเค็มนะครับ" "ล้างมือบ่อย ๆ ป้องกันเชื้อโรคได้ครับ" "เล่นเกมส์กับครอบครัวนะครับ" "หายใจเข้าออกลึก ๆ แล้วลุยงานต่อครับ" "ออกกำลังกายเป็นประจำวันละ 30 นาทีขึ้นไปนะครับ" "อ่านหนังสือที่ชอบช่วยให้ผ่อนคลายครับ" และ "อย่าลืมกินข้าวเช้านะครับ"



ภาพที่ 1 ภาพตัวอย่างแสดงสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาพร่างกาย



ภาพที่ 2 QR Code เพื่อดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาพร่างกาย

ผลการประเมินคุณภาพสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาพร่างกาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า

1. เนื้อหาของสติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้มีเนื้อหาที่ถูกต้องเหมาะสม ควรเพิ่มเติมประโยชน์ในการปฏิบัติตนในบางหัวข้อจะทำให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น สติ๊กเกอร์แอนิเมชันมีความเหมาะสมที่จะนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. การออกแบบมีความเหมาะสม ตัวละครมีบุคลิกที่น่ารัก สดใส ดึงดูดความสนใจ มีฉากหลังที่สวยงาม ข้อความอ่านได้ง่าย มีความเหมาะสมที่จะนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แต่การใช้ตัวละครในสติ๊กเกอร์ที่เป็นช้างเอราวัณ อาจจะกระทบกับความเชื่อของบุคคลบางกลุ่มได้
3. ด้านเทคนิคการนำเสนอมีการนำเสนอที่ดี น่าสนใจ ทำให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่าย มีความเหมาะสมที่จะนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
4. ควรพิจารณาเรื่องตัวละครที่เหมาะสมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ควรพิจารณาด้านความเหมาะสมที่ไม่ไปกระทบความเชื่อของแต่ละ

กลุ่มบุคคล เพิ่มเนื้อหาความรู้สั้น ๆ ในสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน อาจจะใส่เสียงประกอบตามความเหมาะสม อาจจะเพิ่มกราฟิกสำหรับการห้ามปฏิบัติตนในบางเรื่องให้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ลด ละ เลิกบุหรี่

ข้อมูลที่ได้จากการแบบประเมินคุณภาพสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย พบว่า

ตารางที่ 1 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความของคะแนนจากการประเมินด้านเนื้อหาสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน

หัวข้อความคิดเห็น	N	Mean	S.D.	การแปลความ
1. ความถูกต้องของเนื้อหาในสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	3	4.33	.577	เหมาะสมมาก
2. ความชัดเจนของเนื้อหาในสติ๊กเกอร์แอนิเมชันที่สามารถเข้าใจได้	3	4.67	.577	เหมาะสมมากที่สุด
3. ความเป็นประโยชน์ของเนื้อหาในสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	3	4.67	.577	เหมาะสมมากที่สุด
4. ความเหมาะสมของเนื้อหาที่จะนำไปใช้ในโปรแกรมสนทนาออนไลน์ เช่น ไลน์หรือแมสเซนเจอร์	3	4.00	1.000	เหมาะสมมาก
5. ความน่าสนใจที่จะนำสติ๊กเกอร์แอนิเมชันไปใช้ในโปรแกรมสนทนาออนไลน์	3	4.33	1.155	เหมาะสมมาก
รวม	3	4.40	.777	เหมาะสมมาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า เนื้อหาของสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกายนี้ มีความเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.40 ซึ่งเนื้อหา มีความชัดเจนของเนื้อหาที่สามารถเข้าใจได้ เนื้อหามีประโยชน์ มีความถูกต้องของเนื้อหาและมีความน่าสนใจที่จะนำไปใช้ในโปรแกรมสนทนาออนไลน์

ตารางที่ 2 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความของคะแนนจากการประเมินด้านการออกแบบสติกเกอร์แอนิเมชัน

หัวข้อความคิดเห็น	N	Mean	S.D.	การแปลความ
1. ความเหมาะสมของตัวละครในสติกเกอร์แอนิเมชัน	3	3.67	1.528	เหมาะสมมาก
2. ความเหมาะสมของฉากและพื้นหลังในสติกเกอร์แอนิเมชัน	3	4.33	.577	เหมาะสมมาก
3. ความเหมาะสมของการใช้สีในสติกเกอร์แอนิเมชัน	3	4.33	.577	เหมาะสมมาก
4. ความเหมาะสมในการใช้กราฟิกในสติกเกอร์แอนิเมชัน	3	4.67	.577	เหมาะสมมากที่สุด
5. ความเหมาะสมของตัวอักษรในสติกเกอร์แอนิเมชัน	3	4.33	.577	เหมาะสมมาก
รวม	3	4.26	.767	เหมาะสมมาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การออกแบบสติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาพทางกายนี้ มีความเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.26 ซึ่งการออกแบบมีความเหมาะสมของการใช้กราฟิก มีความเหมาะสมของฉากและพื้นหลังมีความเหมาะสมในการใช้สีและความเหมาะสมของตัวอักษร

ตารางที่ 3 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความของคะแนนจากการประเมินด้านเทคนิคการนำเสนอสติกเกอร์แอนิเมชัน

หัวข้อความคิดเห็น	N	Mean	S.D.	การแปลความ
1. ความเหมาะสมของการเคลื่อนไหวในสติกเกอร์แอนิเมชัน	3	4.67	.577	เหมาะสมมากที่สุด
2. ความเหมาะสมด้านคุณภาพและความคมชัดของภาพในสติกเกอร์แอนิเมชัน	3	4.67	.577	เหมาะสมมากที่สุด

หัวข้อความคิดเห็น	N	Mean	S.D.	การแปลความ
3. ความเหมาะสมของขนาดชิ้นงานสติกเกอร์แอนิเมชันเมื่อนำเสนอผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์ เช่นไลน์ หรือ แอสเซนเจอร์	3	4.33	.577	เหมาะสมมาก
4. ความเหมาะสมของระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอสติกเกอร์แอนิเมชัน	3	4.33	.577	เหมาะสมมาก
รวม	3	4.50	.577	เหมาะสมมาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า เทคนิคการนำเสนอสติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาพทางกายนี้ มีความเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 ซึ่งเทคนิคการนำเสนอมีความเหมาะสมของการเคลื่อนไหวในสติกเกอร์แอนิเมชัน มีความเหมาะสมด้านคุณภาพและความคมชัดของภาพในสติกเกอร์แอนิเมชัน มีความเหมาะสมของขนาดชิ้นงานสติกเกอร์แอนิเมชันเมื่อนำเสนอผ่านโปรแกรมสนทนาออนไลน์ เช่นไลน์ หรือแอสเซนเจอร์ และมีความเหมาะสมของระยะเวลาที่ใช้ในการนำเสนอสติกเกอร์แอนิเมชัน

ตารางที่ 4 แสดงผลจำนวน และค่าร้อยละจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	N	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	368	66.8
2. หญิง	183	33.2
สถานภาพ/การทำงาน		
1. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ	9	1.6
2. อาจารย์มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ	19	3.4
3. ผู้ฝึกสอนกีฬามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ	5	0.9
4. บุคลากร/เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ	20	3.6

รายการ	N	ร้อยละ
5. นักศึกษามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ	459	83.3
6. ศิษย์เก่า	2	0.4
7. ประชาชนทั่วไป	37	6.7
แพลตฟอร์มการสื่อสารออนไลน์ที่ใช้สติกเกอร์แอนิเมชันเป็นหลัก		
1. ไลน์	327	59.3
2. แมสเซนเจอร์	125	22.7
3. เฟซบุ๊ก	96	17.4
4. อื่น ๆ	3	0.5
ความถี่ในการใช้สติกเกอร์แอนิเมชันในแพลตฟอร์มการสื่อสารออนไลน์		
1. ไม่เคย	65	11.8
2. นาน ๆ ครั้ง	267	48.5
3. บ่อย	168	30.5
4. บ่อยมาก	51	9.3

จากตารางที่ 4 ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์สติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงเดือน มิถุนายน 2567 จนถึงเดือน กรกฎาคม 2567 จำนวนทั้งสิ้น 551 คน จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ รองลงมาคือ ประชาชนทั่วไป บุคลากร เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ อาจารย์มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ผู้ฝึกสอนกีฬามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ และศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ ในด้านแพลตฟอร์มการสื่อสารออนไลน์ที่ใช้สติกเกอร์แอนิเมชันนั้น ส่วนใหญ่จะใช้ไลน์ รองลงมาคือ แมสเซนเจอร์ เฟซบุ๊ก ส่วนแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้แก่ อินสตาแกรม ทั้งนี้จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้สติกเกอร์แอนิเมชันในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในระดับนาน ๆ ครั้ง มากที่สุด รองลงมาคือ บ่อย ไม่เคยใช้และใช้บ่อยมาก

ตารางที่ 5 แสดงผลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความของคะแนนจากความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์สติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย

ประเด็นเนื้อหา	N	Mean	S.D.	การแปลความ
1. ความน่าสนใจของสติกเกอร์แอนิเมชัน	551	3.90	.987	มาก
2. การออกแบบสติกเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหาสุขภาวะทางกาย	551	3.95	.968	มาก
3. ความมีเอกลักษณ์สร้างการจดจำได้ของสติกเกอร์แอนิเมชัน	551	4.03	.913	มาก
4. ความถูกต้องเหมาะสมที่สติกเกอร์แอนิเมชันนี้ สื่อความหมายในเรื่องสุขภาวะทางกาย	551	4.05	.943	มาก
5. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสติกเกอร์แอนิเมชันชุดนี้	551	4.04	.919	มาก
6. สติกเกอร์แอนิเมชันนี้ช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนา มีประสิทธิภาพมากขึ้น	551	4.05	.898	มาก
7. สติกเกอร์แอนิเมชันนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	551	4.02	.951	มาก
8. ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์จากสติกเกอร์แอนิเมชันนี้ในระดับใด	551	4.00	.944	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสติกเกอร์แอนิเมชันชุดนี้ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากในประเด็นความถูกต้องเหมาะสม ความเหมาะสมในการสื่อความหมายเกี่ยวกับสุขภาวะทางกายของเนื้อหา ความมีเอกลักษณ์สร้างการจดจำได้ของสติกเกอร์แอนิเมชัน การออกแบบสติกเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหาสุขภาวะทางกาย ความน่าสนใจของสติกเกอร์แอนิเมชัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05, 4.03, 3.95 และ 3.90 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่า สติกเกอร์แอนิเมชันนี้ มีเหมาะสม

ในการช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนา มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 และได้รับประโยชน์จากสติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแต่ละประเด็นเนื้อหาในการพัฒนาสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย

ตัวแปร	N	Kolmogorov-Smirnov		
		Statistic	df	Sig.
1. ความน่าสนใจของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	551	.215	551	.000*
2. การออกแบบสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหาสุขภาวะทางกาย	551	.206	551	.000*
3. ความมีเอกลักษณ์สร้างการจดจำได้ของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	551	.230	551	.000*
4. ความถูกต้องเหมาะสมที่สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ สื่อความหมายในเรื่องสุขภาวะทางกาย	551	.240	551	.000*
5. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสติ๊กเกอร์แอนิเมชันชุดนี้	551	.229	551	.000*
6. สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ ช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนามีประสิทธิภาพมากขึ้น	551	.234	551	.000*
7. สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	551	.223	551	.000*
8. ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์จากสติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ในระดับใด	551	.217	551	.000*

*ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของข้อมูลเป็นโค้งปกติหรือไม่นั้น พบว่า ในแต่ละประเด็นเนื้อหา มีลักษณะการแจกแจงไม่เป็นโค้งปกติจึงต้องใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ นอนพารามेटริก (nonparametric statistics) เพื่อให้ได้ผลของการวิเคราะห์ ข้อมูลมีความถูกต้องมีความตรงภายใน (internal validity) และเชื่อถือได้ (credibility)

ตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแต่ละประเด็น เนื้อหากับเพศ

ประเด็นเนื้อหา	Mann-Whitney Test	Assym.Sig.
1. ความน่าสนใจของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	.966	.334
2. การออกแบบสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหา สุขภาวะทางกาย	-2.218	.027*
3. ความมีเอกลักษณ์สร้างการจดจำได้ของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	-1.611	.107
4. ความถูกต้องเหมาะสมที่สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ สื่อความหมายในเรื่องสุขภาวะทางกาย	-2.022	.043*
5. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสติ๊กเกอร์แอนิเมชันชุดนี้	-1.376	.169
6. สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ ช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนา มีประสิทธิภาพมากขึ้น	-2.385	.017*
7. สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	-1.936	.053
8. ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์จากสติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ในระดับใด	-1.066	.286

*ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าเพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจในประเด็นการออกแบบสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหาสุขภาวะทางกาย ความถูกต้องเหมาะสมในการสื่อความหมายในเรื่องสุขภาวะทางกายและความเห็นเกี่ยวกับการใช้สติ๊กเกอร์แอนิเมชันช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนามีประสิทธิภาพมากขึ้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05

ตารางที่ 8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแต่ละประเด็นเนื้อหา กับสถานภาพ/การทำงาน

ประเด็นเนื้อหา	Mann-Whitney Test	Assym.Sig.
1. ความน่าสนใจของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	16.257	.012*
2. การออกแบบสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหาสุขภาวะทางกาย	10.582	.102
3. ความมีเอกลักษณ์สร้างการจดจำได้ของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	4.483	.612
4. ความถูกต้องเหมาะสมที่สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้สื่อความหมายในเรื่องสุขภาวะทางกาย	.973	.808
5. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสติ๊กเกอร์แอนิเมชันชุดนี้	2.993	.393
6. สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ ช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนา มีประสิทธิภาพมากขึ้น	2.634	.452
7. สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	2.426	.489
8. ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์จากสติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ในระดับใด	3.332	.343

*ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าสถานภาพ/การทำงานที่ต่างกันมีความพึงพอใจในประเด็นความน่าสนใจของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05

ตารางที่ 9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแต่ละประเด็น
เนื้อหากับความถี่ในการใช้งาน

ประเด็นเนื้อหา	Mann-Whitney Test	Assym.Sig.
1. ความน่าสนใจของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน	39.622	.000*
2. การออกแบบสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหา สภาวะทางกาย	37.383	.000*
3. ความมีเอกลักษณ์สร้างการจดจำได้ของสติ๊กเกอร์ แอนิเมชัน	48.967	.000*
4. ความถูกต้องเหมาะสมที่สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ สื่อความหมายในเรื่องสภาวะทางกาย	40.819	.000*
5. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสติ๊กเกอร์แอนิเมชันชุดนี้	37.539	.000*
6. สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ ช่วยให้การสื่อสารด้านสภาวะ ทางกายกับคู่สนทนา มีประสิทธิภาพมากขึ้น	41.465	.000*
7. สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใน ชีวิตประจำวันได้	37.545	.000*
8. ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์จากสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน นี้ในระดับใด	43.632	.000*

*ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 9 พบว่า ความถี่ในการใช้งานที่ต่างกัน มีผลความ
พึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน แตกต่างกันอย่างมีนัย
สำคัญที่ .05 ในทุกประเด็นเนื้อหา

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการประเมินสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสภาวะ
ทางกายของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จะเห็นได้ว่าสติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ สามารถ
นำไปใช้และเผยแพร่ได้ ในการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของสติ๊กเกอร์
แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสภาวะทางกายนี้ พบว่า ความเหมาะสมมาก โดยมี
ความชัดเจนของเนื้อหาที่สามารถเข้าใจได้และเนื้อหาที่มีประโยชน์ สอดคล้องกับ

มลินี สมภพเจริญ (2565) ที่กล่าวว่าเนื้อหาข้อมูลในการสื่อสารสุขภาพ จะต้องสั้น กระชับ เข้าใจได้ง่ายและนำไปใช้ประโยชน์ได้ และควรเป็นภาพที่เคลื่อนไหวได้ สอดคล้องกับ ทิปวิท พงศ์ไพบูลย์ (2565) ที่พบว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพของโครงการ “คิดดีไอเดอล สื่อดีมีโอเดีย” เป็นการใช้กลยุทธ์เพื่อบอกกล่าวให้ทราบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพด้วยสื่อที่มีความหลากหลายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแก่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น สอดคล้องกับ ดำรงค์ นันทผาสุข (2567) ที่พบว่า กลวิธีในการนำเสนอเนื้อหาคำขวัญวันงดสูบบุหรี่โลกของประเทศไทยที่พบมากที่สุดคือ การบอกให้ปฏิบัติ ส่วนกลยุทธ์ของสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้น จะใช้กลยุทธ์ของการสร้างอารมณ์ร่วมมากกว่าการสร้างความรู้ การสร้างคุณค่ากับคุณประโยชน์และการเปรียบเทียบ สอดคล้องกับ กฤษณัท แสนทวี (2564) ในประเด็นการสื่อสารด้าน สุขภาวะควรสื่อสารในแนวระนาบระหว่างกลุ่ม และควรสื่อสารให้เกิดความสามารถในการดูแลสุขภาพของตนเองได้ ซึ่งการใช้สติกเกอร์แอนิเมชันจะใช้ในกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มสนทนาออนไลน์ สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566) ที่ประชาชนส่วนใหญ่มีการเชื่อมต่อและใช้อินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้อยละ 84.07 มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 7 ชั่วโมง 25 นาที โดยเฉพาะกิจกรรมการติดต่อสื่อสาร ความบันเทิง การซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์ โดยมีกิจกรรม 3 อันดับแรก คือ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ร้อยละ 92.46 สนทนา/แชท ร้อยละ 91.59 และรับชม VDO Content ร้อยละ 72.98

ผลการประเมินด้านการออกแบบ มีความเหมาะสมมาก โดยเฉพาะการใช้กราฟิกในสติกเกอร์แอนิเมชัน สอดคล้องกับ Lupton and Phillips (2017) ที่กล่าวว่า ภาพเคลื่อนไหวหรือโมชันกราฟิกหรือแอนิเมชันมีการเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบในหน้าจอที่มีความหลากหลาย เช่น การเคลื่อนไหวของวัตถุ การเปลี่ยนแปลงรูปทรง การเปลี่ยนแปลงขนาด ความโปร่งใส การเปลี่ยนสี การเปลี่ยนแปลงตัวอักษร สอดคล้องกับ ศิริชัย ศิริกายะ และ สมเกียรติ ศรีเพชร (2560) ที่พบว่า ในสติกเกอร์ไลน์แต่ละชุดนั้น ผู้สร้างจะมีการกำหนดรหัสแนะนำเสนอและรหัสภาพแทนหรือกฎเกณฑ์ในการสร้างลักษณะของตัวละครในสติกเกอร์ไลน์ไปในทิศทางเดียวกันเพื่อใช้ในการถ่ายทอดความหมายร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร สอดคล้องกับ Cha et al. (2018) ที่พบว่า การแสดงออกทางใบหน้าหรือ

ร่างกายของสติ๊กเกอร์ที่มีความคลุมเครือ ไม่ชัดเจน จะส่งผลต่อการตีความหมายของผู้รับสารให้มีความผิดพลาดได้ง่าย สอดคล้องกับ กมลทิพย์ รัตนสุวรรณชัย และคณะ (2563) ที่พบว่าสื่อออนไลน์ที่เผยแพร่โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพแบบองค์รวมทั้ง 4 มิติ ด้านกายภาพ ด้านจิตใจ ด้านสังคมและด้านจิตวิญญาณ มีการสื่อความหมายโดยใช้สัญลักษณ์ภาพใช้สีหรือรูปภาพเพื่อสื่อไปในทางที่ดีหรือแย่ มีการใช้ลักษณะท่าทางเพื่อแสดงออกทางอารมณ์ สอดคล้องกับ ศิโรช แพนรัตนกุล (2566) ที่กล่าวถึงการใช้สัญลักษณ์หรือภาพที่สามารถสื่อความหมาย เป็นเทคนิคที่นิยมใช้กันในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่องานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล และการใช้สัญลักษณ์หรือภาพที่น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ จะทำให้งานออกแบบมีความน่าสนใจมากขึ้น ส่วนด้านการใช้ตัวอักษร มีความสอดคล้องกับ สิริธรม มณีแฮด และสร้อยญา เชื้อทอง (2563) ที่พบว่าการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค โดยใช้อินโฟกราฟิกนั้น มีการเล่าเรื่องโดยใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาเพื่อสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด-19 ทั้งนี้มีการใช้ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ ในการสร้างความโดดเด่น และใช้ข้อความสั้น ๆ เพื่อให้ผู้รับสารทำความเข้าใจและสรุปเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว

ผลการประเมินด้านเทคนิคการนำเสนอ มีความเหมาะสมมาก โดยเฉพาะความเหมาะสมของการเคลื่อนไหวและความเหมาะสมด้านคุณภาพและความคมชัดของภาพ ซึ่งมีการออกแบบท่าทางการเคลื่อนไหวในสติ๊กเกอร์แอนิเมชันให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่นำเสนอ ในด้านคุณภาพและความคมชัดของภาพ จะเป็นไปตามการกำหนดขนาดขึ้นงานสติ๊กเกอร์แอนิเมชันเมื่อนำเสนอผ่านโปรแกรมสนทนา สอดคล้องกับ มนต์สินี ลำสันติยะ (2562) ที่กล่าวถึงข้อกำหนดของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน จะต้องมีความกว้าง 320x270 พิกเซล ข้อแตกต่างหนึ่งของสติ๊กเกอร์แอนิเมชันที่ใช้กับไลน์ จะต้องเป็นไฟล์รูปแบบ .png (APNG) แต่สติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาพะทางกายนี้ ผู้วิจัยใช้เป็นไฟล์รูปแบบ .gif ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ต่าง ๆ เช่น ไลน์ แมสเซนเจอร์ รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก แต่มีข้อจำกัดคือ ต้องดาวน์โหลดไฟล์สติ๊กเกอร์แอนิเมชันทีละชิ้น ไม่เหมือนกับการดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์แอนิเมชันจากโปรแกรมไลน์ ที่สามารถดาวน์โหลดมาทั้งชุด ซึ่งทำให้การใช้งานสติ๊กเกอร์แอนิเมชันชุดนี้จะมีความสะดวกน้อยกว่า

เพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในประเด็นการออกแบบสติกเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหาสุขภาวะทางกาย ความถูกต้องเหมาะสมในการสื่อความหมายในเรื่องสุขภาวะทางกายและความเห็นเกี่ยวกับการใช้สติกเกอร์แอนิเมชันช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนามีประสิทธิภาพมากขึ้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 จากข้อมูลในแต่ละประเด็นพบว่า การออกแบบสติกเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหาสุขภาวะทางกาย ผู้ชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ 3.89 ในระดับมาก แตกต่างกับผู้หญิงที่มีค่าเฉลี่ยที่ 4.08 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ความถูกต้องเหมาะสมในการสื่อความหมายในเรื่องสุขภาวะทางกาย ผู้ชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ 4.00 ในระดับมาก แตกต่างกับผู้หญิงที่มีค่าเฉลี่ยที่ 4.15 ซึ่งอยู่ในระดับมาก การใช้สติกเกอร์แอนิเมชันช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนามีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้ชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ 3.99 ในระดับมาก แตกต่างกับผู้หญิงที่มีค่าเฉลี่ยที่ 4.17 ซึ่งอยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจของเพศหญิงที่มีต่อประเด็นการออกแบบสติกเกอร์แอนิเมชันเหมาะสมกับเนื้อหาสุขภาวะทางกาย ความถูกต้องเหมาะสมในการสื่อความหมายในเรื่องสุขภาวะทางกาย และความเห็นเกี่ยวกับการใช้สติกเกอร์แอนิเมชันช่วยให้การสื่อสารด้านสุขภาวะทางกายกับคู่สนทนามีประสิทธิภาพมากขึ้น จะมีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ชายอาจเพราะสติกเกอร์แอนิเมชันนี้มีการออกแบบที่มีลักษณะเป็นที่พึงพอใจของเพศหญิงมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับคุณากร จันทรโพศรี (2565) ที่พบว่า ผู้หญิงวัยทำงานมีความชื่นชอบสติกเกอร์ไลน์ในรูปแบบสไตล์น่ารัก แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในประเด็นอื่น ๆ ประกอบด้วยจะพบว่า ทั้งสองเพศก็มีความพึงใจโดยรวมในสติกเกอร์แอนิเมชันนี้ในระดับมาก และมีความเห็นว่าสติกเกอร์แอนิเมชันนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้และได้รับประโยชน์จากสติกเกอร์แอนิเมชันนี้ในระดับมาก

สถานภาพ/การทำงานที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในประเด็นความน่าสนใจของสติกเกอร์แอนิเมชัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 โดยมีแนวโน้มว่า กลุ่มผู้บริหารมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป ซึ่งกลุ่มผู้บริหารของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ มีความพึงพอใจเฉลี่ยปานกลางที่ 2.67 และประชาชนทั่วไป มีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับมากที่ 4.16 จากข้อมูลนี้จะเห็นได้ว่า สถานภาพ/การทำงานที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในด้านความน่าสนใจของสติกเกอร์แอนิเมชันนี้

ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มผู้บริหารเห็นว่า สติ๊กเกอร์แอนิเมชันนี้ยังขาดความน่าสนใจ แม้ว่าความพึงพอใจในการออกแบบและความมีเอกลักษณ์ ความถูกต้องเหมาะสมกับเนื้อหาอยู่ในระดับมาก แต่ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ดังนั้นการออกแบบสติ๊กเกอร์แอนิเมชันที่ใช้สำหรับกลุ่มผู้บริหาร อาจจะต้องมีการศึกษาถึงแนวทางเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้นกว่าการออกแบบสติ๊กเกอร์แอนิเมชันสำหรับใช้ทั่วไป ซึ่งในการออกแบบนี้ผู้วิจัยได้จัดทำสติ๊กเกอร์แอนิเมชันที่ใช้ช่วงเฮอร์วิน 3 เศียร ซึ่งเป็นช่วงทรงของพระพลบดี โดยจะปรากฏในตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ นำมาเป็นตัวละครหลักของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน สอดคล้องกับฉัตรแก้ว มาสุโมโตะ และ รัตมา รัตนวงศา (2564) ที่ได้มีการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ด้วยการศึกษาอัตลักษณ์และการออกแบบ ลักษณะ พฤติกรรมท่าทางที่บ่งบอกถึงองค์กร โดยคำนึงถึงตัวตนของแบรนด์ ในการนี้ทางผู้วิจัยได้มีการออกแบบช่วงเฮอร์วิน ให้เป็นลักษณะตัวการ์ตูน ที่มีลักษณะน่ารัก และเป็นมิตรแก่ผู้พบเห็นมากกว่าการแสดงถึงความเข้มแข็งกำยำ และใช้ข้อความที่เป็นภาษาพูดมากกว่าภาษาที่เป็นทางการ จึงส่งผลให้สติ๊กเกอร์แอนิเมชันชุดนี้อาจจะไม่เหมาะสำหรับการใช้งานของกลุ่มผู้บริหาร และยังสอดคล้องกับ จักรพันธ์ เรืองนภาพขจร และ จิราพร รุจิวัฒนการ (2568) ที่พบว่าสถานภาพ การทำงานที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในประเด็นความน่าสนใจของแอนิเมชันสัญลักษณ์นำโชคที่ใช้สำหรับการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ “พลศึกษาเกมส์ ครั้งที่ 47” แตกต่างกันเช่นกัน สอดคล้องกับ เสาวลักษณ์ พันธบุตร (2562) ที่พบว่า ปัจจัยที่สำคัญสำหรับนักออกแบบสติ๊กเกอร์ คือ การพัฒนาแนวคิดและรูปแบบที่แตกต่าง ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่ต้องการความพิเศษเฉพาะตัว มีการถ่ายทอดเรื่องราวหรือเนื้อหาต่าง ๆ ด้วยตัวการ์ตูน มีรูปแบบลายเส้นที่เน้นสีส้ม มีขนาดพอเหมาะ มีการแสดงอารมณ์ท่าทางที่หลากหลาย และมีข้อความที่โดนใจผู้ใช้งาน ซึ่งอาจจะพัฒนามาจากแนวคิด ความชอบ ประสบการณ์ส่วนตัว

ความถนัดในการใช้งานที่ต่างกัน มีผลความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 โดยมีแนวโน้มว่ากลุ่มที่ไม่เคยใช้งานมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มใช้งานบ่อยและกลุ่มใช้งานบ่อยมากในทุกประเด็น และกลุ่มใช้งานนาน ๆ ครั้งมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มใช้งานบ่อยและกลุ่มใช้งานบ่อยมาก ในทุกประเด็นอย่างมีนัยสำคัญที่

.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า กลุ่มที่ใช้แอนิเมชันสติ๊กเกอร์บ่อยและบ่อยมาก จะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สติ๊กเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกายที่มากกว่ากลุ่มที่ไม่เคยใช้งานหรือใช้งานนาน ๆ ครั้ง สอดคล้องกับ Konrad et al. (2020) ที่พบว่าสติ๊กเกอร์ได้รับความนิยมมากกว่าในการสื่อสารในเรื่องที่มีเนื้อหาเฉพาะเจาะจง แสดงออกถึงบุคลิกภาพ สามารถทำให้ผู้อื่นหัวเราะ ทำให้ข้อความสนุกขึ้น จะถูกใช้ส่งให้กับบุคคลที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดมากกว่าการส่งอีโมจิ สอดคล้องกับ ศิริพร ปัญญาเมธิกุล และคณะ (2564) ที่พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้สติ๊กเกอร์หรือมีม (memes) ในการสนทนา โดยส่วนใหญ่จะเลือกใช้สติ๊กเกอร์ในการสนทนาส่งไปยังทั้งบุคคลที่มีความสนิทสนมและไม่สนิท แต่มีมจะใช้เฉพาะคนที่สนิทสนมเท่านั้น ดังนั้นสติ๊กเกอร์จะถูกใช้ในการสื่อสารให้กับทุกคนได้ ด้วยลักษณะสติ๊กเกอร์ที่ใช้งานได้ง่าย สะดวกและสามารถแสดงอารมณ์ที่หลากหลายในรูปแบบการ์ตูนที่มีสีสันสดใส สามารถลดความรุนแรงของข้อความและลดความตึงเครียดจากการใช้ข้อความได้ สอดคล้องกับ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2550) ที่กล่าวว่าผู้รับสารจะใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างและใช้สื่อเพื่อสร้างเอกลักษณ์หรือตัวตน

อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยนี้ ยังมีข้อจำกัดของการวิจัยในเรื่องกลุ่มตัวอย่างที่เป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก ซึ่งทำให้มีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ในแต่ละลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ด้านสถานภาพการทำงาน ไม่เท่ากัน เช่น มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ จำนวน 459 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 ซึ่งเป็นจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น จึงทำให้ผลวิจัยที่ได้อาจจะมีความแม่นยำน้อยลง ส่งผลต่อการสรุปอ้างอิงไปยังประชากรทั่วไป นอกจากนี้ข้อจำกัดด้านกลุ่มตัวอย่างแล้วในงานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัดด้านเครื่องมือในการวิจัยในการใช้แบบสอบถามความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์ เป็นการสอบถามเชิงทัศนคติในด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ของกลุ่มตัวอย่างในระยะเวลาสั้น ๆ ในช่วงเดือนมิถุนายน 2567 จนถึง เดือนกรกฎาคม 2567 จึงไม่สามารถวัดผลกระทบในระยะยาว เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสุขภาวะทางกายได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ไม่ได้มีสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงความเข้าใจในความหมายในแต่ละสติ๊กเกอร์แอนิเมชันและการใช้งานสติ๊กเกอร์แอนิเมชัน

ในแต่ละชิ้นงานว่าตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ แต่เป็นการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับสติกเกอร์แอนิเมชันในภาพรวมทั้ง 26 ชิ้นงาน จึงไม่สามารถบอกได้ว่าสติกเกอร์แอนิเมชันในแต่ละชิ้นงานมีประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกายอย่างไร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาสติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกาย ซึ่งการพัฒนาสติกเกอร์แอนิเมชันนั้นจะมีแนวทางในการออกแบบพัฒนาลักษณะตัวละคร ให้มีรูปแบบ ลายเส้นที่ดึงดูดใจ มีการใช้สีที่เหมาะสม มีขนาดพอเหมาะ มีการแสดงอารมณ์ท่าทางที่หลากหลายและมีข้อความที่น่าสนใจ ซึ่งอาจจะพัฒนามาจากแนวคิดความชอบ ประสบการณ์ส่วนตัว เพื่อนำเสนอเนื้อหาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เพื่อที่จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีจำนวนใกล้เคียงกันหรือเท่ากัน ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างหรือใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในด้านการตีความเนื้อหาและการนำไปใช้ในแต่ละชิ้นงานของสติกเกอร์แอนิเมชัน และอาจจะวิจัยเพื่อหาแนวทางการสร้างแรงจูงใจในการใช้สติกเกอร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางกายสำหรับกลุ่มบุคคลที่ไม่เคยใช้งานสติกเกอร์แอนิเมชัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมลทิพย์ รัตนสุวรรณชัย, ปรัชญา เปียวารุณ, และ จารุวัส หนูทอง. (2563). การศึกษาสื่อสุขภาพที่เผยแพร่โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ผ่านสื่อออนไลน์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 8(1), 144-153.
- กฤษณ์ท แสนทวี. (2564). กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาวะสำหรับเยาวชนในจังหวัดนครนายก. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 9(2), 190-198.

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

- คุณากร จันทร์ไพศรี. (2565). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์ของผู้หญิงวัยทำงาน [สารนิพนธ์ปริญญาโท]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรุงยศ อรัณยธนา. (2560). หลักการออกแบบด้านนิเทศศาสตร์ด้วยคอมพิวเตอร์. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จักรพันธ์ เรืองนภาพจร และ จิราพร รุจิวัฒนากร. (2568). การพัฒนาแอนิเมชันสัญลักษณ์นำโชคในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ “พลศึกษาเกมส์ ครั้งที่ 47”. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 13(1), 137-149.
- จันทิมา ฤกษ์เลื่อนฤทธิ์, รัชนก คชไกร, ชลธิดา ลาดี, และ รัชดา จันทราภรณ์. (2564). ความหมายของสุขภาวะและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตวิถีใหม่ตามมุมมองของประชาชนวัยผู้ใหญ่: กรณีศึกษา ในชุมชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. *วารสารแพทยนาวิ*, 49(1), 28-42.
- ฉัตรแก้ว มาสุโมโตะ และ รัตมา รัตนวงศา. (2564). การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์ “ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL”. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 20(2), 63-73.
- ดำรงค์ นันทผาสุก. (2567). สื่อเพื่อเปลี่ยน: เนื้อหาและกลยุทธ์ของสารเพื่อโน้มน้าวใจในคำขวัญวันงดสูบบุหรี่โลกของประเทศไทย. *วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ*, 12(1), 1-22.
- ดรณวรรณ สุขสม. (2561). *การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทีปวิท พงศ์ไพบูลย์. (2565). คิตตี้ไอเดอล การผลิตสื่อสร้างสรรค์และกระบวนการสร้างนักสื่อสารสุขภาวะภาคใต้. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 5(2), 172-179.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุวีริยาสาส์น.
- ปาพจน์ หนูนภักดี. (2553). *Graphic design principle*. ไอทีซี.
- ภิรมย์ กมลรัตนกุล และ วิโรจน์ เจียมจรัสรังสี. (2549). แนวคิดใหม่เกี่ยวกับ “สุขภาวะ” และ “การเสริมสร้างสุขภาวะ”. *จุฬาลงกรณ์เวชสาร*, 50(5), 291-300.
- มนัสสินี ลำสันเทียะ. (2562). *ออกแบบและขายสติ๊กเกอร์+เอ็ม บน Line*. รีไวย์.
- มลินี สมภพเจริญ. (2565). *การสื่อสารสุขภาพเพื่อความรู้ด้านสุขภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

- วิลาสินี อดุลยานนท์. (2553, 20 พฤษภาคม). *กฎบัตรโตรอนโตเพื่อกิจกรรมทางกาย: ข้อเสนอระดับโลกเพื่อให้เกิด การปฏิบัติ (The Toronto Charter for physical activity: A global call for action)*. International Society for Physical Activity and Health. https://ispah.org/wp-content/uploads/2019/08/Toronto_Charter_Thai.pdf
- วิสิฐ จันมา. (2558). *ประวัติศาสตร์และพื้นฐานการออกแบบภาพเคลื่อนไหว*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *การพัฒนาด้านดิจิทัลของประเทศไทยประจำปี พ.ศ.2566 (Thailand Digital Outlook 2023)*. https://regional.moc.go.th/th/file/get/file/202312220ef2c316227710395d997246b1cf3007152913.pdfA5-Infographic_TIME-202242_V11-edit1.pdf
- สีโรตม มณีแอต และ สรัญญา เชื้อทอง. (2563). การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 8(2), 91-119.
- สุภาพร คชรัตน์. (2560). จาก “สุขภาพ” สู่ “สุขภาวะ”: การปฏิรูประบบสุขภาพของวงการสาธารณสุขไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University Humanities, Social Sciences, and Arts*, 10(2), 2803-2819.
- เสาวลักษณ์ พันธบุตร. (2562). การศึกษาแนวคิดและรูปแบบในการสร้างสติกเกอร์การ์ตูนเพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(1), 156-167.
- ศิริศักดิ์ ธีระสินางค์กุล. (2554). *พื้นฐานก้าวกระโดด เพื่อเป็น Animator มือโปร*. วิตติกรู๊ป.
- ศิริชัย ศิริกายะ และ สมเกียรติ ศรีเพ็ชร. (2560). การใช้รหัสของสติกเกอร์ไลน์ในการสื่อสาร. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 16(21), 171-183.
- ศิริพร ปัญญาเมธิกุล, พิทยาภรณ์ แซ่อึ้ง, มิ่งมกล มั่นทรงธรรม, และ อติกานต์ สำราญพันธ์. (2564). สติกเกอร์และมีม: การสื่อสารผ่านเครือข่ายออนไลน์. *วารสารวชนะ*, 9(1), 1-25.
- ศิโรช แทนรัตนกุล. (2566). กลยุทธ์การสร้างสรรคและการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่องานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ*, 11(1), 81-106.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, วิลาสินี พิพิธกุล, และ วิภา อุดมฉันท. (2550). วัฒนธรรม
ผู้รับสารและสื่อมวลชนศึกษา. ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (บ.ก.),
สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม (พิมพ์
ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Cha, Y., Kim, J., Park, S., Yi, M. Y., & Lee, U. (2018). Complex and ambiguous: Understanding sticker misinterpretations in instant messaging. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), 1-22.
- Konrad, A., Herring, S. C., & Choi, D. (2020). Sticker and emoji use in Facebook Messenger: Implications for graphicon change. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(3), 217-235.
- Lupton, E. (2017). *Type on screen ออกแบบและใช้งานตัวอักษรสำหรับสื่อสมัยใหม่*. Infopress.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2017). *Graphic design the new basics Thai edition*. Infopress.
- ThaiHealth. (2010, August 16). “กฎบัตรโทรอนโต” เพื่อกิจกรรมทางกาย. <https://www.thaihealth.or.th/?p=222994>
- World Health Organization. (2025). *Constitution*. <https://www.who.int/about/governance/constitution>