

การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ขององค์การบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, Ph.D.⁹

พรปภัสสร ปริญาญกุล, Ph.D.¹⁰

จิราภรณ์ ไพบูลย์นภาพงส์¹¹

ชนิกานต์ ปฏิทัศน์⁸

และธัญญะวิญญ์ พวัสสงสิน⁸

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความต้องการและพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เพื่อหาคุณภาพของรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ พนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) โดยเป็นผู้ที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการสติกเกอร์ บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนมากที่สุด (ร้อยละ 64.00) โดยรูปแบบแสดงอารมณ์ของตัวการ์ตูน ต้องการแบบตลกเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 34.00) รูปแบบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ต้องการแบบเที่ยวเดินทาง เป็นลำดับแรก (ร้อยละ 38.00) และรูปแบบคำพูด ต้องการแบบคำทักทายเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 44.00) โดยผลจากการสำรวจความต้องการ ผู้จัดทำได้พัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ขึ้น ซึ่งผลจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.49) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.55) และความพึงพอใจของ

⁹ รองศาสตราจารย์ รองคณบดีฝ่ายสารสนเทศและกิจการนักศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

¹⁰ รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

¹¹ ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ อยู่ในระดับมาก($\bar{x}$ = 4.28, S.D. = .62) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ ดังนั้นสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่พัฒนาขึ้น สามารถนำไปใช้ได้

คำสำคัญ: การพัฒนาสติ๊กเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์อาเซียนประชาสัมพันธ์บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

The Development of Sticker Characters on Application Line Entitled “ASEAN” for Public Relations the Image of MCOT Public Company Limited

Abstract

The objectives of this research were to explore the demand and develop the sticker characters on application Line Entitled “ASEAN” for Public Relations the Image of MCOT Public Company Limited , to find sticker characters quality and satisfaction of sample. The sample of the survey were held by the employees of the MCOT Public Company Limited who did in a survey on random people who were using Line application for at least 1 years. The result showed that, the sample demanded the sticker characters on application Line Entitled “ASEAN” the most (64.00%) The demand to the scared format in the emotions of characters type was the first (34.00%). The demand to the travel format in the activities of daily life type was the first (38.00%) . The demand to the greeting format in the conversation type was the first (44.00%) .The quality of content sticker characters was based on the degree of good ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.49). The media presentation result, was based on the degree of good ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.55) .The satisfaction result was based on the degree of high ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.62). It could be concluded that, these sticker characters on application Line Entitled “ASEAN” can be applied to use high quality for public relations and supported the organization image.

Keywords: The development of sticker characters on Application Line , ASEAN , Public Relations, MCOT Public Company Limited

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันการสื่อสารถือเป็นส่วนสำคัญในการติดต่อข่าวสารถึงกัน องค์การต่างๆ มีการพัฒนาทางด้านการสื่อสารมาอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งข่าวสารมากขึ้น สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ในระยะทางที่ไกลมากขึ้น และสามารถส่งผ่านข้อมูลได้ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร ตัวเลข สัญลักษณ์ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ผ่านช่องทางต่างๆ ในการสื่อสารทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ถือเป็นหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารแบบเป็นทางการที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งขององค์กร มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน องค์กรจะไม่สามารถอยู่ในสังคมได้หรืออยู่ได้ยาก หากปราศจากการยอมรับและความเข้าใจจากสาธารณชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องให้องค์กรจะต้องให้ความสนใจต่อการทำความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชนผ่านสื่อต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนมีทัศนคติความเชื่อหรือมุมมองที่ดีต่อองค์กร อันจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างราบรื่นในระยะยาวขององค์กร ในการประชาสัมพันธ์ที่เราต้องการให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีนั้น ผู้ประชาสัมพันธ์จึงควรจะเข้าใจในเนื้อหาสาระที่ต้องการประชาสัมพันธ์เสียก่อนและที่สำคัญยังต้องพิจารณาด้วยว่าเนื้อหาสาระของการประชาสัมพันธ์นั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์หรือไม่ และเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับที่เป็นเป้าหมายมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อผลสำเร็จในการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง

แอปพลิเคชันถือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ทางจอภาพรูปแบบใหม่ ที่มีความน่าสนใจ ซึ่งแอปพลิเคชันก็คือชุดโปรแกรมต่างๆ บนมือถือประเภทสมาร์ตโฟน รวมถึงแท็บเล็ตต่างๆ ที่มีให้ดาวน์โหลดและติดตั้งไปยังอุปกรณ์ตามรุ่นต่างๆ โดยสามารถแสดงภาพเคลื่อนไหว อาทิ เช่น ตัวหนังสือ วิดีโอ ข้อมูล ภาพกราฟิก เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็น อย่างเช่น แอปพลิเคชันไลน์ (Application Line) เป็นแอปพลิเคชันที่ให้บริการข้อความรวมกับเสียง ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่มแชท ส่งข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ หรือจะพูดคุยโทรศัพท์แบบเสียงก็ได้ โดยข้อมูลที่ถูกส่งขึ้นไปนั้นฟรีทั้งหมด ซึ่งแอปพลิเคชันไลน์ สามารถใช้งานได้ในระบบปฏิบัติการ iOS, Android, Windows Phone, PC และ BlackBerry โดยฟีเจอร์ของแอปพลิเคชันไลน์ ประกอบด้วย การส่งข้อความ การสนทนาด้วยเสียง การเปลี่ยนพื้นหลังในหน้าจอสนทนาแบบกลุ่ม Official LINE และการส่งสติ๊กเกอร์ เป็นต้นโดยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียเงินหากใช้งานโทรศัพท์ที่มีแพคเกจอินเทอร์เน็ตอยู่แล้วส่วนการทำงานของแอปพลิเคชันไลน์นั้น ต้องใช้เบอร์โทรศัพท์เพื่อยืนยันการใช้งาน สำหรับแอปพลิเคชันไลน์มีทั้งสติ๊กเกอร์ (Stickers) และอีโมติคอน (Emoticons) รูปแบบต่างๆ และยังสามารถเลือกดาวน์โหลด (Download) เพิ่มเติมได้ ซึ่งลักษณะของสติ๊กเกอร์ไลน์ มีไว้เพื่อสื่อสารบอกอารมณ์

ระหว่างการสนทนาซึ่งในปัจจุบันองค์กรหรือบริษัทต่างๆ กำลังนิยมออกแบบและผลิตสติ๊กเกอร์ไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรหรือบริษัท โดยการออกแบบรูปแบบตัวสติ๊กเกอร์ไลน์ให้มีลักษณะ รูปแบบ ข้อความหรือตราสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึงการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

ทั้งนี้ประโยชน์ของการใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ (Sticker Line Corporate) มีดังนี้

1. ช่วยผลักดันและส่งเสริมการตลาด(Marketing) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภค(Customer) ได้โดยตรง
3. เป็นอีกวิธีการที่สามารถเพิ่มยอดขายให้กับหน่วยงานได้
4. ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการติดต่อสื่อสาร(Communicate) ขององค์กร (Organization) ให้มีความทันสมัย
5. ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้มากหากเทียบกับสื่ออื่น

ในปี พ.ศ.2558 ประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยประเทศบรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และ เวียดนาม จะก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) อย่างสมบูรณ์แบบ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายร่วมกัน ว่าการเปิดประตูสู่ “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” (AEC) จะส่งผลให้ภูมิภาคอาเซียนกลายเป็นกลุ่มเศรษฐกิจขนาดใหญ่ ที่มีฐานการผลิตรวมกัน มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยทางการผลิตอย่างเสรี เกิดความเป็นปึกแผ่น สร้างอำนาจต่อรองทางด้านการค้าและเศรษฐกิจ ในเวทีการค้าโลกได้อย่างเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น (2557) สำหรับประเทศไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกอาเซียน จำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อรับมือกับการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงต้องมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสมาชิกทั้ง 10 ประเทศอาเซียน ให้เป็นที่รู้จักกันมากยิ่งขึ้นผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (อังกฤษ: MCOT Public Company Limited; ชื่อย่อ: บมจ.อสมท MCOT PCL.2557) เป็นรัฐวิสาหกิจในรูปบริษัทมหาชนจำกัด และเป็นกิจการสื่อสารมวลชนภายใต้การกำกับของรัฐบาลไทย โดยสำนักนายกรัฐมนตรีประกอบธุรกิจสื่อสารมวลชนอันประกอบด้วย กิจการวิทยุโทรทัศน์ แพร่ภาพออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยระบบสี 625 เส้น จากสถานีแม่ข่ายในกรุงเทพมหานคร ไปยังสถานีเครือข่ายในภูมิภาคจำนวน 35

สถานี มีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมเกือบทั่วประเทศไทย ทางช่อง 9 ในชื่อ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี และยังมีสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมอีก 2 ช่อง ออกอากาศสถานีละ 24 ชั่วโมง คือ เอ็มคอตวัน และเอ็มคอตเวิลด์แพร่ภาพออกอากาศทางโทรทัศน์เคเบิลทรูวิชั่นส์ของอสมท ในระบบดิจิทัลกิจการวิทยุกระจายเสียง ส่งกระจายเสียงด้วยระบบเอฟเอ็ม ทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคจำนวน 35 สถานี และในระบบเอเอ็ม ในส่วนกลาง 2 สถานี สำนักข่าวไทย ดำเนินการผลิตรวบรวม จัดเก็บ และวิเคราะห์ข่าวสาร ทั้งทางสื่อโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง รวมไปถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จึงเป็นผู้นำด้านข่าวสารและสื่อสารมวลชนระดับต้นๆ ของประเทศไทยที่ทำหน้าที่กระจายข่าวสารและข้อมูลใหม่ๆ ให้มวลชนได้ทราบหรือรับรู้ข่าวสารนั้นๆ รวมไปถึงเรื่องประชาคมอาเซียนด้วย ซึ่งปัจจุบันนี้ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ได้มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ และยังมีสื่อประชาสัมพันธ์คือสตีกเกอร์ไลน์ทั้งนี้ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอยู่เสมอ ทำให้สตีกเกอร์ไลน์มีการพัฒนาให้สามารถเคลื่อนไหวได้คณะผู้วิจัยในฐานะที่ได้รับผิดชอบในส่วนหนึ่งของการผลิตสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จึงเล็งเห็นประโยชน์และความสำคัญ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นของสื่อและรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กรโดยการต่อยอดสตีกเกอร์ไลน์ทั้งในด้านรูปแบบ และช่องทางเพื่อการตอบรับการเข้าสู่ ASEAN Economic Community (AEC) โดยฝ่ายสื่อสารองค์กรของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จึงเป็นที่มาของแนวคิดที่จะพัฒนาสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อสำรวจความต้องการการสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อดำเนินการพัฒนาสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อประเมินคุณภาพของสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน ที่พัฒนาขึ้นเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
2. เป็นสื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคได้โดยตรงโดยผ่านเครื่องมือประชาสัมพันธ์สตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์
3. ส่งเสริมภาพลักษณ์ของ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)ด้านการติดต่อสื่อสารขององค์การให้มีความก้าวหน้าและทันสมัยมากขึ้น

สมมติฐานการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ในระดับมาก
2. คุณภาพของสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่ออกแบบขึ้นอยู่ในระดับดี
3. ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่ออกแบบอยู่ในระดับมาก

ขอบเขตของการศึกษา

ประชากร

พนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,500 คน ที่ปฏิบัติงานภายในองค์การข้อมูลจากรายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี (2556)

กลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสำรวจความต้องการ คัดเลือกจากพนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงโดยเป็นผู้ที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มาแล้ว ไม่น้อยกว่า 1 ปี และยินดีให้ความร่วมมือในการทำแบบสำรวจจำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google doc)

2. กลุ่มตัวอย่างในการประเมินความพึงพอใจ คัดเลือกจากพนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงโดยเป็นผู้ที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี และยินดีให้ความร่วมมือในการทำแบบประเมินความพึงพอใจจำนวน 100 คน

ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์และความสามารถในการประเมินคุณภาพของสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่ได้จากวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริง และยินดีจะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ อย่างละ 3 ท่าน รวม 6 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. แบบสำรวจความต้องการสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

2. แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ ซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ

3. แบบประเมินความพึงพอใจต่อสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งประเมินโดยกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตเนื้อหา

สตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้จากการสำรวจความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ในที่มีจำนวน 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาวมาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม

ตัวแปรที่ศึกษา

- ความต้องการสตีกเกอร์สำหรับใช้งานในแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
- คุณภาพของสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
- ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

นิยามศัพท์เฉพาะตัวแปรที่ศึกษา

ความต้องการ หมายถึง ผลจากความรู้สึกแสบวก เพื่อตอบสนองบางสิ่งบางอย่าง ที่มีอยู่ภายในจิตใจ ความคิด ตามแต่มุมมองของแต่ละบุคคล เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบสตีกเกอร์สำหรับใช้งานในแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

คุณภาพ หมายถึง ผลจากการประเมินรูปแบบสตีกเกอร์สำหรับใช้งานในแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่มีความสมบูรณ์ด้านเนื้อหา และสื่อการนำเสนอ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยคุณภาพต้องอยู่ในระดับดี ตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป

ความพึงพอใจ หมายถึง ผลจากการประเมินความสนใจ การแสดงออก ทศนคติในแง่บวกของแต่ละบุคคลที่ใช้งานรูปแบบสตีกเกอร์สำหรับใช้งานในแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) โดยความพึงพอใจต้องอยู่ในระดับมาก ตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ก.ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) เพื่อสำรวจความต้องการ และพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน ที่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้งาน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Doc)

ข.ขั้นการออกแบบ (Design) ออกแบบการเคลื่อนไหวของสติกเกอร์เพื่อการพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)

1. เนื้อหาและคุณภาพและรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ด้านความถูกต้องและด้านความครบถ้วนของเนื้อหา

2. ออกแบบการเคลื่อนไหวของสติกเกอร์เพื่อการพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 ชุด

ค.ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ขึ้นเสนอต่อฝ่ายสื่อสารองค์กรเพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข

1. นำรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่ปรับปรุงและผ่านความเห็นชอบจากฝ่ายสื่อสารองค์กรเสนอต่อ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และอีก 3 ท่านสำหรับตรวจสอบด้านสื่อการนำเสนอ โดยกำหนดคุณภาพคือเกณฑ์ในการแปลผลคุณภาพ ใช้เกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด , 2545

2. ปรับปรุงรูปแบบสติกเกอร์สำหรับใช้งานในแอปพลิเคชันไลน์ และนำข้อเสนอแนะจากการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุง

3. นำรูปแบบสติกเกอร์สำหรับใช้งานในแอปพลิเคชันไลน์ ที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับพนักงานภายในองค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) เพื่อหาข้อบกพร่องของสื่อ การวัดผลและการประเมินผล

ง.ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) นำรูปแบบสติกเกอร์สำหรับใช้งานในแอปพลิเคชันไลน์ที่จัดทำขึ้นไปปรับปรุงแก้ไขไปใช้

จ.ขั้นการประเมินผล (Evaluation) เริ่มจากการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ที่จัดทำขึ้น โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลสำรวจความต้องการ

จากการสำรวจความต้องการโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Doc) เกี่ยวกับความต้องการรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จากผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม คือ พนักงานบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) จำนวน 100 คน ผลการศึกษามีดังนี้

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Google Doc) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 และเพศชายจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ซึ่งมีช่วงอายุมากที่สุดคือ 26 – 30 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 ช่วงอายุรองลงมาคือ 31 – 35 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00

ทั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Google Doc) ส่วนใหญ่มีความต้องการสติกเกอร์ไลน์ในระดับมากที่สุดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ ระดับมาก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และระดับปานกลาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการเลือกรูปแบบ แสดงอารมณ์ของตัวการ์ตูน จำนวน 1 แบบ จาก 4
ตัวเลือก ของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Google Doc)

รูปแบบแสดงอารมณ์ของตัวการ์ตูน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. แบบเป็นอายุ	22	22.00	3
2. แบบตกใจ	34	34.00	1
3. แบบดีใจ	26	26.00	2
4. แบบร้องไห้ เสียใจ	18	18.00	4
รวม	100	100.00	

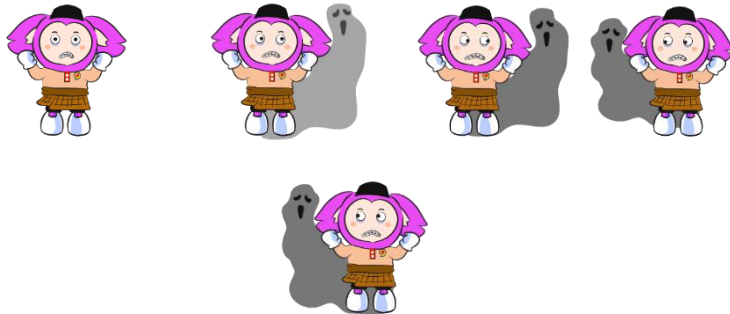
จากตารางที่ 1 พบว่าในรูปแบบแสดงอารมณ์ของตัวการ์ตูน ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Google Doc) ส่วนใหญ่เลือกแบบตกใจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ แบบดีใจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และ แบบเป็นอายุ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

จากข้อมูลเชิงสำรวจข้างต้น คณะผู้วิจัยได้พัฒนาสีตีกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ขึ้น อันประกอบด้วย รูปแบบดังต่อไปนี้

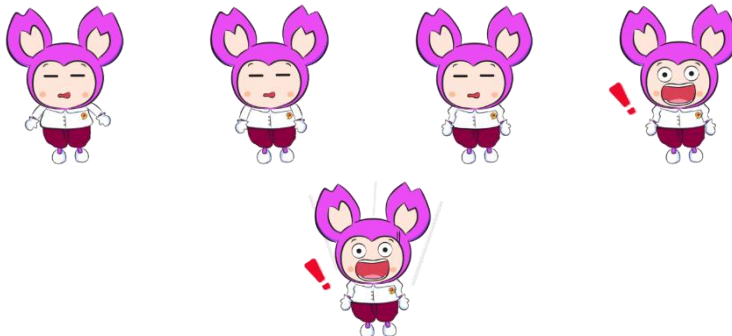
- รูปแบบแสดงอารมณ์ ได้แก่ แบบตกใจ
- รูปแบบชีวิตประจำวัน ได้แก่ แบบเที่ยวเดินทาง
- รูปแบบคำพูด ได้แก่ แบบคำทักทายดังภาพต่อไปนี้

การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ รูปแบบแสดงอารมณ์ ได้แก่ แบบตกใจ

ประเทศ บรูไน



ประเทศ กัมพูชา



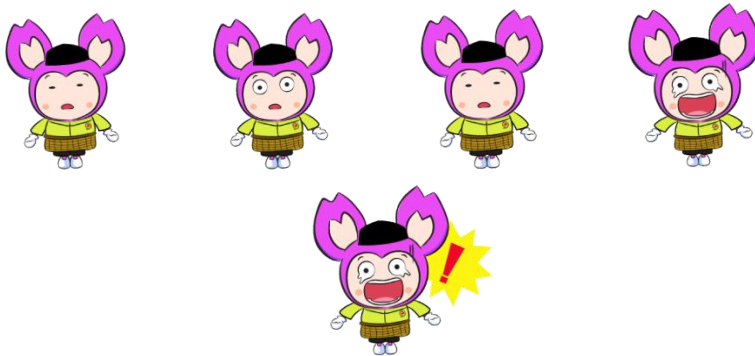
ประเทศอินโดนีเซีย



ประเทศลาว

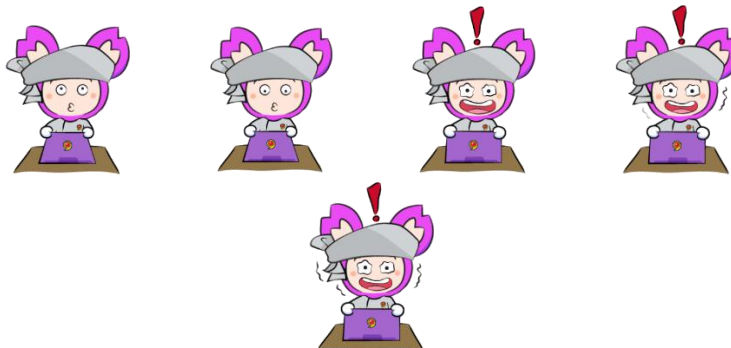


ประเทศมาเลเซีย



การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ รูปแบบแสดงอารมณ์ ได้แก่ แบบตลกใจ (ต่อ)

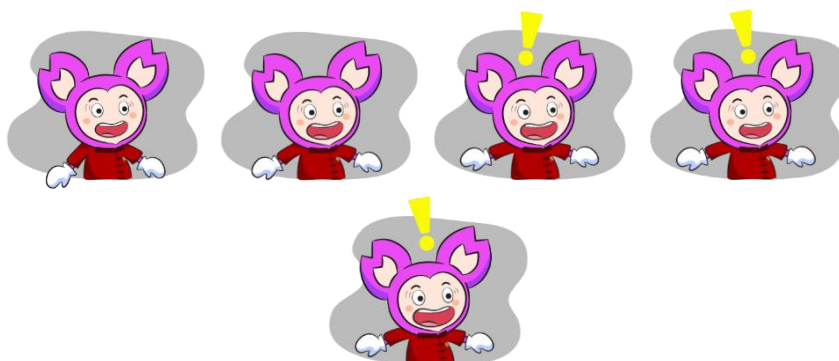
ประเทศเมียนมาร์



ประเทศฟิลิปปินส์



ประเทศสิงคโปร์



ประเทศไทย

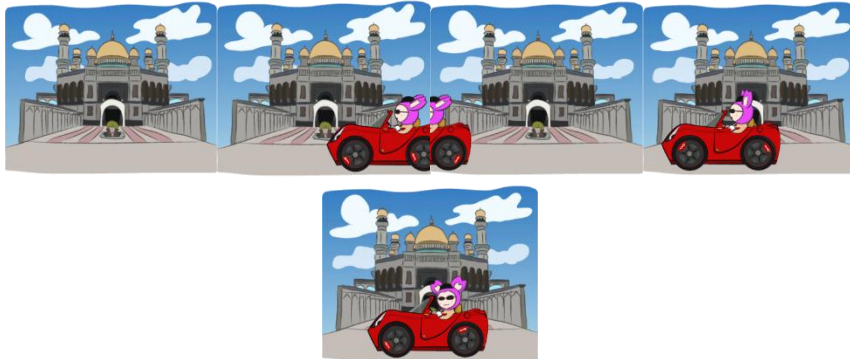


ประเทศเวียดนาม

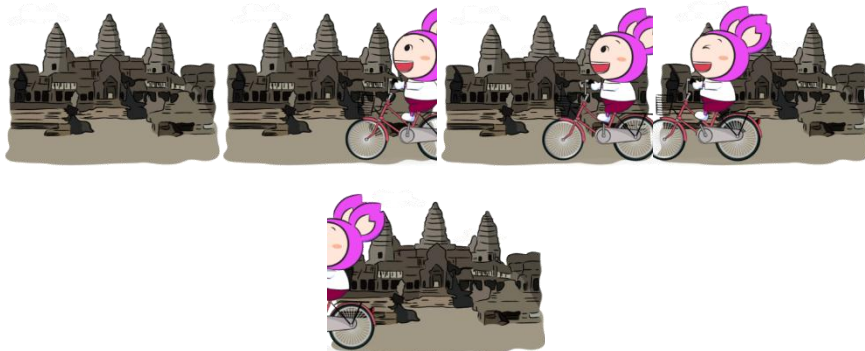


การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ รูปแบบชีวิตประจำวัน ได้แก่ แบบเที่ยว
เดินทาง

ประเทศบรูไน



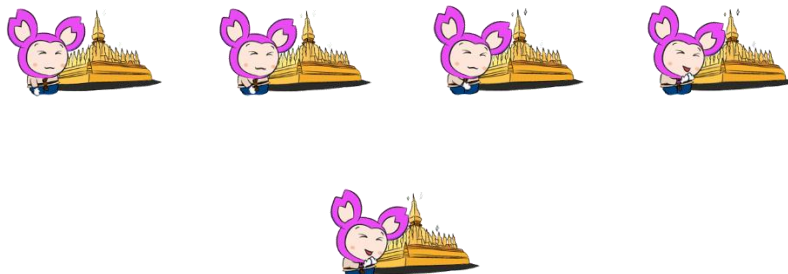
ประเทศกัมพูชา



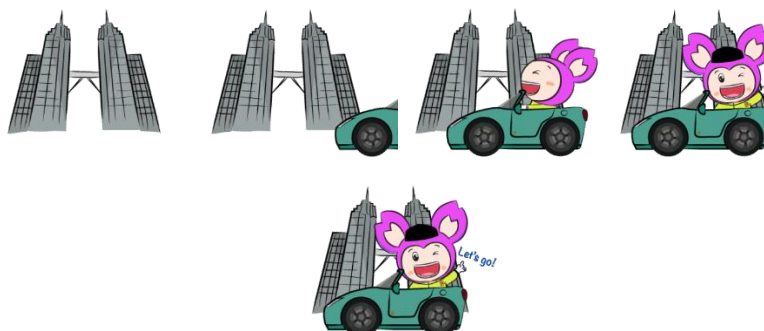
ประเทศอินโดนีเซีย



ประเทศลาว

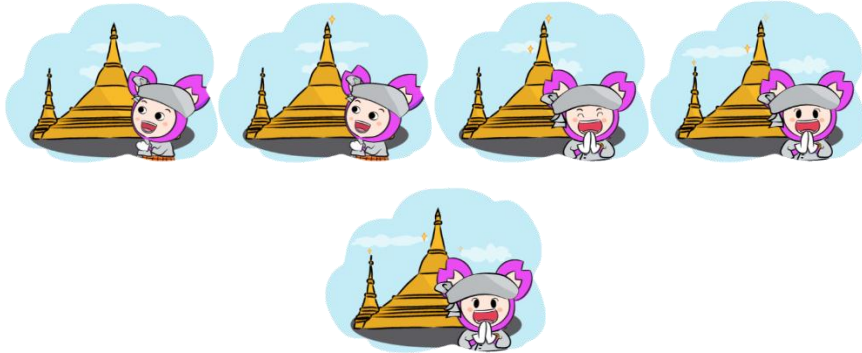


ประเทศมาเลเซีย



การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ รูปแบบชีวิตประจำวัน ได้แก่ แบบเที่ยว
เดินทาง (ต่อ)

ประเทศเมียนมาร์



ประเทศฟิลิปปินส์



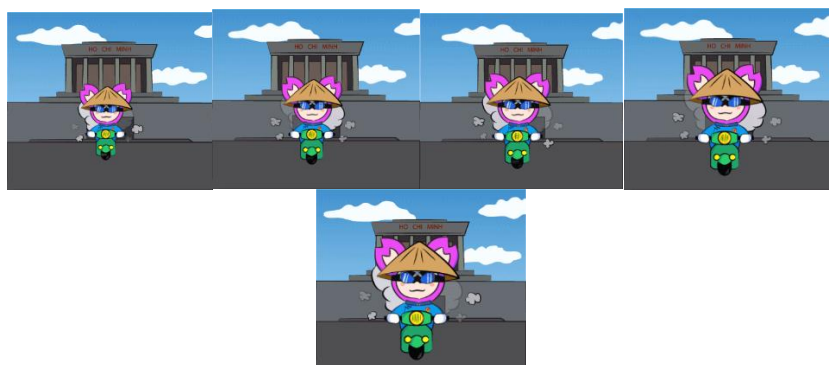
ประเทศสิงคโปร์



ประเทศไทย



ประเทศเวียดนาม



การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ รูปแบบคำพูด ได้แก่ แบบคำทักทาย

ประเทศ บรูไน



ประเทศ กัมพูชา



ประเทศอินโดนีเซีย



ประเทศลาว



ประเทศมาเลเซีย



การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ รูปแบบคำพูด ได้แก่ แบบคำทักทาย (ต่อ)

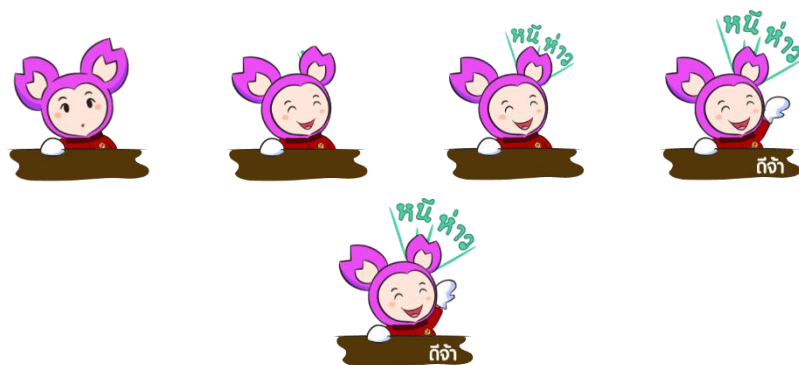
ประเทศเมียนมาร์



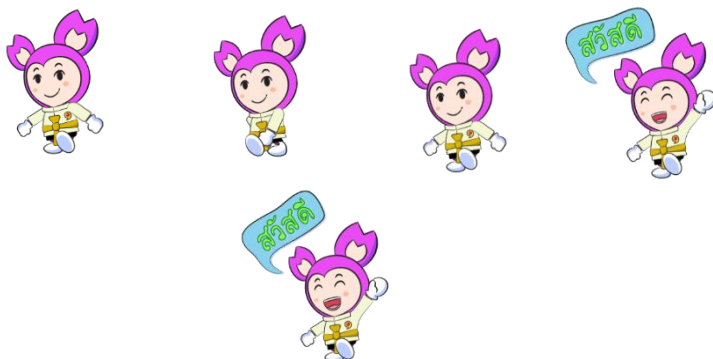
ประเทศฟิลิปปินส์



ประเทศสิงคโปร์



ประเทศไทย



ประเทศเวียดนาม



ผลการประเมินคุณภาพ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ด้านเนื้อหา ด้านสื่อนำเสนอ

สรุปผลการประเมินคุณภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.19	0.49	ระดับดี
ด้านสื่อนำเสนอ	4.38	0.55	ระดับดี

ตารางที่ 2 จากการวิเคราะห์แบบประเมิน เรื่อง การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) สรุปผลการประเมินได้ว่า ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยทุกส่วนเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.49 เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับดี ด้านสื่อนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยทุกส่วนเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.55 เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับดี

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มตัวอย่าง

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. ด้านข้อความและการใช้ภาษา			
1.1 ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้	4.44	0.56	ระดับมาก
1.2 ความทันสมัยของภาษาที่ใช้	4.20	0.64	ระดับมาก

1.3 ข้อความที่ใช้มีความน่าสนใจ	4.18	0.68	ระดับมาก
1.4 ความสอดคล้องระหว่างข้อความกับภาพประกอบ	4.14	0.62	ระดับมาก
เฉลี่ย	4.24	0.63	ระดับมาก
2. ด้านรูปภาพและการนำเสนอ			
2.1 ความเหมาะสมของภาพประกอบ	4.29	0.61	ระดับมาก
2.2 รูปภาพที่นำเสนอมีความน่าสนใจ	4.36	0.59	ระดับมาก
2.3 รูปภาพมีความเหมาะสมกับธีมที่นำเสนอ	4.19	0.60	ระดับมาก
2.4 รูปภาพที่นำเสนอมีความเหมาะสมต่อการประชาสัมพันธ์	4.27	0.68	ระดับมาก
เฉลี่ย	4.28	0.62	ระดับมาก
3. ด้านรูปแบบสติกเกอร์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร			
3.1 สติกเกอร์เคลื่อนไหวมีความน่าสนใจ	4.54	0.61	ระดับมากที่สุด
3.2 สติกเกอร์สอดคล้องกับเนื้อหาด้านอาเซียน	4.33	0.65	ระดับมาก
3.3 สติกเกอร์สอดคล้องกับการนำเสนอบนแอปพลิเคชันไลน์	4.17	0.65	ระดับมาก
3.4 สติกเกอร์มีความเหมาะสมที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร	4.21	0.53	ระดับมาก
เฉลี่ย	4.31	0.61	ระดับมาก
ผลการประเมินรวม	4.28	0.62	ระดับมาก

จากตารางที่ 3 จากการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง เรื่อง การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) พบว่ามีค่าเฉลี่ยทุกส่วนเท่ากับ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.62 เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โดยยึดหลักของ ADDIE MODEL (2557) มาใช้ในการดำเนินงานตามขั้นตอนต่างๆ ตามขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาสื่อ

รูปแบบของสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์นั้น ได้มาจากการสำรวจความต้องการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นออนไลน์ (Google Doc) เพื่อเป็นสื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ ซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนชั้นนำที่ให้บริการช่องทางการสื่อสารครบวงจร ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กตัญญูลี ลอยสกุล และคณะ(2555)ได้ทำการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) โดยระบบป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลคอนโทรลผ่านเครือข่ายซึ่งใช้สื่อใหม่เช่นกัน

การประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา ผลการประเมินในส่วนของเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.49) ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ ดวงกมล มธุรพวงศากุล และรุ่งตะวัน พันธบุบาล (2555)ที่พัฒนาสื่อประเภทนิมิตเดียว เพื่อการประชาสัมพันธ์กล่องรับสัญญาณดาวเทียม GMMZ ซึ่งพบว่าเกณฑ์อยู่ในระดับดี เช่นเดียวกัน ทั้งนี้จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (สุโขทัยธรรมมาธิราช ,2557) ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาด ที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งขององค์กรที่นอกเหนือจากการโฆษณา ซึ่งการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การจะส่งผลให้สาธารณชนทราบหรือสร้างความเข้าใจ และเกิดทัศนคติรวมไปถึงภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ดังนั้นการเลือกใช้สื่ออย่างเหมาะสมนั้นย่อมเกิดผลดีต่อการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงต่อสาธารณชนได้โดยตรงและรวดเร็ว

การประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ ผลการประเมินด้านสื่อนำเสนอ ผลออกมาอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.55) เนื่องจากได้นำ ทฤษฎีการสื่อสารสู่อัตลักษณ์องค์กร(2557) ซึ่งเป็นการแสดงออกหรือนำเสนอตัวตนขององค์กรต่อสาธารณชน และเป็นการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในภายนอกองค์กรอีกด้วยโดยการออกแบบอัตลักษณ์นั้น การวางรูปภาพ ข้อความ การจัดขนาด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีรูปแบบกรรมวิธีและจะส่งผลต่อการรับรู้ของคนที่แตกต่างกันออกไป หากได้ตั้งเป้าหมายไว้แล้ว ก็จะทำให้การออกแบบมีความสะดวกในการสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น

โดยการใช้สัญลักษณ์ เครื่องหมาย ข้อความ ภาพประกอบ และรูปแบบต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลให้ผู้รับสามารถรับรู้ความหมายและแปลความได้ทางสายตาและจะเกิดการจดจำ เข้าใจในสิ่งที่องค์กรจะต้องสื่อสาร จึงจะสามารถโน้มน้าวจิตใจและสื่อความหมายต่อผู้รับ สารได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐภณ ดวงหิรัญ และ วรวิทย์ หาญเสรี (2555) ได้ทำการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมของภาควิชาเทคโนโลยีและ สื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ คุณภาพของสื่อ และความสมบูรณ์ของวิถีทัศน์ที่นำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.22) เช่นเดียวกัน อีกทั้งยังนำแนวคิดทฤษฎีสื่อและการออกแบบและแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก(2557) มา ประกอบในการดำเนินงาน เพื่อความสวยงามถูกต้องตามหลัก และ เพื่อเป็นการสร้างแรงดึงดูด ในการสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อรูปแบบสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุด อาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ผล ออกมาอยู่ในระดับมาก($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.62) เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าว มีการพัฒนาจาก ความต้องการของ พนักงาน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) รวมถึงฝ่ายสื่อสารองค์การได้เล็งเห็น ความสำคัญในการนำสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ มาเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างสรรคัลักษณ์ขององค์กรที่ว่า การ ออกแบบและสร้างสรรค์สัญลักษณ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ให้องค์กรนั้น ต้อง อาศัยข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคมโดยเข้ามามีส่วนช่วยเสริมการรับรู้ทางการมองเห็น เป็น ลู่ทางหรือสื่อกลาง ช่วยการรับรู้แห่งข้อตกลงต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้ผลการทดสอบ ความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างนั้นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการประเมิน คุณภาพความพึงพอใจและการวัด (ดิเรก ฤกษ์ห่วย, 2557) การนำสติกเกอร์บน แอปพลิเคชันไลน์ มาเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การจึงสามารถ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและผู้บริโภครุ่นใหม่ในยุคดิจิทัล อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการ ติดต่อสื่อสารของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนชั้นนำที่ ให้บริการช่องทางสื่อสารที่ครบวงจรให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)สามารถนำไปใช้งาน เพื่อเพิ่มช่องทางให้สาธารณชนที่ใช้งานแอปพลิเคชันนี้ เข้าถึงออฟฟิศเชียลไลน์ MCOT ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสาร และการส่งข่าวสารขององค์การให้ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายโดยตรงได้อย่างดียิ่งขึ้น

2. ในด้านสื่อการนำเสนออาจเพิ่มลูกเล่นในการนำเสนอ ให้มีความแปลกใหม่ เหมาะกับยุคสมัยมากยิ่งขึ้น เช่น การทำตัวการ์ตูนให้สามารถมีเสียง และอาจทำให้เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

3.งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานอื่นๆ ได้เช่น การนำไป เพื่อสื่อการประชาสัมพันธ์ทางด้านโทรทัศน์ หรือสื่ออื่นๆ ได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนาสติกเกอร์บนแอปพลิเคชันไลน์ชุดอาเซียน เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์การ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)ในเฟสที่ 2

2.การศึกษารูปแบบสื่อและกิจกรรม เพื่อการประชาสัมพันธ์ของ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

รายการอ้างอิง

กัญญชลี ลอยสกุล และคณะ.(2555). การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) โดยระบบป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลแบบควบคุมผ่านเครือข่าย.โครงการศึกษาปริญญาเทคโนโลยี บัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครู ศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ดวงกมล มธุรพวงสกุล และรุ่งตะวัน พันธบุลา. (2555). การพัฒนาสื่อประเภทนิมิตเดียวเพื่อการประชาสัมพันธ์กล่องรับสัญญาณดาวเทียม GMMZ.โครงการศึกษาปริญญาเทคโนโลยี

บัณฑิตภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี .

ดิเรก ฤกษ์ห่วย. ทฤษฎีความพึงพอใจ. [Online]. Available :

[http://www.research.doe.go.th/Textb\[21 กันยายน 2557\]](http://www.research.doe.go.th/Textb[21 กันยายน 2557]) .

ณัฐภณ ดวงหิรัญ และ วรวิทย์ หาญเสรี. (2555). การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมของภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.โครงการศึกษาปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น.สุวีริยาสาสน์. กรุงเทพฯ. 11, 14.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช . ความหมายและความสำคัญการประชาสัมพันธ์ [Online].

Available :<http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit8/Subm1/U811-1.htm> [26 สิงหาคม 2557].

บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). [Online]. Available :<http://mcot-th.listedcompany.com/business.html> [23 สิงหาคม 2557].

รายงานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี .(2556). บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) . 42. การผลิตวัสดุกราฟิก. บทที่ 1 ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก [Online]. Available :<http://kriang01.blogspot.com/> [12 กันยายน 2557].

การออกแบบตัวละคร. สีและการออกแบบ [Online]. Available : <http://www.prc.ac.th/newart/webart/colour03.html> [29 สิงหาคม 2557].

Abhichat Anukulwech. แนวคิดเรื่อง ADDIE MODEL [Online]. Available : <http://lms.thaicyberu.go.th/>[21 กันยายน 2557].