

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
สารบัญแผนภูมิ	ฏ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	8
1.4 ขอบเขตในการศึกษา	8
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	9
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>10</b>
2.1 แนวคิดวัฒนธรรมทางสายตา	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีสีใหม่	12
2.3 ประวัติความเป็นมาของไลน์แอปพลิเคชัน	15
2.4 แนวคิดโฆษณาและโฆษณาแฝง	24
2.5 แนวคิดและทฤษฎีอัตลักษณ์องค์กร	28
2.6 แนวคิดความภักดีในตราสินค้า	29
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
2.8 กรอบแนวคิดการศึกษา	38
<b>บทที่ 3 การดำเนินการศึกษา</b>	<b>39</b>

3.1	การศึกษาข้อมูลและแหล่งข้อมูล	39
3.2	ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	39
3.3	การกำหนดและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	41
3.4	การดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูล	45
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	46
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการศึกษา</b>	<b>49</b>
4.1	ผลการศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์	50
4.2	ผลการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม	54
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล</b>	<b>90</b>
5.1	สรุปผลการศึกษา	90
5.2	อภิปรายผล	94
5.3	ข้อเสนอแนะในการศึกษา	98
<b>เอกสารอ้างอิง</b>		<b>100</b>
<b>ภาคผนวก</b>		<b>106</b>
	ภาคผนวก ก รายชื่อของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบหนังสือขอความ อนุเคราะห์ข้อมูล	107
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามผู้ใช้งานไลน์แอปพลิเคชันแบบสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	109
	ภาคผนวก ค การนำเสนอสื่องานศิลปะ	117
<b>ประวัติผู้เขียน</b>		<b>120</b>

## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	54
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	55
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	56
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา สูงสุด	57
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	58
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	59
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา การเริ่มใช้งานไลน์แอปพลิเคชัน	60
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าเฉลี่ยของ การใช้งานไลน์แอปพลิเคชันใน 1 วัน	61
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าเฉลี่ยของ การใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ประกอบระหว่างการสนทนาใน 1 บท สนทนา	62
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคู่สนทนาที่ ทำส่งหรือใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ประกอบมากที่สุด	63
ตารางที่ 4.11	แสดงค่าสถิติพื้นฐานของเหตุผลที่ผู้ใช้งานทำการใช้งานคาแรคเตอร์ สติ๊กเกอร์ประกอบระหว่างการสนทนากับคู่สนทนา	64
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ คาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ที่นิยมใช้ในการสนทนากับคู่สนทนามากที่สุด	68
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสติ๊กเกอร์ แจกฟรีจากองค์กรธุรกิจแบบมีเงื่อนไขที่เคยใช้งาน	69
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็น หรือเคยใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์แจกฟรีจากระบบเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE	72

ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ ผู้ใช้งานรับรู้สื่อดัชนีผ่านการออกแบบคาแรคเตอร์สตีกเกอร์	73
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ ผู้ใช้งานรับรู้ลักษณะโครงร่างผ่านการออกแบบคาแรคเตอร์สตีกเกอร์	74
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ ผู้ใช้งานรับรู้ชื่อคาแรคเตอร์ผ่านการออกแบบคาแรคเตอร์สตีกเกอร์	75
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ ผู้ใช้งานรับรู้เครื่องหมาย/สัญลักษณ์บนคาแรคเตอร์สตีกเกอร์	76
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ ผู้ใช้งานรับรู้ถึงพรีเซนเตอร์ นักแสดงที่ถูกออกแบบให้เป็นหนึ่งใน คาแรคเตอร์สตีกเกอร์	77
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึง พอใจในการใช้งานคาแรคเตอร์สตีกเกอร์ที่มีการแจกฟรีจากบริษัทเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE	78
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น ของการดาวน์โหลดคาแรคเตอร์สตีกเกอร์รุ่นใหม่ที่จะมีการแจกฟรีจาก บริษัทเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE	79
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชื่นชอบ และทำการดาวน์โหลดคาแรคเตอร์สตีกเกอร์ที่มีการแจกฟรีจากบริษัท เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่	80
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกที่ มีต่อเงื่อนไขการรับออฟฟิเชียลบริษัทระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE ที่มีการตั้งไว้ก่อนที่จะสามารถทำการดาวน์โหลด	81
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปิดรับ เงื่อนไขการรับออฟฟิเชียลของแบรนด์/องค์กรธุรกิจจากการดาวน์โหลด คาแรคเตอร์สตีกเกอร์แจกฟรี	82
ตารางที่ 4.25	แสดงค่าสถิติพื้นฐานของความคิดเห็นต่อการประยุกต์ใช้กลยุทธ์โฆษณาผ่าน คาแรคเตอร์สตีกเกอร์ของบริษัทระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE	83

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างหน้าต่างการสนทนาของไลน์แอปพลิเคชัน	2
ภาพที่ 1.2 คาแรคเตอร์สตีกเกอร์พื้นฐาน 4 คาแรคเตอร์ของไลน์แอปพลิเคชัน	3
ภาพที่ 1.3 อินโฟกราฟิก (Infographic) ของยอดผู้ใช้งาน ไลน์แอปพลิเคชัน	4
ภาพที่ 1.4 ตราสัญลักษณ์ของโซเชียลมีเดีย (Social Media) Facebook, Google+, Line	5
ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างคาแรคเตอร์สตีกเกอร์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย AIS, DTAC และ TRUEMOVE	6
ภาพที่ 2.1 ภัยพิบัติแผ่นดินไหวและซันามิครั้งใหญ่ในคาบสมุทรโทโฮกุของประเทศญี่ปุ่น	16
ภาพที่ 2.2 ประชาชนประเทศญี่ปุ่นต่อแถวเข้าคิวเพื่อใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะหลังเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวและซันามิครั้งใหญ่ในคาบสมุทรโทโฮกุ	16
ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างหน้าต่างการใช้งานของไลน์แอปพลิเคชันบนมือถือ	17
ภาพที่ 2.4 แผนภาพร้อยละของผู้เคยใช้บริการผ่านโซเชียลมีเดียเปรียบเทียบตามโซเชียลมีเดียที่ใช้บริการประจำ หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ	18
ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างหน้าต่างการใช้งานของเฟสบุ๊ก (Facebook)	18
ภาพที่ 2.6 ตัวอย่างหน้าต่างการใช้งานของกูเกิ้ลพลัส (Google+)	19
ภาพที่ 2.7 ตัวอย่างหน้าต่างการใช้งานของทวิตเตอร์ (Twitter)	19
ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างหน้าต่างการใช้งานของอินสตาแกรม (Instagram)	20
ภาพที่ 2.9 ตัวอย่างหน้าต่างการใช้งานของวอทแอป (Whatsapp)	20
ภาพที่ 2.10 ตัวอย่างคาแรคเตอร์สตีกเกอร์แบบพื้นฐาน Brown & Cony, แจกฟรีจากองค์กร	22

## สารบัญแผนภูมิ

		หน้า
แผนภูมิที่ 4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	55
แผนภูมิที่ 4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	56
แผนภูมิที่ 4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	57
แผนภูมิที่ 4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาสูงสุด	58
แผนภูมิที่ 4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	59
แผนภูมิที่ 4.6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	60
แผนภูมิที่ 4.7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเริ่มใช้งาน ไลน์แอปพลิเคชัน	61
แผนภูมิที่ 4.8	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าเฉลี่ยของการใช้งาน ไลน์แอปพลิเคชันใน 1 วัน	62
แผนภูมิที่ 4.9	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าเฉลี่ยของการใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ประกอบระหว่างการสนทนาใน 1 บทสนทนา	63
แผนภูมิที่ 4.10	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคู่สนทนาที่ทำส่งหรือใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ประกอบมากที่สุด	64
แผนภูมิที่ 4.11	แสดงค่าสถิติพื้นฐานของเหตุผลที่ผู้ใช้งานทำการใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ประกอบระหว่างการสนทนายกับคู่สนทนา	65
แผนภูมิที่ 4.12	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ที่นิยมใช้ในการสนทนายกับคู่สนทนายมากที่สุด	68
แผนภูมิที่ 4.13	แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ที่นิยมใช้ในการสนทนายกับคู่สนทนายมากที่สุด	71

แผนภูมิที่ 4.14	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์แจกฟรีจากระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE ครบทั้ง 3 แปรนต์	72
แผนภูมิที่ 4.15	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ผู้ใช้งานรับรู้ผ่านการออกแบบจากสีหลักบนคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ของบริษัท DTAC	73
แผนภูมิที่ 4.16	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ผู้ใช้งานรับรู้ผ่านการออกแบบจากลักษณะ โครงร่างคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ของบริษัท AIS	74
แผนภูมิที่ 4.17	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ผู้ใช้งานรับรู้ผ่านการออกแบบจากชื่อคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ของบริษัท TRUEMOVE	75
แผนภูมิที่ 4.18	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ผู้ใช้งานรับรู้ผ่านการออกแบบจากเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์บนคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ของบริษัท DTAC	76
แผนภูมิที่ 4.19	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ผู้ใช้งานรับรู้ผ่านการออกแบบจากเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์บนคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ของบริษัท DTAC	77
แผนภูมิที่ 4.20	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพึงพอใจในการใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ที่มีการแจกฟรีจากบริษัทเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE ทั้ง 3 แปรนต์	78
แผนภูมิที่ 4.21	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นของการดาวน์โหลดคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์รุ่นใหม่ที่จะมีการแจกฟรีจากบริษัทเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE ทั้ง 3 แปรนต์	79
แผนภูมิที่ 4.22	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ผู้ใช้งานความชื่นชอบและทำการดาวน์โหลดคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ที่มีการแจกฟรีจากบริษัทเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE	80

แผนภูมิที่ 4.23	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริษัทที่ผู้ใช้งานความชื่นชอบและทำการดาวน์โหลดคาแรคเตอร์สติกเกอร์ที่มีการแจกฟรีจากบริษัทเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE	81
แผนภูมิที่ 4.24	แสดงจำนวนและคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปิดรับเงื่อนไขการรับออฟฟิศเขียวของแบรนด์หรือองค์กรธุรกิจจากการดาวน์โหลดคาแรคเตอร์สติกเกอร์แจกฟรี	82
แผนภูมิที่ 4.25	แสดงค่าสถิติพื้นฐานของความคิดเห็นต่อการประยุกต์ใช้กลยุทธ์โฆษณาผ่านคาแรคเตอร์สติกเกอร์ของ บริษัทระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DATC, TRUEMOVE	89



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved