

การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล

วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

The Design Line Stickers of Lecturer of Computer and Digital Marketing,

ThatPhanom College, Nakhon Phanom University

ศศิธร แสงจำรัสชัยกุล^{1*}, กฤษณะ เศรษฐ¹ และ อภิสิต เรือนมงคล¹

Sasithron Sangjamraschaikun^{1*}, Kritsana Sadthee¹ and Aphisit Reunmongkol¹

Received: 25 October 2023

Revised: 22 December 2023

Accepted: 10 January 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม 2) เพื่อนำสติ๊กเกอร์ไลน์ไปใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้ 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูล 2) การวางแผนการออกแบบ และสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม 3) อัปโหลดสติ๊กเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้สติ๊กเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม 2) อาจารย์ผู้ใช้งานใช้การสื่อสารผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ตัวแทนที่เป็นภาพ และข้อความสั้น ๆ ทำให้สื่อสารด้วยความเข้าใจได้ง่าย

คำสำคัญ : สติ๊กเกอร์ไลน์ คอมพิวเตอร์ การตลาดดิจิทัล

¹ อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล

¹ Lecturer, Faculty of Computer and Digital Marketing, ThatPhanom College, Nakhon Phanom University, Thailand

E-mail: sasithron.samgjam@gmail.com, Tel. 089 577 5441 * Corresponding Author

ABSTRACT

The study had objectives: 1) Create LINE Stickers of discipline of Computer and Digital Marketing, ThatPhanom College, Nakhon Phanom University 2) Use LINE Stickers to communicate with students of discipline of Computer and Digital Marketing, ThatPhanom College, Nakhon Phanom University. The research methods were as follows: 1) Study and collect information 2) LINE Stickers design planning and create of discipline of Computer and Digital Marketing, ThatPhanom College, Nakhon Phanom University 3) Upload LINE Stickers of discipline of Computer and Digital Marketing, ThatPhanom College, Nakhon Phanom University.

The findings pointed out as follows: 1) Got LINE Stickers of discipline of Computer and Digital Marketing, ThatPhanom College, Nakhon Phanom University 2) Teacher use communication through LINE Stickers in representing images and short messages to communication easy to understand.

Keywords: LINE stickers, Computer, Digital Marketing

1. บทนำ

การสื่อสารในโลกปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีที่ช่วยสนับสนุนให้มีการสื่อสารผ่านออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ มีการเชื่อมโยงแบบเครือข่ายทั่วโลก ทำให้ผู้คนเรียนรู้ได้อย่างกว้างขวาง ดำเนินกิจกรรมการติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือที่เรียกกันว่า สมาร์ทโฟน (Smart Phone) กลายเป็นปัจจัยหลักที่ใช้ติดต่อสื่อสารให้สามารถเข้าถึง และใช้งานอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น สะท้อนจากสัดส่วนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตต่อจำนวนประชากรทั้งหมดที่ขยายตัวจาก 67% ในปี 2562 ขึ้นมาอยู่ที่ 85% ในปี 2566 (Thailandplus, 2566) กลายเป็นที่ยอมรับ และเป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทุกคนจำเป็นต้องมี โปรแกรมที่ใช้ในการสื่อสาร อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) การส่งข้อความ (Messaging) สไกป์ (Skype) โปรแกรมเหล่านี้เข้ามาเพื่อให้บริการด้านการติดต่อผ่านเครือข่ายที่ครอบคลุมไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อความ (Message) โทรด้วยเสียง (Call) หรือแม้แต่การคุยในรูปแบบวิดีโอ (Video Call) และโปรแกรมสำคัญที่ครองความนิยมในการติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต คือ โปรแกรมไลน์ (Line Program)

ไลน์เป็นโปรแกรมสำหรับการสื่อสารที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก นอกจากจะเป็นบริการสนทนาด้วยเสียงฟรีที่ให้ผู้ใช้งานสามารถโทรหาผู้ใช้ไลน์ด้วยกัน รวมถึงยังมีทั้งสติ๊กเกอร์ (Stickers) และอีโมติคอน (Emoticons) รูปแบบต่าง ๆ และยังสามารถดาวน์โหลดเพิ่มเติมได้ ทำให้ผู้ใช้งานหลายคนพอใจ คุณสมบัติเด่น คือ ไม่มีค่าใช้จ่าย (Free) ใช้งานง่าย (Easy to use) (White, 2012) และสามารถสื่อสารได้ ณ เวลาปัจจุบัน (Real time) สื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพถ่าย วิดีทัศน์ และเสียง จึงส่งผลต่อความนิยมในการใช้งาน และนำไปใช้ประโยชน์ในวงกว้างทางการศึกษาเพิ่มมากขึ้น (จุฑารัตน์ ศรฉนวนวงศ์ และคณะ, 2560) ปรากฏว่าไลน์มีผู้ใช้เป็นจำนวนมากเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากโปรแกรมไลน์เป็นการสนทนาที่ผู้ใช้สามารถสื่อสารได้ด้วยการพิมพ์ข้อความ และการส่งสติ๊กเกอร์ (Sticker) ที่แสดงอารมณ์ และความรู้สึกของผู้ใช้ ที่หลากหลาย

ในปี 2565 LINE ประเทศไทย ให้บริการครบ 10 ปี มีจำนวนผู้ใช้งานมากกว่า 50 ล้านคน มากกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนประชากรไทย ถือเป็นตัวช่วยเชื่อมต่อผู้คนในประเทศผ่านฟีเจอร์ต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกในการสื่อสาร นับถึงสิ้นเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 บัญชีไลน์เพื่อธุรกิจ (LINE Official Account) มียอดใช้งานเพิ่มขึ้นเป็น 5 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้น 25% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน มีทั้งองค์กรใหญ่ องค์กรขนาดกลาง และ SMEs รวมถึงแบรนด์แฟชั่นต่าง ๆ เข้ามาใช้บริการ สำหรับสติกเกอร์ไลน์หนึ่งในโมเดลรายได้แรก ๆ ของไลน์ในประเทศไทยมีการจำหน่ายสติกเกอร์กว่า 4.4 ล้านเซต เพิ่มขึ้น 20% (LineThailand, 2564)

ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของโปรแกรมไลน์ และการสร้างสติกเกอร์ไลน์ จึงออกแบบ และพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม เพื่อไปใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ผ่านสื่อการ์ตูนในรูปแบบสติกเกอร์ที่มีความดึงดูด ความสะดุดตา ด้วยภาพ และข้อความ สื่อสารผ่านสติกเกอร์ไลน์ตัวแทนที่เป็นภาพ และข้อความสั้น ๆ เป็นช่องทางการสร้างความสัมพันธ์ และเผยแพร่แบ่งปันความรู้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1. เพื่อสร้างสติกเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

2.2. เพื่อนำสติกเกอร์ไลน์ไปใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

3. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ทฤษฎีหลักการวาดการ์ตูน

การ์ตูน มาจากภาษาอังกฤษว่า Cartoon หมายถึง ภาพวาดต่าง ๆ ที่วาดขึ้นโดยไม่เน้นให้เหมือนกับความเป็นจริงทั้งหมด โดยจะตัดทอนรายละเอียดออกมา ภาพการ์ตูนจึงเขียนขึ้นด้วยรูปร่างง่าย ๆ โดยเน้นคุณลักษณะพิเศษของรูปร่าง กริยา ท่าทาง หน้าตาอารมณ์ของคน สัตว์ วัตถุสิ่งของ (สิงขร ภักดี, 2559) การ์ตูนจัดเป็นงานทัศนศิลป์เพราะเป็นงานศิลปะที่รับรู้ได้ทางการมองเห็น การ์ตูนนั้นมักใช้ประกอบในงานต่าง ๆ ทั้งการ์ตูนประกอบหนังสือ ภาพยนตร์ แผ่นป้ายโฆษณา ขั้นตอนการเขียนภาพการ์ตูน มีดังนี้ (ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล, 2547)

1. กำหนดแนวคิด เริ่มจากการจินตนาการถึงการตูนที่ต้องการวาดออกมาในรูปแบบใด
2. กำหนดโครงสร้าง โดยการร่างภาพที่จะวาดเป็นโครงสร้างภาพรวม ด้วยเส้นและรูปทรงเรขาคณิตหรือรูปทรงต่าง ๆ ผสมผสานกัน
3. กำหนดความรู้สึก คือการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่ผู้เขียนต้องการให้ปรากฏในภาพการ์ตูนนั้น เพื่อให้ผู้ชมทราบวาทการ์ตูนเหล่านั้นมีอารมณ์ความรู้สึกอย่างไร

3.2 ทฤษฎีการใช้สี

สีมีความสำคัญอย่างมากต่องานออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานออกแบบกราฟิก เพราะนอกจากจะทำให้ภาพหรือสิ่งต่าง ๆ มีความสดใส สวยงาม และน่าสนใจ แล้วยังมีบทบาทในการสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และมีคุณภาพ ในการใช้สีเพื่อสื่อความหมายในงานกราฟิกควรจะศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจเพื่อที่จะได้นำสีไปใช้ประกอบในงานกราฟิกให้งานนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงตามจุดประสงค์มากที่สุด (สุชา จันทรธรม, 2547)

สีเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคน โดยที่ไม่ได้นึกถึงการทำความเข้าใจว่า สีคืออะไร และถูกสร้างขึ้นได้อย่างไรจะช่วยให้สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้แสงสี ขาวและสเปกตรัมของสี แสงสีขาวซึ่งมีกำเนิดมาจากดวงอาทิตย์ ประกอบด้วยสีรุ้ง เมื่อส่องแสงผ่านปริซึม แสงก็จะแตกออกมาเป็นสเปกตรัมของสี สีเหล่านี้คือสีแดง แสด เหลือง เขียว น้ำเงิน คราม และสีม่วง ซึ่งสีเหล่านี้คือ สเปกตรัมของแสงสีที่มองเห็นได้ผ่านปริซึม แต่ส่วนสเปกตรัมที่มองไม่เห็นได้มีค่า ค่าหนึ่งเป็นของตัวเอง ซึ่งเรียกว่า “สี” ความแตกต่างของสีหนึ่งไปยังสีถัดไปอาจจะมองไม่เห็น ความแตกต่างสเปกตรัมของแสงที่มองเห็นสามารถแบ่งออกได้มากกว่า 1 สี แต่กลับมองเห็นเป็นสีเดียว ซึ่งขึ้นอยู่กับสีที่อยู่รอบข้างเป็นเพราะว่าสายตาของคนจะผสมสีที่อยู่ใกล้กันให้โดยอัตโนมัติ กำเนิดแสงและแสงสะท้อน แสงกำเนิดจากต้นกำเนิดแสงที่มีพลังงาน เช่น ดวงอาทิตย์หลอดไฟฟ้าหรือจอคอมพิวเตอร์ ส่วนแสงสะท้อนคือแสงที่กระทบกับวัตถุแล้วสะท้อนออกมา โดยที่มุมตกกระทบเท่ากับมุมสะท้อน แสงที่มองเห็นเมื่อมองวัตถุที่ไม่ได้เป็นต้นกำเนิดแสงแสงที่ถูกผลิตออกมา โดยต้นกำเนิดอาจจะประกอบไปด้วยสีทั้งหมด หรือสีผสม หรืออาจจะเป็นสีใดสีหนึ่ง แสงที่ถูกผลิตจะเดินทางเป็นเส้นตรงจากนั้นกำหนดแสงมายังตา โดยยังคงสภาพของสีที่ถูกสร้างไว้พอกระทบกับวัตถุใด ๆ วัตถุนั้นก็จะดูดกลืนแสงบางส่วนไว้แล้วสะท้อนแสงบางส่วนออกมา สีที่เห็นนั้นเป็นสีที่เกิดจากการสะท้อนของแสง

3.3 แนวทางสำหรับภาพสติกเกอร์ภาพหลัก และภาพ تعب

1. ภาพสติกเกอร์จะต้องไม่มีรูปแบบที่เหมือนกับที่ไลน์ได้ออกแบบ
2. ภาพที่ไม่เอื้ออำนวยในการใช้สำหรับสนทนาไม่ควรทำ
3. จะต้องเป็นภาพวาดไม่ใช่ภาพถ่าย
4. ภาพที่ดูยาก เช่น วิวิทัศน์ที่กว้างขวาง หรือคาแร็กเตอร์ที่สูงเกินไปไม่ได้สัดส่วน
5. สติกเกอร์ที่ส่วนสำคัญขาดสมดุล เช่น สีซีดจาง หรือไม่ตรงแถวตรงแนว เป็นต้น ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 แนวทางการออกแบบสติกเกอร์ (สิริวิวัฒน์ ละตา, 2561)

3.4 ข้อกำหนดเกี่ยวกับธุรกิจการโฆษณา และข้อกำหนดอื่น ๆ

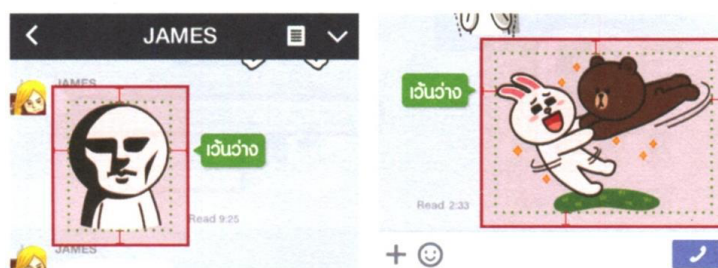
สติ๊กเกอร์จะต้องให้ข้อมูลส่วนตัวก่อนซื้อสติ๊กเกอร์ ส่วนมากจะทำในรูปแบบบริษัทใหญ่ ๆ ที่ต้องการข้อมูลลูกค้า ต้องยอมรับเพื่อนคนนี้นัก่อนจึงสามารถดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ชุดนี้ได้ฟรี เป็นต้น สติ๊กเกอร์ที่หวังผลอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้สื่ออารมณ์ในการแชท หรือสติ๊กเกอร์ที่มีความต่อเนื่องกับแคมเปญโฆษณา มีการดึงคนให้เข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ใดเว็บหนึ่ง เช่น ถ้าถูกจ้วงให้ว่าสติ๊กเกอร์เป็นภาพบุคคล และดูเหมือนว่าจะเป็นการโปรโมทเพื่อให้คนไปดูหนัง หรือแม้กระทั่งคิดว่าวาดเองโดยไม่มีคนมาจ้างทำ หากมีความสับสนเสี่ยงที่จะเป็นการให้ประโยชน์อื่นใด นอกเหนือจากการใช้เพื่อแชทก็ทำให้เสี่ยงในการผิดข้อกำหนด (เมธิศ ลือลือชัย, 2561)

1. ประเภทไฟล์สติ๊กเกอร์ สำหรับรูปแบบไฟล์ภาพที่ทางไลน์ต้องการคือ PNG (Portable Network Graphics) ซึ่งไฟล์ประเภทนี้จะมีพื้นที่หลังโปร่งใส สามารถกำหนดค่าง่ายในโปรแกรมกราฟิก
2. ขนาดจะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ ภาพหลัก (Main image) ภาพสติ๊กเกอร์ (Sticker image) และภาพแท็บในห้องแชท (Chat room tab image) โดยทั้งหมดจะต้องมีความละเอียดของภาพ 72 dpi และโหมดสีแบบ RGB ในการกำหนดขนาดภาพจะทำในโปรแกรมโฟโตชอป (Photoshop) ส่วนการเช็คจำนวนอักขระสามารถดูในโปรแกรมไมโครซอฟต์เวิร์ด (Microsoft Word) ดังภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบที่ 2 ประเภทของรูปสติ๊กเกอร์

3. การเว้นระยะขอบสติ๊กเกอร์ ควรเว้นระยะจากขอบที่กำหนดไว้เข้ามาประมาณ 10 Pixel หรือ 35 มิลลิเมตร และต้องจัดวางสติ๊กเกอร์ให้มีความสมดุลกัน ไม่เอียงไปอยู่ข้างใดข้างหนึ่ง ดังภาพประกอบที่ 3



ภาพประกอบที่ 3 การเว้นระยะขอบสติ๊กเกอร์

อารีย์ มัยงพงษ์, เกื้อกุล ตาเย็น และณรงก์ฤทธิ์ ชีระเวช (2565) ได้นำเสนอวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารทางการเรียน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน 2) ศึกษาระดับการรับรู้คุณสมบัติของแอปพลิเคชัน เจตคติ และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน และการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารทางการเรียน 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารทางการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมมติฐานสัมพัทธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า การใช้แอปพลิเคชันส่วนใหญ่มีประสบการณ์มากกว่า 5 ปีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อสนทนากับเพื่อนในชั้นเรียน ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที จำนวนครั้งในการใช้งานโดยเฉลี่ย 6 - 10 ครั้งต่อวัน และส่วนใหญ่ใช้บนสมาร์ตโฟน นักศึกษามีความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านการรับรู้คุณสมบัติของแอปพลิเคชัน ด้านเจตคติ ด้านอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน และการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารทางการเรียนอยู่ในระดับมากโดยปัจจัยทั้งสามด้านมีความสัมพันธ์กับการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารทางการเรียนของนักศึกษาในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เสาวลักษณ์ พันธบุตร (2563) ได้นำเสนอวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวคิด และรูปแบบในการสร้างสติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์เพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด และรูปแบบในการสร้างสติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์เพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ โดยศึกษาจากกลุ่มนิสิตชั้นปีที่ 1 - 4 วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒจำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ และศึกษาบทสัมภาษณ์นักออกแบบคาแร็กเตอร์ จำนวน 5 คน พบว่า แนวคิดและรูปแบบในการสร้างคาแร็กเตอร์เพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ประกอบด้วย การออกแบบคาแร็กเตอร์ต้องแสดงอารมณ์หลากหลาย 4.49 คาแร็กเตอร์ใหม่ไม่ซ้ำใคร 4.07 มีบุคลิกเด่นเฉพาะตัว เช่น ตลก อ้วนจน น่ารัก 4.03 มีขนาดเหมาะสมทำให้เห็นชัดเจน 3.95 มีการใช้คำที่ทันสมัย โดนใจ 3.94 และเน้นสีสันสวยงามมากกว่าลายเส้นขาว - ดำ 3.75 สอดคล้องกับการศึกษาแนวคิด และรูปแบบจากบทสัมภาษณ์นักออกแบบคาแร็กเตอร์ การออกแบบต้องไม่ซ้ำใคร มีลายเส้น การลงสีขนาด สัดส่วน และการจัดองค์ประกอบที่มีลักษณะเฉพาะของนักออกแบบแต่ละคน

ศุภรัตน์ เจริญพิทักษ์, กฤษดา ทองบุญเกิด และศิริพล แสนบุญส่ง (2561) ได้นำเสนองานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ของนักศึกษาครุศาสตร์ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ของนักศึกษาครุศาสตร์ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ของนักศึกษาครุศาสตร์ที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เป็นผู้ที่ดาวน์โหลดใช้งานสติ๊กเกอร์ จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ สติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ของนักศึกษาครุศาสตร์ และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83 ดังนั้น สรุปได้ว่าสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันชุดการเรียนรู้ของนักศึกษาครุศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้งานในการแสดงความรู้สึกแทนการส่งข้อความ สามารถแสดงอารมณ์และสื่อสารได้เข้าใจความรู้สึกภายในภาพเดียว

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ขอบเขตการวิจัย

ประชากรในการศึกษาค้นครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเฉพาะนักศึกษาในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคการศึกษาที่ 2/2565 จำนวน 150 คน (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 2565) และกำหนดการสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์จำนวน 24 รูป รายละเอียด ได้แก่ 1) รูปภาพ 1 รูปมีขนาด 240*240 พิกเซล 2) ชื่อครีเอเตอร์ไม่เกิน 30 ตัวอักษร 3) ชื่อสติ๊กเกอร์ไม่เกิน 40 ตัวอักษร

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ใช้เครื่องมือในการออกแบบ และสร้าง ได้แก่ 1) โปรแกรม Adobe Photoshop 2) โปรแกรม Adobe illustrator 3) โปรแกรม LINE 4) แอปพลิเคชัน Sticker Maker โดยในการดำเนินการมีขั้นตอนตามแผนโครงสร้าง ดังภาพประกอบที่ 4

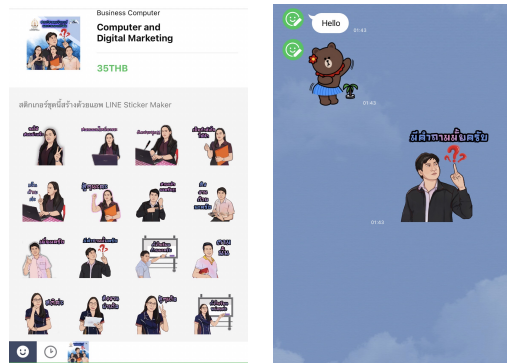


ภาพประกอบที่ 4 ขั้นตอนการพัฒนาสติ๊กเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล
วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

จากภาพประกอบที่ 4 ผู้วิจัยเริ่มจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลแนวทางการทำสติ๊กเกอร์ไลน์ สมัครทำการสร้าง และจัดการสติ๊กเกอร์ไลน์ ออกแบบ และสร้างสติ๊กเกอร์ไลน์ กรอกรายละเอียดต่าง ๆ ให้ตรงกับที่กำหนดไว้ ครบถ้วน แต่งแต่งปรับปรุงตัวละคร ทำการอัปโหลดภาพเข้า และบันทึกเป็นนามสกุล PNG ขนาด 240*240 พิกเซล ความละเอียดของภาพ 72 dpi ใช้โหมดสี RGB แต่ละภาพมีชื่อครีเอเตอร์ไม่เกิน 30 ตัวอักษร และชื่อสติ๊กเกอร์ไม่เกิน 40 ตัวอักษร กดส่งแล้วรอการอนุมัติ หรือตรวจสอบประมาณ 2 - 3 เดือน สามารถเข้าไปดูสติ๊กเกอร์ไลน์ที่สร้างได้

5. ผลการวิจัย

ผลการออกแบบ และเริ่มใช้สติกเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัย
ธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ดังภาพประกอบที่ 5



ภาพประกอบที่ 5 เริ่มใช้สติกเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล
วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนมสติกเกอร์

6. สรุปผลการวิจัย และองค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยเรื่องการออกแบบสติกเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัย
ธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสร้างสติกเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์
และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม 2) เพื่อนำสติกเกอร์ไลน์ไปใช้ในการติดต่อสื่อสาร
กับนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ประชากรที่ใช้
ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม
ทุกชั้นปี จำนวน 158 คน ใช้เครื่องมือในการออกแบบ และสร้าง ได้แก่ 1) โปรแกรม Adobe Photoshop
2) โปรแกรม Adobe illustrator 3) โปรแกรม LINE 4) แอปพลิเคชัน Sticker Maker ผู้วิจัยมีการศึกษาข้อมูล
ออกแบบ และสร้างสติกเกอร์ไลน์ ผลการออกแบบสติกเกอร์ไลน์อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล
วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม ได้สติกเกอร์ไลน์จำนวน 24 แบบ โดยมีตัวละครการ์ตูนที่ใช้จำนวน
4 ตัวละครคืออาจารย์ประจำสาขาวิชา เป็นแม่แบบในการออกแบบ และนำองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน
มาช่วยในการตกแต่งตัวละคร และกำหนดข้อความให้เหมาะสม และนำจดจำ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษา
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สามารถนำภาพการ์ตูนที่ออกแบบในสติกเกอร์ไลน์ไปประยุกต์ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับนักศึกษา
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม
2. สามารถนำไปเผยแพร่ เพื่อเป็นการแนะนำ และประชาสัมพันธ์ไปยังทุกที่ผ่านโปรแกรม Line

3. สามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาต่อหรือทำวิจัยประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ องค์กรหรือสถานที่อื่น ๆ

6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรรออกแบบสติกเกอร์ไลน์ในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว (Animation) หรือเพิ่มเสียงให้น่าสนใจ และดึงดูดต่อผู้ใช้งาน

เอกสารอ้างอิง

- จุฑารัตน์ ศรฉนวนวงศ์ และคณะ. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 10(2), 17.
- ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล. (2547). *ทฤษฎีหลักการวาดการ์ตูน*. สำนักพิมพ์มีเดียอินเทลลิเจนซ์เทคโนโลยี.
- พฤติกรรมการใช้และคุณภาพของ Internet ไทยเป็นอย่างไร. (2566). ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2565, จาก <https://www.thailandplus.tv/archives/712538>
- เมธิศ ลีวลือชัย. (2561). *การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ให้กับองค์กรเพื่อใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า*. ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศุภรัตน์ เจริญพิทักษ์, ฤชดา ทองบุญเกิด, และศิริพล แสนบุญสูง. (2561). การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ ชุดการ์ตูนนักศึกษาครุศาสตร์. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้*, 4(1), 35-47.
- สิงขร รักดี. (2559). *หลักการวาดการ์ตูน*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สิริวิวัฒน์ ละตา. (2561). *การออกแบบและพัฒนาสติกเกอร์ไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดมหาสารคาม*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สุชา จันทร์อม. (2547). *ทฤษฎีสีกับการออกแบบงานกราฟิก*. (พิมพ์ครั้งที่ 13). สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- เสาวลักษณ์ พันธบุตร. (2562). การศึกษาแนวคิดและรูปแบบในการสร้างสติกเกอร์การ์ตูนน่ารักเพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(1), 156-167.
- สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยนครพนม. (2565). *สรุปสถิตินักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ประจำปีการศึกษา 2565*. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2565, จาก https://reg.npu.ac.th/registrar/teach_browse.asp?classacadyear=2565&avs390617839=9
- อารีย์ มัยยพงษ์ เกื้อกุล ตาเย็น และณรงค์ฤทธิ์ ชีระเวช. (2565). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อการสื่อสารทางการเรีย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 4(1), 57-71.
- White, C. M. (2012). *Social media, Crisis communication, and Emergency management: Leveraging Web 2.0 Technologies*. Boca Raton: CRC.
- LINE Thailand. ประเทศไทย ครอบรอบ 10 ปี ประกาศยอดผู้ใช้งานครบ 50 ล้านคน. (2564). ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2565, จาก <https://brandinside.asia/line-thailand-10-yrs>.