



O-SS 052

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

พฤติกรรม的开รับสื่อและการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในเครือออนไลน์

ของลูกค้ำของศูนย์การค้า The Crystal

Media Exposure and Decision Making Using Line Application of the Crystal Group

กันตินันท์ อรุณมงคล (Kantinan Aroonmongkol)¹ กันยิกา ชอว์ (Kanyika Shaw)²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม的开รับสื่อและการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในเครือออนไลน์ของลูกค้ำของศูนย์การค้า The Crystal” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อแอปพลิเคชันในเครือออนไลน์และเพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในเครือออนไลน์ของลูกค้ำของศูนย์การค้า The Crystal จำนวน 300 คน วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง สุ่มเลือกตามเลขบัตรสมัครของลูกค้ำของศูนย์การค้า The Crystalและวิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า แอปพลิเคชันในเครือออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือ ไลน์ (Line) คิดเป็นร้อยละ 24.48 รองลงมาเป็นไลน์ทีวี (Line TV) คิดเป็นร้อยละ 14.56 ด้านการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อติดต่อสื่อสารและบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ แต่มีจำนวนหนึ่งที่ใช้งานเพื่อธุรกิจ ผลการศึกษายังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานมากกว่า 51 ครั้งต่อวัน โดยใช้ครั้งละประมาณ 6-20 นาที คิดเป็นร้อยละ 50.67 มีช่วงเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในเครือออนไลน์ มีทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านจิตวิทยาและสังคมและ ด้านบุคคล ซึ่งผลการศึกษาระบุว่า ประโยชน์ด้านการสื่อสาร มีอิทธิพลในการตัดสินใจอันดับ 1 รองลงมาคือด้านประโยชน์ที่สามารถสนทนาแบบกลุ่มที่มีอิทธิพลเป็นอันดับ 2 และแอปพลิเคชันตอบสนองความต้องการในการใช้งานที่มีอิทธิพลเป็นอันดับ3

คำสำคัญ พฤติกรรม的开รับสื่อ การตัดสินใจ แอปพลิเคชันในเครือออนไลน์

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย email address: kantinan.aroon@gmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวารสารศาสตร์คอมพิวเตอร์ คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ kanyika_sha@pim.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6
The 6th STOU National Research Conference

Abstract

Media Exposure and Decision Making Using Line Application of The Crystal Group aims to explore the how the Crystal customers spent time on Line Application and reasons behind their decision to download applications. Online survey was conducted during 18-25 May 2016 using Tamo Yamane sampling table. 300 samples replied. The study found that the samples exposed to application Line, Line TV and Line Official Account respectively with the most use was for private communication, entertainment, group communication and business purpose. As for motives for downloading application, the samples claimed the function of the product was the main reason. Other reasons lined in the easy-to-use, to keep up with friends and networks and for online business repectively.

Keywords: Media exposure, Decision making, Line application



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

บทนำ

จากวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีของด้านออนไลน์มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มจะมีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งส่งผลให้กระแสการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) เป็นที่นิยมมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน จากผลการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเดือน มีนาคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2558 จำนวน 10,434 คน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2558). ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 58, 19 มิถุนายน 2559. www.it24hrs.com) โดยพบว่าผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (56.3%) ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตอาศัยอยู่ต่างจังหวัด (43.7%) ผู้ตอบแบบสำรวจเป็นเพศชาย (42.4%) เพศหญิง (55.8%) เพศที่สาม (1.8%) โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่ GEN Z อายุต่ำกว่า 15 ปี (2.9%) GEN Y อายุ 15-34 ปี (64.4%) GEN X อายุ 35-50 ปี (26.2%) และ BABY BOOMER อายุ 51 ปีขึ้นไป (6.5%) นอกจากนี้ผลสำรวจพบว่า GEN Y เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 54.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือวันละ 8 ชั่วโมงต่อวัน

นอกจากนี้ ในปีดังกล่าว ยังเป็นปีแรกที่พบว่าสมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้กันมากที่สุดในทุกช่วงเวลา เมื่อเทียบกับอุปกรณ์ประเภทอื่นๆ โดยช่วงเวลาที่ผู้ตอบว่า ใช้งานสมาร์ทโฟนเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตกันมากเป็นอันดับ 1 คือ ช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. (ร้อยละ 54.2) อันดับที่ 2 เป็นช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. (ร้อยละ 52) อันดับที่ 3 ช่วงเวลา 12.01 – 16.00 น. (ร้อยละ 44.5) อันดับที่ 4 ช่วงเวลา 08.01 – 12.00 น. (ร้อยละ 42.4) อันดับที่ 5 ช่วงเวลา 00.01 – 04.00 (ร้อยละ 8.8) และอันดับสุดท้าย ช่วงเวลา 04.01 – 08.00 น. กิจกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต สำหรับอุปกรณ์สมาร์ทโฟน ได้แก่ 1. เครือข่ายสังคมออนไลน์ 2. ค้นหาข้อมูล 3. อ่าน e-News e-Book และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 1. ค้นหาข้อมูล 2. รับ-ส่งอีเมล 3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยกิจกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อันดับ 1 คือ สังคมออนไลน์ อันดับ 2 คือ ค้นหาข้อมูลและอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (ส่วนงานดัชนีและสำรวจ สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558, กรกฎาคม 1) รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558, หน้า 20 - 21)

ด้วยเหตุผลที่สมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้นได้ถูกออกแบบให้เข้ากับเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ทั้งรูปลักษณ์ภายนอก รูปแบบหน้าจอและฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย รวมทั้งยังสามารถรองรับโปรแกรมแอปพลิเคชันต่างๆ ได้อย่างมากมาย จึงทำให้เกิดการสร้างโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันต่างๆ ไม่หยุดหย่อน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนทั้งในด้านของการติดต่อสื่อสาร ด้านธุรกิจ ด้านการศึกษา และด้านความบันเทิง จึงทำให้ผู้คนได้รับความสะดวกสบาย เพราะสามารถใช้ประโยชน์จากสมาร์ทโฟนได้ทุกที่ทุกเวลา (ส่วนงานดัชนีและสำรวจ สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558, กรกฎาคม 1) รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558, หน้า 18-20)

ไลน์แอปพลิเคชัน เป็นโปรแกรมสำหรับสนทนาผ่านเครือข่ายไร้สาย บนทุกระบบของสมาร์ทโฟนที่ผู้ใช้งานสามารถใช้ได้ฟรี ไลน์แอปพลิเคชันถูกสร้างและร่วมพัฒนาขึ้น โดยบริษัท NHN Corporation ของสาธารณรัฐเกาหลี กับบริษัท NHN Japan ของประเทศญี่ปุ่น ผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์ที่ให้บริการการค้นหาข้อมูล (Search Engine) และเว็บ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

พอร์ทัล (Web Portal) อันดับต้นๆ ของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งไลน์แอปพลิเคชันกำลังเป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ที่น่าสนใจเป็นอย่างมากในกลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (บริษัท ไลน์ พลัส คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด. (2556). ประวัติไลน์, 19มิถุนายน 2559. <http://www.flashfly.net/wp/?p=44755>) มีผู้ใช้ทั่วโลกถึง 560 ล้านคน โดยประเทศญี่ปุ่นมีผู้ใช้ 58 ล้านคน มาเป็นอันดับที่หนึ่ง ประเทศไทยมีผู้ใช้ 33 ล้านคน มาเป็นอันดับที่สอง ประเทศอินโดนีเซียและประเทศอินเดียมีผู้ใช้งาน 30 ล้านคนมาเป็นอันดับที่สามและสี่ และ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผู้ใช้ 25 ล้านคน

นอกจากนี้การสำรวจพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2556 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) พบว่าไลน์แอปพลิเคชันเป็นโซเชียลมีเดีย (Social Media) ที่มีการใช้งานเป็นประจำ ในอันดับสาม รองจาก Facebook และ Google+ (สำนักนโยบายและส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2556)

ไลน์แอปพลิเคชันเป็นแอปพลิเคชันที่มีหลายฟังก์ชัน ภายในแอปพลิเคชันเดียว เช่น การสนทนาด้วยวิดีโอและเสียง (Video & Voice Message) การใช้สติ๊กเกอร์ (Sticker) แทนการสนทนาด้วยข้อความ การแชร์รูปภาพ วิดีโอ เพลงให้กับคู่สนทนา การสร้างกลุ่มผู้สนทนา (Create a group) การตกแต่งและอัปเดตหน้าไทม์ไลน์ (Timeline) ของตัวเอง หรือจะเป็นการใช้แอปพลิเคชันเสริม มีดังนี้

1. ไลน์ ออฟฟิเชียล แอคเคาท์ (Line Official Account) องค์กรธุรกิจแบรนด์ต่างๆในประเทศไทยให้ความสนใจ เล็งเห็นถึงผลประโยชน์ของการสร้างช่องทางใหม่ๆ ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้งานผ่านการลงทุนบนไลน์แอปพลิเคชันในรูปแบบของหน้าออฟฟิเชียลและสติ๊กเกอร์ โดยที่สติ๊กเกอร์จะถูกออกแบบเป็นการ์ตูน ที่มีคาร์แรคเตอร์น่าสนใจพร้อมทำการผสมผสานกับภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจนั้นๆ เปรียบได้กับ เป็นการแทรกตราสินค้าผ่านสติ๊กเกอร์บนบทสนทนาเพื่อสร้างการจดจำในตราสินค้าขององค์กรธุรกิจและแบรนด์ให้กับผู้ใช้งานไลน์แอปพลิเคชัน ซึ่งปัจจุบันมีบริษัทขนาดใหญ่ของไทยจำนวน 268 บริษัท ที่ใช้ไลน์ ออฟฟิเชียลแอคเคาท์ (Ideaseostory. (2558). ไลน์ ออฟฟิเชียล แอคเคาท์, 19 มิถุนายน 2558. <http://www.ideaseostory.com/official-account-line/>)

2. ไลน์ทีวี (Line TV) เป็นการรวบรวมความบันเทิงให้ผู้ใช้งาน Line สามารถติดตามชมซีรีส์หนัง เพลง รวมถึงเนื้อหาพิเศษ การชมวิดีโอผ่านไลน์ทีวี (Line TV) สามารถใช้งานได้ฟรี โดยร่วมมือกับบริษัทด้านบันเทิง นอกจากนี้ยังสามารถรับชมไลน์ทีวี (Line TV) ได้ในคอมพิวเตอร์ ซึ่งจากผลสำรวจ “พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์และการรับรู้ตราสินค้าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลของกลุ่มผู้ชมวัยรุ่น พฤติกรรมการชมรายการย้อนหลัง พบว่ามีผู้ใช้งานเคยดูรายการย้อนหลังถึง 85.8% โดยไลน์ทีวี (Line TV) เป็นช่องทางที่ใช้ในการรับชมรายการย้อนหลังอันดับสอง รองจากยูทูบ (YouTube) (Mellow Yellow. (2558). ไลน์ทีวี, 19 มิถุนายน 2559. <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/line-tv-impact/>)

3. ไลน์มิวสิก (Line Music) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับฟังเพลงบนมือถือทั้งเพลงไทยและเพลงสากล ทั้งยังสามารถแชร์ทุกอารมณ์ผ่านเพลงบนหน้าสนทนาทั้งแบบส่วนตัวและแบบกลุ่ม สามารถแชร์บนหน้าไทม์ไลน์ (Timeline) บนแพลตฟอร์มไลน์ได้ทันที ซึ่งมียอดการดาวน์โหลด 5 ล้านครั้ง มีการส่งต่อหรือแชร์เพลงจำนวน 7



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

ล้านครั้ง (Line Family Apps. (2558). ไลน์มิวสิค, 19 มิถุนายน 2559. www.linecorp.com/th/pr/news/th/2015/1207)

4. ไลน์เว็บตูน (Line Webtoon) เป็นแอปพลิเคชันอ่านการ์ตูนสัญชาติต่าง ๆ ที่แปลเป็นไทยฟรี ผ่านหน้าจอสมาร์ตโฟน ผู้ใช้ยังสามารถใช้งานเก็บการ์ตูนไว้อ่านในรูปแบบไม่ใช้อินเทอร์เน็ตได้ถึง 30 วัน รวมถึงสามารถพูดคุย ส่งต่อเนื้อหาที่ชื่นชอบให้เพื่อนๆ ไปยังโซเชียลเน็ตเวิร์คอื่นๆ ได้อีก ปัจจุบัน สถิติต่อสัปดาห์ของไลน์เว็บตูน (Line Webtoon) มีผู้ใช้งาน 1 ล้านคน การ์ตูนตอน 3,500 เรื่อง (Line Thailand. (2557). Line Webtoon, 19 มิถุนายน 2559. <http://www.newswit.com/it/2014-12-01/0a097238000a4e69b293c5a98f4f14a6>)

5. ไลน์ ครีเอเตอร์ มาร์เก็ต (Line creators market) เป็นระบบปฏิบัติการที่ให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์ผลงานสติ๊กเกอร์ของตนเอง โดยประเทศไทยมีจำนวนสร้างสรรค์สติ๊กเกอร์มาเป็นอันดับ 2 ในโลก รองจากประเทศญี่ปุ่น จำนวนการสร้างสรรคสติ๊กเกอร์ในตลาดประเทศไทย มีอัตราการเติบโตถึง 313% ในปี 2558 มีผู้ลงทะเบียนในครีเอเตอร์มาร์เก็ต (Creators Market) มากกว่า 450,000 คนทั่วโลกและเป็นคนไทย 52,000 คน ซึ่งมากกว่า 10% ของตลาดโดยรวม โดยสติ๊กเกอร์ไลน์แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ออฟฟิเชียล สติ๊กเกอร์ (Official Sticker) คือ สติ๊กเกอร์ที่ทางไลน์เป็นผู้ผลิตเอง สปอนเซอร์ สติ๊กเกอร์ (Sponsor Sticker) คือ สติ๊กเกอร์ของแบรนด์สินค้าต่างๆ ที่เข้ามาเปิดไลน์ออฟฟิเชียล และ ครีเอเตอร์ สติ๊กเกอร์ (Creator's Sticker) คือ สติ๊กเกอร์จากโครงการไลน์ ครีเอเตอร์ มาร์เก็ต (Line. (2558). Line creators market, 19 มิถุนายน 2559. <https://linecorp.com/th/pr/news/th/2016/1407>)

6. ไลน์เกม (Line Game) เปิดให้บริการ 4 เกม แต่ปัจจุบันมีแอปพลิเคชันไลน์เกมถึง 27 เกม โดยมีจุดเด่นที่ตัวละครน่ารักจากไลน์ ยังสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเกมของไลน์ไปเล่นได้ฟรีๆ แต่จะมีการขายไอเท็มภายในเกม ปัจจุบันแอปพลิเคชันไลน์เกมแบ่งสัดส่วนรายได้ระดับโลก (Global) แอปพลิเคชันไลน์เกมสัดส่วนถึง 60 % สติ๊กเกอร์สัดส่วน 20% และอื่นๆสัดส่วน 20 % (MGR Online. (2558). ญี่ปุ่นทำ Line Game ต่อยอดจากแอปพลิเคชัน, 19 มิถุนายน 2559. www.manager.co.th/Game/ViewNews.aspx?NewsID=9550000141393)

7. ไลน์ เพย์ (Line Pay) เป็นระบบการชำระเงินผ่านมือถือสมาร์ตโฟน ไลน์มีระบบสังเกตการณ์ (Monitoring System) 24 ชั่วโมง พร้อมปฏิบัติการตลอดเวลาไว้ สำหรับป้องกันผู้ใช้งานไลน์ เพย์ (Line Pay) กิจกรรมที่ผิดกฎหมายและผู้ใช้งานไลน์เพย์ (Line Pay) สามารถตั้งรหัสผ่าน 7 หลักสำหรับเข้าใช้บริการไลน์ เพย์ (Line Pay) สถิติล่าสุด ยอดผู้สมัครเกิน 1 ล้านคนในประเทศไทย (thumbsupteam. (2558). Line เปิดตัว Line Pay แพลตฟอร์มการชำระเงินผ่านมือถือใหม่ที่ให้คุณ “ซื้อง่าย จ่ายสนุก”, 19 มิถุนายน 2559. <http://thumbsup.in.th/2015/06/line-pay/>)

8. ไลน์กิฟช็อป (Line Gift Shop) เป็นบริการที่ให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ซื้อของขวัญและส่งให้กันทางแอปพลิเคชันไลน์ภายใต้แนวคิด “ยังให้ ยิ่งใกล้” การชำระค่าใช้จ่ายผูกกับแอปพลิเคชันไลน์เพย์ (Line Pay) สินค้าที่มาเป็นของขวัญจากร้านค้าพันธมิตรที่เข้าร่วมโครงการเป็นแบรนด์ต่างๆ (thumbsupteam. (2558). Line เปิดตัว Line Gift Shop มอบของขวัญให้คนที่คุณรักผ่านแนวคิด “ยังให้ ยิ่งใกล้”, 19 มิถุนายน 2559. <http://thumbsup.in.th/2015/11/line-giftshop/>)



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

9. ป๊อปคอร์น บัซ (Popcorn Buzz) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับโทรฟรี เน้นการสนทนาแบบกลุ่ม ซึ่งสามารถคุยพร้อมกันได้สูงสุดถึง 200 คน ได้ตลอดเวลา ทุกสถานการณ์ สามารถตอบโต้การใช้งานทางด้านธุรกิจ ครอบครัวและกลุ่มเพื่อน (กิตติพงษ์. (2558). Line เปิดตัว ป๊อปคอร์น บัซ แอปสนทนากลุ่ม ชิงค์เพื่อนจากไลน์ สนทนารวมเป็นกลุ่มได้ในครั้งเดียว, 19 มิถุนายน 2559. <http://tech.mthai.com/software/50072.html>)

10. สแนปมูวี่ (Snap Movie) เป็นโปรแกรมที่สามารถบันทึกและส่งต่อคลิปวิดีโอความยาว 30 วินาที พร้อมเพิ่มเสียงเพลงประกอบ ลงไปในคลิปวิดีโอที่ถ่าย เพื่อบอกเล่าอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้งาน เพื่อส่งต่อให้กับเพื่อนและครอบครัวได้ทั่วทุกมุมโลก และสามารถลงวิดีโอบนหน้าแรกในแอปพลิเคชันไลน์ของตัวเองได้ โดยให้วิดีโอสามารถเล่นซ้ำเอง (TNN24. (2556). Line เพิ่ม Video Call-Snap Movie เอาใจชาวแซท, 19 มิถุนายน 2559. www.tnnthailand.com/news_detail.php?id=10471&t=news)

11. อิลลิส (Aillis) หรือเดิมชื่อ Line Camera เป็นโปรแกรมให้ถ่ายภาพฟรี พร้อมกรอกรูปภาพกว่า 100 แบบและแสดมภ์แต่งภาพมากกว่า 600 แบบ รวมถึงตัวการ์ตูนไลน์ ฟังก์ชันตกแต่งภาพหลากหลายรวมไปถึงการถ่ายภาพผ่านฟิลเตอร์ถึง 14 แบบ ที่ช่วยปรับแต่งภาพและรายละเอียดให้ภาพพร้อมเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้นด้วยฟังก์ชันกว่า 156 ชนิด เพื่อให้ผู้ใช้ได้แต่งแต้มด้วยแสดมภ์และเลือกตัวอักษรต่างๆ สามารถแชร์ภาพในโซเชียลเน็ตเวิร์กอย่างเฟซบุ๊ก (Fecabook) และทวิตเตอร์ (Twitter) (Weeraphol Pholmitr. (2556). Line Camera เปลี่ยนชื่อใหม่ Aillis มาพร้อมฟีเจอร์แต่งรูปใหม่ “สกินคัลเลอร์”, 19 มิถุนายน 2559. <http://www.iphone-droid.net/line-camera-has-been-renamed-aillis/>)

12. ไลน์การ์ด (Line Card) เป็นโปรแกรมให้ผู้ใช้ไลน์การ์ด (Line Card) ส่งข้อความส่วนบุคคลเกี่ยวกับความรัก การแสดงความขอบคุณหรือแสดงความยินดี โดยเลือกภาพการ์ดต่างๆได้ฟรีตามความชอบ ผู้ใช้ยังสามารถเลือกภาพของตัวเองจากคลังภาพและแทรกไปในภาพการ์ด จากนั้นไลน์การ์ด (Line Card) จะปรับและเพิ่มคุณภาพของภาพให้เหมาะสมกับการ์ดนั้นๆ หากผู้ใช้เลือกส่งหาเพื่อนมากกว่า 1 คนในรายชื่อเพื่อนของไลน์ การ์ดใบนี้จะถูกส่งผ่านทางห้องคุยแบบกลุ่ม (กระปุกดอทคอม. (2556). ส่งอีการ์ดน่ารักให้เพื่อนบน LINE ฟรี ๆ ด้วย LINE CARD, 19 มิถุนายน 2559. <http://men.kapook.com/view39063.html>)

13. ไลน์แอท (Line@) เป็นแอปพลิเคชันที่ให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างออฟฟิเชียลแอคเคาท์ของตนเอง เพื่อติดต่อสื่อสารส่งข้อมูลข่าวสาร ได้ในเชิงส่วนบุคคลและเชิงธุรกิจได้ถึงกลุ่มเป้าหมายทั่วโลก 17 ภาษา (IT24HRS. (2558). Line@ (ไลน์แอท) บัญชีไลน์แบบใหม่เหมือนมี Line Official Account เป็นของตัวเอง, 19 มิถุนายน 2559 <http://www.it24hrs.com/2015/line-at/>)

14. ไลน์ช็อป (Line Shop) เป็นแอปพลิเคชันที่จับกลุ่มร้านค้ารายย่อย ที่ค้าขายผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Siampod. (2557). Line ประเทศไทยเปิดตัวแอป Line Shop ตอบโจทย์คนค้าขายออนไลน์บนมือถือ, 19 มิถุนายน 2559. www.siampod.com/2014/07/16/line-thailand-launched-line-shop/)

15. ไลน์ ดิกชันนารี (Line Dictionary) เป็นแอปพลิเคชันพจนานุกรมอังกฤษ-ไทย โดยออกซ์ฟอร์ด (Oxford) และ ไทย-อังกฤษ โดยซีเอ็ด (SE-ED) โดยมีฟังก์ชันที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์อย่างการใช้กว่า 7,000,000 ประโยค พร้อมความรู้ภาษาอังกฤษอื่นๆ ยังมีตัวอย่างการออกเสียงภาษาอังกฤษทั้งสำเนียงภาษาอังกฤษและอเมริกัน การใช้คำคม คำสุภาษิตภาษาอังกฤษ ระบบแนะนำคำศัพท์อัตโนมัติ ยังสามารถแชร์คำศัพท์ โดย



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

สามารถใช้งานได้ทั้งแบบ ออนไลน์และออฟไลน์ (techmoblog. (2557). Line เปิดตัว Line Dictionary, 19 มิถุนายน 2559. www.techmoblog.com/LINE-Dictionary/)

16. บีหกหนึ่งสอง (B612) เป็นแอปพลิเคชันกล้องที่ออกแบบมาสำหรับการถ่ายตัวเอง โดยสามารถแต่งภาพด้วยฟิลเตอร์ที่มีให้เลือกถึง 43 แบบ และแชร์ไปยังสื่อโซเชียลอื่นๆ (Kapaotang.Kang. (2556). Line ส่งแอปใหม่ “B612”, 19 มิถุนายน 2559. <http://www.aripfan.com/line-selfie-camera-app-b612/>.)

17.ไลน์เดโค (Line Deco) เป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยตกแต่งด้วยสัญลักษณ์หรือภาพพื้นหลังฉากให้ดูน่ารัก (Gizmoz. (2557). Line Deco จัดกิจกรรมแจกตุ๊กตา Line 100 ตัว, 19 มิถุนายน 2559. www.iphoneapptube.com/news/line-deco-give-away-line-dolls/)

18. ไลน์ทูลส์ (Line Tools) เป็นแอปพลิเคชันสารพัดประโยชน์มากกว่า 14 อย่าง เครื่องมือวัดประกอบด้วยไม้บรรทัด ไม้โปรแทรกเตอร์ เครื่องมือวัดแนวนอน เครื่องมือวัดระดับเสียง เข็มทิศ ส่วนหมวดเวลาประกอบด้วย นาฬิกาจับเวลา นาฬิกาตั้งเวลา ปฏิทิน หมวดเครื่องมืออำนวยความสะดวกประกอบด้วย ไฟฉาย กระบอก แวนชยาย หมวดคำนวณประกอบด้วย เครื่องคิดเลข เครื่องแปลงเวลา (Flashfly. (2555). Line เปิดตัวแอปใหม่ Line Tools, 19 มิถุนายน 2559. www.flashfly.net/wp/?p=42092)

19. ไลน์บรัช (Line Brush) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับวาดลวดลาย มีฟังก์ชันสำหรับการลบรูปพื้นหลังและขยายให้รูปมีขนาดใหญ่ เพื่อให้ภาพที่วาดดูโดดเด่นพร้อมลูกเล่นในการตกแต่งอีกมากมาย (พรหมธิภา ความบุตร. (2555). Line เตรียมเปิดตัวแอปพลิเคชันวาดรูปใหม่. 19 มิถุนายน 2559. <http://news.siamphone.com/news-07982.html>)

20. ไลน์ (Line) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับ ข้อความ สนทนาแบบกลุ่ม ส่งสัญลักษณ์ แบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอได้ไม่จำกัด ส่งพิกัดสถานที่ แบ่งปันประสบการณ์ผ่านทางไทม์ไลน์ (Timeline) โพรไฟล์และวิดีโอคอลฟรีได้ทุกที่ตลอดเวลาตลอด 24 ชั่วโมงทั่วโลก สามารถใช้งานได้ทั้งโทรศัพท์มือถือ ที่มีระบบปฏิบัติการไอโอเอส (iOS) แอนดรอยด์ (Android) และวินโดวส์โฟน (Windows Phone) ยังสามารถใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์และแมคโอเอส (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2554). Line, 19 มิถุนายน 2559. <https://th.wikipedia.org/wiki/ไลน์>)

การที่แอปพลิเคชันไลน์มีความสำคัญในการสื่อสารส่วนตัวและในแง่ธุรกิจ จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่าการใช้ไลน์มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่ออย่างไรและปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้ใช้ไลน์ตัดสินใจดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่างๆ ไลน์มาใช้งาน การศึกษาครั้งนี้ จึงใช้กรณีศึกษากลุ่มลูกค้า The Crystal ทั้ง 4 สาขา ได้แก่ คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (Crystal Design Center) , เดอะ คริสตัล ช้อปปิ้งมอลล์ (The Crystal Shopping Mall) , เดอะ คริสตัล เอสบี ราชพฤกษ์ (The Crystal SB Ratchapruek) , เดอะ คริสตัล พีทีที (The Crystal PTT Chaiyapruke) เนื่องจาก The Crystal กำลังจะเพิ่มเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดโดยสนใจช่องทางใช้แอปพลิเคชันในเครือไลน์เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร เพื่อติดต่อกับลูกค้า

ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) ทฤษฎีการสื่อสารการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อออนไลน์



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6 The 6th STOU National Research Conference

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและเพื่อศึกษาปัจจัยการตัดสินใจดาวน์โหลดแอปพลิเคชันในเครือไลน์ของลูกค้า The Crystal

ระเบียบวิธีวิจัย

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลทางออนไลน์ โดยเป็นการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วย (1) เป็นลูกค้าของศูนย์การค้า Crystal Design Center (CDC), The Crystal , The Crystal SB Ratchapruek หรือ The Crystal PTT (2) ใช้เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่รูปแบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) และ (3) ใช้แอปพลิเคชันไลน์ตัวใดก็ได้ตามที่นำเสนอในช่วงต้น การใช้ตารางการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1967) (ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุดรราชธานี : สถาบันราชภัฏอุดรราชธานี.) ความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน $\pm 7\%$ โดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบออนไลน์ ศูนย์การค้าละ 75 ชุด รวมทั้งหมด 300 ชุด เก็บข้อมูลในช่วง 18-25 พฤษภาคม 2559 จากจำนวนประชากรคือ สถิติการนับจำนวนการใช้บริการของศูนย์การค้าของแผนกการตลาดและกิจกรรม ปี 2558 โดยมีลูกค้าโดยเฉลี่ย 200,000 คน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.33 อยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.67 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 54.33 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.33 ลูกค้าเดอะคริสตัล (The Crystal) ทั้ง 4 ศูนย์การค้า

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับแอปพลิเคชันในเครือไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้งานแอปพลิเคชันมากที่สุด คือ แอปพลิเคชันไลน์ (Line) คิดเป็นร้อยละ 24.48 ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อติดต่อสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 68.67 มีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันต่อวัน จำนวนมากกว่า 51 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีระยะเวลาการใช้แอปพลิเคชันต่อครั้ง จำนวน 6-20 นาที คิดเป็นร้อยละ 50.67 มีช่วงเวลาที่ใช้งานมากที่สุด เวลา 20.01-24.00 น คิดเป็นร้อยละ 39.33 และมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแอปพลิเคชันในเครือไลน์ผ่านการแจ้งเตือนของแอปพลิเคชัน คิดเป็นร้อยละ 57.33 แสดงให้เห็นได้ว่าในยุคที่มีการจะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ยังมีช่องทางเกิดใหม่หลายๆช่องทาง หนึ่งในนั้น คือ แอปพลิเคชันไลน์ (Line)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ (ดาวน์โหลด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจโหลดแอปพลิเคชันในเครือไลน์มากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ ในสามารถติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 4.76 ปัจจัยรองลงมา คือ ด้านประโยชน์ที่สามารถสนทนาแบบกลุ่ม มีค่าเฉลี่ย 4.46 ถัดมาเป็นปัจจัยด้านจิตวิทยาและสังคม โดยแอปพลิเคชันตอบสนองความต้องการในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

4.38 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในส่วนที่ 2 ที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้งานแอปพลิเคชันในเครือไลน์ เพื่อติดต่อสื่อสารเป็นหลัก

อภิปรายผล

1. ลักษณะทางประชากรพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีสัดส่วนที่ใกล้เคียง กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี และช่วงอายุ 31-40 ปี นั่นอาจเป็นเพราะช่วงอายุ 21-30 ปีนี้ เป็นช่วงอายุวัยที่เริ่มทำงานมีรายได้แล้ว ส่วนช่วง 31-40 ปี เป็นช่วงที่ทำงานมาระยะเวลาหนึ่งและอาจเริ่มต้นธุรกิจส่วนตัว ดังนั้นจึงมีความสามารถทางการเงินที่จะใช้โทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน (Smart Phone) เพื่อรับข้อมูล และใช้เพื่อสนทนากลุ่ม และเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และรองมาเป็นปริญญาโท นั่นอาจเป็นเพราะการสื่อสาร ผ่านแอปพลิเคชัน “ไลน์” เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงอาจต้องมีความรู้มากในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท และ 30,001 – 45,000 บาท นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มรายได้มากกว่า 75,000 บาท เนื่องจากการสื่อสารลักษณะนี้ต้องใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง ดังนั้นกลุ่มผู้ใช้บริการจึงอาจต้องมีฐานะทางการเงินมากในระดับหนึ่ง เพื่อมาซื้ออุปกรณ์การสื่อสารลักษณะดังกล่าว ทั้งนี้สอดคล้องกับลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ อายุ 21 – 30 ปี และ 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท และสอดคล้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแอปพลิเคชันไลน์ (Line) แอปพลิเคชันไลน์ทีวี (Line TV) แอปพลิเคชันไลน์เกมส์ (Line Game) และแอปพลิเคชันไลน์ออฟฟิเชียล (Line Official Account) เพื่อประโยชน์ด้านการติดต่อสื่อสารและสร้างความบันเทิง การสนทนากลุ่ม และใช้ในทางธุรกิจ

ผลการศึกษายังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ต่อวัน จำนวนมากกว่า 51 ครั้ง ระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 6 – 20 นาที ในการทำธุรกิจหรือในการทำงาน จะเริ่มเวลา 9 โมง เข้าถึง 20.00 น. ส่วนช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. เป็นการเปิดรับแอปพลิเคชันไลน์ทีวี (LineTV) และแอปพลิเคชันไลน์เกมส์ (Line Game) สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร การเลือกเปิดรับที่สนับสนุนวิถีการดำรงชีวิต และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ในเรื่องปัจจัยภายใน ทั้งความจำเป็น ความต้องการของผู้ใช้งานด้านร่างกายและจิตใจ และปัจจัยภายนอก ได้แก่วัฒนธรรมหรือองค์กรได้นำแอปพลิเคชันไลน์มาช่วยในการทำธุรกิจหรือในการทำงานจนเป็นค่านิยมทางสังคม

2. ด้านปัจจัยการตัดสินใจใช้ โดยถามตามประโยชน์เฉพาะของแอปพลิเคชันทั้ง 20 แอปพลิเคชันที่อ้างถึงในบทนำแล้วนั้นพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในเครือไลน์ มีทั้งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านจิตวิทยา และสังคมและ ด้านบุคคล ซึ่งผลการศึกษาระบุว่า ประโยชน์ด้านการสื่อสารและจะแสดงออกด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น เป็นแหล่งพูดคุยกับกลุ่มเพื่อน เป็นปัจจัยในการตัดสินใจอันดับ 1 สอดคล้องกับ พัชรกุล เพ็ชรประยูร และพรจิต สมบัติพานิช (ม.ป.ป. (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ, 19 มิถุนายน 2559. <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2016/02/JCIS58032.pdf>) ได้สำรวจเหตุผลหรือความต้องการในการใช้สื่อ และพบว่า ผู้ตอบใช้สื่อเพื่อความต้องการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความต้องการเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ ความต้องการเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึก ความต้องการเกี่ยวกับตนเอง ความต้องการทางสังคม และเพื่อ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

ผ่อนคลายเป็นความเครียด ส่วนปัจจัยรองลงมาในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน คือ ด้านประโยชน์ในสามารถสนทนาแบบกลุ่ม และแอปพลิเคชันตอบสนองความต้องการในการใช้งานเป็นสาเหตุอันดับ 3 สอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ ที่กล่าวไว้ว่า ความต้องการของผู้รับสารโดยทั่วไปแล้ว ของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

หากพิจารณาจากแนวคิดทฤษฎีด้านสื่อออนไลน์และการสื่อสารการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันในเครือไลน์ เนื่องจากปัจจัยด้านจิตวิทยาและสังคม ได้แก่ แอปพลิเคชันตอบสนองความต้องการในการใช้งานปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลักษณะของการใช้งานแอปพลิเคชันที่ง่ายและเข้าใจ และช่องทางการเข้าถึง ได้แก่ สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันทุกระบบ เรียงตามลำดับ ส่วนด้านการใช้ประโยชน์ สามารถติดต่อสื่อสาร สามารถสนทนาแบบกลุ่ม สามารถเป็นช่องทางการขายสินค้า สามารถเป็นเครื่องมือการสร้างธุรกิจ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้น้ำหนักกับประโยชน์เรื่องสร้างการจดจำในตราสินค้าและแบรนด์ ในระดับสูง (3.98) เช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดยุคดิจิทัล ซึ่งเคนม เวิร์ทม์และเอียน เฟนวิค (2551) เสนอว่า การตลาดยุคดิจิทัล คือ พัฒนาการของตลาดในอนาคตเกิดขึ้นเมื่อบริษัทดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทาง สื่อสารดิจิทัล ทำให้นักการตลาดสามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two – way communication) กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องเป็นรายบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละคนในแต่ละครั้งเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจเป็นประโยชน์กับลูกค้าคนต่อไป ต่อเนื่องและสอดคล้องกัน นักการตลาดสามารถ นำข้อมูลพฤติกรรมที่ทราบแบบสดใหม่นี้ รวมทั้งความคิดเห็นที่ได้รับตรงจากลูกค้ามาใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในโอกาสต่อไป นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับหลักการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (ธเนศ ยุคันทวนิชชัย, (2553). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ, 19 มิถุนายน 2559) และ วิเล็ค ฐริวัชร (2553) : ออนไลน์) ที่กล่าวว่าการสร้างสื่อออนไลน์ ในการประยุกต์ใช้กับการตลาดนั้น มีข้อควรพิจารณาอยู่หลายประการ เช่น ตอบสนองได้ตลอดเวลาเป็นสื่อสารแบบสองทางที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแบรนด์และสมาชิกอยู่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ต้องมีลักษณะของส่วนบุคคล ซึ่งหมายถึงเป็นกิจกรรมที่ลูกค้าสามารถเลือกได้และเป็นการสื่อสารถึงระดับตัวต่อตัว หรือระดับบุคคลเลยทีเดียว การสื่อสารการตลาดในเครือข่ายสังคมต้องสามารถแสดงได้ถึงตัวตน (Identity) ของทั้งตัวแบรนด์สินค้าและบุคลิกภาพของแบรนด์ได้เป็นอย่างดี ประเภทที่เข้าไปก็บอกได้ว่าเป็นเครือข่ายทางสังคมของแบรนด์อะไร

ข้อเสนอแนะ

1. ผลงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใหม่อย่างแอปพลิเคชันไลน์ได้รับการตอบรับจากผู้ใช้งานทั้งวัตถุประสงค์ในการใช้งานเพื่อติดต่อสื่อสาร ความถี่ในการใช้งาน ช่วงเวลาในการใช้งานและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านทางช่องทางแอปพลิเคชันไลน์มากขึ้น แอปพลิเคชันไลน์เป็นส่วนหนึ่งเครื่องมือในการสร้างธุรกิจและสื่อสารการตลาด แต่สามารถศึกษาถึงเครื่องมืออื่นๆที่สร้างธุรกิจและเป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาด เช่น อินสตาแกรม (Instagram) ยูทูบ (Youtube) และเฟสบุ๊ค (Facebook)

2. ผลงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อสร้างความบันเทิงอย่างแอปพลิเคชันไลน์ทีวีในยุคดิจิทัลออกแบบทีวีออนไลน์ที่สามารถดูย้อนหลังและนำเสนอเนื้อหา (Content) ที่น่าสนใจ เป็นอีกหนึ่งการศึกษาที่น่าสนใจถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการตัดสินใจรับชมทีวีออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ทีวีของ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

ประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นช่องทางในการทำสื่อสารการตลาดได้อีกช่องทางหนึ่ง เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในยุคนี้

3. ผลงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ ซึ่งเป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจ ยุคที่สื่ออินเทอร์เน็ตเข้าถึงกลุ่มทุกเพศ ทุกวัย ทุกที่ ทุกเวลา สะดวกในการซื้อและหาสินค้าที่ต้องการ แต่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ มีหลายแบบ เช่น เว็บไซต์ (Website) เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และแอปพลิเคชัน (Application) ทำให้นักการตลาดต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางใหม่เหล่านี้

4. ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร ผลงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแอปพลิเคชันไลน์ของลูกค้าเดอะคริสตัล (The Crystal) ผ่านการแจ้งเตือนแอปพลิเคชันคิดเป็นร้อยละ 57.33 แสดงให้เห็นว่าการทำสื่อสารการตลาดทางแอปพลิเคชันไลน์ออฟฟิเชียลเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ได้ทั้งการจัดโปรโมชั่น การจัดกิจกรรมสนับสนุนการขายให้ร่วมกิจกรรมผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ออฟฟิเชียลให้มีความสนุกสนาน โดยกลุ่มลูกค้าเดอะคริสตัล (The Crystal) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ซึ่งรายได้จะมาจากเงินเดือนที่จะออกทุก ๆ สิ้นเดือน การทำการตลาดต่าง ๆ สมควรทำในช่วงระยะเวลาอาทิตย์แรกถึงอาทิตย์สองของเดือนตามผลวิจัยที่ได้ศึกษามา แม้การทำสื่อสารการตลาดในรูปแบบละคร เช่น เดอะคริสตัล (The Crystal) ทำสนับสนุนสถานที่ถ่ายทำละคร เพื่อสร้างเป็นที่รู้จักถึงศูนย์การค้าที่มีทันสมัย กระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคได้อีกทางหนึ่ง

เอกสารอ้างอิง

เคนท์ เวอร์โหม์ และเอียน เฟนวิก. (2551). เปิดโลกนิมิตเดียวและการตลาดดิจิทัล. (แปลจากเรื่อง DigiMarketing

โดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และดร.ประภัสสร วรณสฤติย์) (พิมพ์ครั้งแรก). กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

ญี่ปุ่นทำ LINE GAME ต่อยอดจากแอปพลิเคชันฮิต. (2555). สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2558,

จาก <http://www.manager.co.th/Game/ViewNews.aspx?NewsID=9550000141393>

ธนศ ยูคันทวนิชชัย. (2553). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ IMC (Integrated Marketing

Communications), วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 30(2), 99-115.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ประวัติ Line (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2556 จาก <https://sirinipha1.wordpress.com/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4-line/>

ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในไทย ปี 2558. (2558). สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2558,

จาก <http://www.it24hrs.com/2015/thailand-internet-user-profile-2015-2558/>

พัชรกุล เพ็ชรประยูร และ พรจิต สมบัติพานิช (ม.ป.ป.) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการใช้ประโยชน์

จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และนิตยสารออนไลน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์

บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2559 จาก



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

- <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2016/02/JCIS58032.pdf>
วิเลิศ ภูริวัชร. (2553). How sustainable is social networking? สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2553, จาก
<http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/vilert/20100912/352652/news.html>
- ส่งอิการ์ดน่ารักให้เพื่อนบน LINE ฟรี ๆ ด้วย LINE Card. (2555). สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2558 จาก
<http://men.kapook.com/view39063.html>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
(2557). รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 Thailand Internet User
Profile 2015 ฉบับปรับปรุง, 2557, 55
- สำนักนโยบายและส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2556). การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย
ประจำปี 2556.
- แอปพลิเคชันไลน์. 27 เมษายน 2559 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ไลน์> LINE MUSIC ฟังก์
GMM Grammy ก้าวสู่แอปที่มีเพลงไทยสูงสุดในประเทศ พร้อมเผยแพร่ดาวน์โหลดสูงถึง 5 ล้านครั้ง.
(2558), สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2558 จาก <http://linecorp.com/th/pr/news/th/2015/1207>
- LINE camera เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “aillis” มาพร้อมฟีเจอร์แต่งรูปใหม่ “สกินคัลเลอร์” (2558) สืบค้นเมื่อ 16
เมษายน 2555 จาก <http://www.iphone-droid.net/line-camera-has-been-renamed-aillis/>
- LINE Deco จัดกิจกรรมแจกตุ๊กตา LINE 100 ตัว ฉลอง 10 ล้านดาวน์โหลด. (2556). สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2557
จาก <http://www.iphoneapptube.com/news/line-deco-give-away-line-dolls/>
- LINE Tools : แอปสารพัดประโยชน์ กว่า 14 เครื่องมือในแอปเดียว. (2555). สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2555 จาก
<http://www.flashfly.net/wp/?p=42092>,
- LINE TV ก้าวใหม่ที่สั่นสะเทือนสื่อทีวี. (2558). สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2558 จาก <https://www.marketingoops.com/news/brand-move/line-tv-impact/>
- LINE Webtoon อ่านฟิน มั่นสฟรี แอปอ่านการ์ตูนออนไลน์ภาษาไทยฟรี อัปเดตการ์ตูนเพียบ!. (2557),
สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2557 จาก <http://www.newswit.com/it/2014-12-01/0a097238000a4e69b293c5a98f4f14a6/>
- LINE เตรียมเปิดตัวแอปพลิเคชัน วาดรูปใหม่ LINE Brush. (2555). สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2555 จาก
<http://news.siamphone.com/news-07982.html>
- LINE ประกาศปล่อยแอปพลิเคชันสนทนากลุ่ม “ป๊อปคอร์น บัซ (Popcorn Buzz)” ทั่วโลกบนแอนดรอยด์ ชิงค์
รายชื่อเพื่อนจากในไลน์ ให้คุณสนทนารวมกันเป็นกลุ่มได้ในครั้งเดียว. (2558). สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2558
จาก <http://tech.mthai.com/software/50072.html>
- LINE ประเทศไทยเปิดตัวแอป LINE Shop ตอบโจทย์คนค้าขายออนไลน์บนมือถือ. (2557).
สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2557 จาก <http://www.siampod.com/2014/07/16/line-thailand-launched-line-shop/>



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6

The 6th STOU National Research Conference

LINE เปิดตัว LINE Dictionary แอปพลิเคชันพจนานุกรม ดาวโหลดฟรีทั้งบน Android และ iOS. (2558).

สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2557 จาก <http://www.techmoblog.com/LINE-Dictionary/>

LINE เปิดตัว LINE GIFTSHOP มอบของขวัญให้คนที่คุณรักผ่าน LINE ด้วยแนวคิด “ยิ่งให้ ยิ่งใกล้”. (2558).

สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2558 จาก <http://thumbsup.in.th/2015/11/line-giftshop/>

LINE เปิดตัว LINE Pay แพลตฟอร์มการชำระเงินผ่านมือถือใหม่ที่ให้คุณ “ซื้อง่าย จ่ายสนุก”. (2558).

สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2558 จาก <http://thumbsup.in.th/2015/06/line-pay/>

LINE เผย ครีเอเตอร์มาร์เก็ตในไทยโต 313% พร้อมพา 10 นักออกแบบสตูดิโอธุรกิจงานที่ญี่ปุ่น. (2558),

สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558 จาก <http://linecorp.com/th/pr/news/th/2015/1100>

Line เพิ่ม Video Call-Snap Movie เอาใจขาแซท. (2558). สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2556 จาก

http://www.tnnthailand.com/news_detail.php?id=10471&t=news

LINE ส่งแอปใหม่ “B612” แอปเพื่อการถ่ายรูปเซลฟี่โดยเฉพาะ. (2557). สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2557 จาก

<http://www.aripfan.com/line-selfie-camera-app-b612/>

Line@ (ไลน์แอท) บัญชีไลน์แบบใหม่ เหมือนมี Line Official Account เป็นของตัวเอง. (2558).

สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558 จาก <http://www.it24hrs.com/2015/line-at/>

OFFICIAL ACCOUNT LINE คืออะไร อยากมีบัญชีต้องทำอะไรบ้าง แล้วราคาเท่าไร?. (2558).

สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.ideaseostory.com/official-account-line/>