

## การสื่อสารข้อคิดและธรรมะร่วมสมัยผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี\*

### COMMUNICATING CONTEMPORARY THOUGHTS AND DHARMA VIA LINE STICKERS OF TONCHUEAK TEMPLE, NONTHABURI PROVINCE

ปวีณา ชัยวนารมย์<sup>1</sup>, บวร เครือรัตน์<sup>2\*</sup>

Paweena Chaiwanarom<sup>1</sup>, Bovan Krouat<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ นครปฐม ประเทศไทย

<sup>1</sup>Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Nakhon Pathom, Thailand

<sup>2</sup>คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ นครปฐม ประเทศไทย

<sup>2</sup>Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Nakhon Pathom, Thailand

\*Corresponding author E-mail: bovon.kro@rmutr.ac.th

#### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารข้อคิดและธรรมะร่วมสมัยผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พุทธศาสนิกชน บุคคลที่เคยใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ จำนวน 235 คน เลือกแบบตามสะดวก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ คนในชุมชนวัดต้นเชือก นักออกแบบกราฟิก และบุคคลที่เคยใช้สติ๊กเกอร์ไลน์ เลือกแบบเจาะจง จำนวน 5 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และ 2) การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ มีชื่อว่า “คำคมกระป๋องยิ้ม” ประกอบด้วยภาพนิ่งสองมิติ จำนวน 16 ภาพ แต่ละภาพมีการผสมกันระหว่างตัวการ์ตูนสองตัว ที่สะท้อนบริบทวิถีชีวิตของชุมชนวัดต้นเชือกในสมัยก่อน และข้อความเชิงบวกที่ให้ข้อคิดเตือนใจ เพื่อสื่อสารข้อคิดและธรรมะร่วมสมัยได้อย่างแนบเนียน และผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารข้อคิดและธรรมะร่วมสมัยผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้ให้ความสำคัญด้านประโยชน์การนำไปใช้ มากกว่าด้านการออกแบบ สติ๊กเกอร์ไลน์ชุดนี้เป็นกลยุทธ์การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ ที่ผสมผสานแนวคิดด้านการสื่อสารทางธรรมะเข้ากับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายการรับรู้และสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง ผ่านช่องทางออนไลน์ในลักษณะเชิงรุก ส่งเสริมการขับเคลื่อนบทบาทของสถาบันศาสนาให้ทันสมัยและเข้าถึงสาธารณชนมากยิ่งขึ้น

**คำสำคัญ:** การสื่อสารข้อคิด, ธรรมะร่วมสมัย, แอปพลิเคชันไลน์, วัฒนธรรมท้องถิ่น, วัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี

## Abstract

This research article aims to design a LINE sticker set and evaluate user satisfaction regarding the communication of contemporary reflections and Buddhist teachings through LINE stickers developed for Tonchueak Temple, Nonthaburi Province. The study employed a mixed-methods approach. The sample consisted of 235 Buddhist laypersons who had previously used LINE stickers, selected through convenience sampling. Key informants, selected purposively, included five individuals comprising community members of Tonchueak Temple, graphic designers, and experienced LINE sticker users. Research tools included 1) Structured interviews for qualitative data and 2) A satisfaction questionnaire for quantitative data. Descriptive statistics such as frequency, mean, and standard deviation were employed in data analysis. Results revealed that the sticker set titled “Khamkhom Krabue Yim” (“Smiling Buffalo Quotes”) comprises 16 two-dimensional static images that combine two cartoon characters reflecting the traditional lifestyle of the Tonchueak Temple community with positive, thought-provoking messages subtly conveying contemporary Buddhist teachings. Overall, participants expressed high levels of satisfaction, with greater emphasis on usefulness and applicability than on design aspects. This LINE sticker set represents a creative communication strategy that integrates Buddhist messaging with digital marketing tactics, aiming to expand public engagement and enhance the role of religious institutions by making them more accessible and relevant in the digital era.

**Keywords:** Reflective Communication, Contemporary Dhamma, Line Application, Local Culture, Tonchueak Temple Nonthaburi Province

## บทนำ

ในยุคของการสื่อสารดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างลึกซึ้งในชีวิตประจำวัน การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการสื่อสาร เช่น แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) กลายเป็นเครื่องมือหลักของผู้คนทุกช่วงวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2567 ที่ประเทศไทยมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 56 ล้านคนต่อเดือน (Monthly Active Users: MAU) (Clisk, 2024) จำนวนผู้ใช้งานนี้คิดเป็นประมาณ 78.2% ของประชากรทั้งหมด และ 85.7% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศ (Datareportal, 2025) ตัวเลขสถิตินี้สะท้อนให้เห็นว่า แอปพลิเคชันไลน์ยังคงเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มสื่อสารที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย โดยมีการใช้งานอย่างแพร่หลายในชีวิตประจำวันของผู้คน ทั้งในด้านการสื่อสารส่วนตัว การทำธุรกิจ และการเข้าถึงบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลไลฟ์สไตล์

เนื่องจากการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบไม่เผชิญหน้า กล่าวคือ ผู้สนทนาทั้ง 2 ฝ่ายสื่อสารกันการผ่านตัวอักษร จึงไม่สามารถเห็นสีหน้า ท่าทาง และความรู้สึกของอีกฝ่ายได้ “สติ๊กเกอร์ไลน์” จึงมีหน้าที่ในการสื่อสารเพื่อทดแทนอวัจนภาษาดังกล่าว โดยเป็นสื่อภาพที่ใช้แทนคำพูดหรือประกอบคำพูดในการสื่อสาร ลดความเป็นทางการ ทั้งยังช่วยเพิ่มสีสันในการสนทนาอีกด้วย ปรากฏการณ์การใช้สติ๊กเกอร์ไลน์

จึงไม่เพียงแต่เป็นสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นช่องทางใหม่ในการถ่ายทอดอัตลักษณ์เฉพาะของบุคคลหรือชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ สมเกียรติ ศรีเพ็ชร, ที่พบว่า สติกเกอร์ไลน์สามารถสะท้อนบุคลิกภาพและอารมณ์ของผู้สร้างได้อย่างชัดเจน (สมเกียรติ ศรีเพ็ชร, 2562) งานวิจัยของ ฉัตรแก้ว มาสุโมโตะ และรัตมา รัตนวงศา ที่ออกแบบสติกเกอร์ไลน์ “ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL” เพื่อสะท้อนเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของฟาร์ม (ฉัตรแก้ว มาสุโมโตะ และรัตมา รัตนวงศา, 2564) รวมไปถึงสติกเกอร์ไลน์ “ชาวเล” ที่ออกแบบและพัฒนาโดย พิชานันต์ พูลเกิด และคณะ เพื่อส่งเสริมและสืบสานภาษาชาวเลของชาวอุรักลาโว้ย (พิชานันต์ พูลเกิด และคณะ, 2565) นอกจากสติกเกอร์ไลน์จะสามารถนำมาใช้เป็นช่องทางถ่ายทอดอัตลักษณ์ข้างต้นแล้ว สติกเกอร์ไลน์ยังเป็นช่องทางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยอีกด้วย จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยเหล่านี้ยังมีอยู่จำกัด เช่น งานวิจัยของ Phiwongkun, S. et al. ที่พัฒนาสติกเกอร์ไลน์ที่นำเสนอ “ตำนานศักดิ์สิทธิ์ทั้งสี่ของล้านนา” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Phiwongkun, S. et al., 2025) สำหรับการใช้สติกเกอร์ไลน์เพื่อการสื่อสารทางศาสนาพุทธนั้น เคยมีประเด็นการนำเสนอภาพพระพุทธรูปในรูปแบบที่ไม่เหมาะสม ซึ่งก่อให้เกิดข้อถกเถียงและความไม่พอใจในสังคม ตัวอย่างเช่น ในปี 2557 LINE ประเทศไทยได้ถอดสติกเกอร์ที่มีภาพพระพุทธรูปเจ้าในท่าทางที่ไม่เหมาะสมออกจากระบบ หลังจากได้รับคำร้องเรียนจากพุทธศาสนิกชนในประเทศไทย (Bangkok Post, 2014) ด้วยเหตุนี้เอง ประเทศไทยจึงไม่มีสติกเกอร์ไลน์ที่ชักชวนให้เข้าสู่ศาสนาหรือมีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาอย่างชัดเจน (LY Corporation, 2025)

วัดต้นเชือกเป็นวัดเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลบ้านใหม่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี ในสมัยก่อนมีการ “โยกควาย” เพื่อใช้แรงควายลากจูงเรือให้ผ่านจุดสันดอนบริเวณวัดต้นเชือกไปได้อย่างปลอดภัย บริบทดังกล่าวสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีความชัดเจน ปัจจุบันวัดต้นเชือกอยู่ระหว่างการดำเนินการก่อสร้างอุโบสถหลังใหม่ เพื่อทดแทนอุโบสถหลังเดิมที่พังถล่มลงเมื่อประมาณ 10 ปีก่อน (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) โดยมีการระดมทุนจากผู้มีจิตศรัทธาผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้การก่อสร้างแล้วเสร็จตามแผน ทั้งนี้ วัดได้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสื่อร่วมสมัยในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ตลอดจนรวบรวมปัจจัยทำบุญจากพุทธศาสนิกชน ผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์และป้ายประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบอย่างมีความสวยงามและดึงดูดสายตา ซึ่งสามารถพบเห็นได้ในบริเวณหน้าวัดและพื้นที่โดยรอบ นอกจากนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับพลวัตของยุคสังคมดิจิทัล วัดต้นเชือกยังได้ขยายช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและ TikTok โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของวัดในวงกว้าง โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่อยู่นอกพื้นที่ชุมชน ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของวัดแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมให้บุคคลภายนอกเกิดความสนใจและมีส่วนร่วมในกิจกรรมของวัดมากยิ่งขึ้น

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงมีความสนใจในการทำวิจัย เรื่อง การสื่อสารข้อคิดและธรรมะร่วมสมัยผ่านสติกเกอร์ไลน์ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี เพื่อออกแบบสติกเกอร์ไลน์ และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของวัดให้มีความทันสมัย เข้าถึงง่าย และเป็นมิตร โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ในสังคมออนไลน์ ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีแนวคิดในการออกแบบชุดสติกเกอร์ไลน์ชุด “คำคมกระป๋องยิ้ม” เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่มีศักยภาพในการสนับสนุนบทบาทดั้งเดิมของสถาบันศาสนา ผ่านการประยุกต์ใช้ภาพการ์ตูนที่สะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ร่วมกับข้อคิดที่ให้ข้อคิดแผ่หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการสื่อสารเชิงบวก ลดความขัดแย้งในการสนทนา ส่งเสริมพฤติกรรมแบบสันติ และปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมในชีวิตประจำวันได้อย่างแนบเนียน ทั้งนี้ สติกเกอร์ไลน์ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องตกแต่งในการสนทนาเท่านั้น หากแต่ยังสามารถเสริมบทบาทของสถาบันศาสนาในบริบทใหม่ของสังคมร่วมสมัยได้อย่างกลมกลืน โดยคาดหวังว่าในท้ายที่สุดแล้วสติกเกอร์ไลน์ชุดนี้จะช่วยให้วัดต้นเชือกสามารถสะสมทุนทางสังคมในพื้นที่ออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับกลุ่มผู้ศรัทธา และอาจนำไปสู่การเพิ่มพูนทุนทางเศรษฐกิจของวัดอย่างยั่งยืนในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบสติกเกอร์ไลน์ ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

**รูปแบบการวิจัย** เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R & D) โดยผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน ในระยะแรกของการวิจัย ได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาภาคสนาม สำรวจ และรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากพื้นที่วัดต้นเชือกและชุมชนโดยรอบ เพื่อทำความเข้าใจวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงวิเคราะห์ลักษณะตลาดของสติกเกอร์ไลน์ที่มีเนื้อหาสื่อสารเชิงข้อคิดและการให้กำลังใจ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ได้รับการวิเคราะห์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ที่มีลักษณะเฉพาะของตัวละครที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชน และมีข้อความที่แฝงธรรมะร่วมสมัย เพื่อให้ข้อคิดในการดำเนินชีวิต ในระยะที่สองของการวิจัย ได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ที่พัฒนาขึ้น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงตัวเลข ซึ่งผลการประเมินที่ได้สะท้อนถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ ทั้งในด้านการออกแบบและการนำไปใช้ ซึ่งข้อมูลเชิงปริมาณนี้ช่วยเสริมความชัดเจนและสนับสนุนข้อค้นพบจากการวิจัยเชิงคุณภาพที่ดำเนินการก่อนหน้านี้

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** มีดังนี้ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ คนในชุมชนวัดต้นเชือก จำนวน 2 คน นักออกแบบกราฟิก จำนวน 1 คน และบุคคลทั่วไปที่เคยใช้สติกเกอร์ไลน์ จำนวน 2 คน ใช้วิธีคัดเลือกโดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 5 คน และ 2) การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พุทธศาสนิกชนทั่วไป โดยการใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, W. G., 1953) ด้วยไม่ทราบสัดส่วนที่แน่นอนของประชากรที่จะทำการศึกษา กำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ใช้วิธีคัดเลือกโดยสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากบุคคลทั่วไปที่เคยใช้สติกเกอร์ไลน์ รวมทั้งสิ้น จำนวน 235 คน

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยเริ่มต้นทบทวนวรรณกรรม จากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวัดต้นเชือกและชุมชนใกล้เคียง ทั้งจากอินเทอร์เน็ตและการลงพื้นที่ จากนั้นผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้มากำหนดขอบเขตประเด็นสำคัญของแบบสัมภาษณ์

ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ก่อนจะเรียงลำดับเนื้อหาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ปรับปรุงตามความเห็นและข้อเสนอแนะ แล้วแก้ไขข้อบกพร่องในร่างแบบสัมภาษณ์อีกครั้ง ก่อนนำไปใช้จริง 2) สถิติเกอร์ไลน์ชุด “คำคมกระป๋อง” ข้อมูลที่สรุปได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพได้ถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลหลักที่สำคัญในการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ ซึ่งกระบวนการพัฒนา คือ 2.1) การวางแผน: กำหนดวัตถุประสงค์ ศึกษากลุ่มเป้าหมาย และสำรวจตลาดสติกเกอร์ 2.2) การออกแบบ: สร้างสรรค์ตัวละคร ข้อความ และแบบร่างของสติกเกอร์ 2.3) การพัฒนาต้นแบบ: วาดภาพดิจิทัล จัดการไฟล์ให้ได้ขนาดและความละเอียดตามมาตรฐาน และ 2.4) การตรวจสอบและปรับปรุง: ตรวจสอบการลงสี การสะกดคำ รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ก่อนจะนำสติกเกอร์ไลน์ที่ปรับปรุงแล้วนี้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้งจนสมบูรณ์ และ 3) การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีลักษณะของชุดคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) และแบบปลายปิด (Close-ended) โดยการสร้างแบบสอบถามนั้น ข้อคำถามทั้งหมดจะถูกจัดหมวดหมู่ประเด็นที่ต้องการเป็นประเด็นย่อย ๆ เรียงลำดับให้มีความต่อเนื่องสัมพันธ์กันจากคำถามที่ง่ายสู่คำถามที่ซับซ้อน ข้อคำถามในประเด็นที่สำคัญจะถูกจัดลำดับไว้ตอนต้นของแบบสอบถาม เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบด้วยความตั้งใจไม่เบื่อหน่าย แบบสอบถามทั้งหมดถูกแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินมี จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check-list) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ที่พัฒนาขึ้น มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิดใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ท (Likert Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ และตอนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ที่พัฒนาขึ้น มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายเปิด จากนั้น ได้นำแบบประเมินความพึงพอใจที่พัฒนาขึ้น เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของภาษา ความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย โดยประเมินค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยผ่านดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งค่าดัชนีดังกล่าวควรใกล้เคียง 1 หากต่ำกว่า 0.50 ควรมีการปรับปรุง (สุวิมล ติรภานันท์, 2550) หลังจากได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ดำเนินการแก้ไขแบบประเมินและนำกลับไปตรวจสอบซ้ำจนค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในช่วง 0.61 - 1.00 เมื่อได้แบบประเมินที่สมบูรณ์แล้ว ได้นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งมีบริบทใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมพิจารณาความเหมาะสมอีกครั้ง ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

**การเก็บรวบรวมข้อมูล** ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน สอดคล้องตามรูปแบบของระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ดังนี้ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพในงานวิจัยนี้ดำเนินการเป็นสามระยะ โดยระยะแรก มุ่งเน้นการศึกษาความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบเชิงเอกสารแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น เอกสารทางวิชาการ หนังสือ ข่าว และงานวิจัยทั้งในรูปแบบฉบับพิมพ์และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ระยะที่สอง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลปฐมภูมิ ณ วัตถุดิบเชิงเอกสารทางกายภาพ ประวัติความเป็นมา และจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมถึงสนทนากับชาวชุมชนในพื้นที่ เพื่อรับฟังข้อมูลและคำแนะนำในการสำรวจ ข้อมูลที่ได้รับจะใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบเครื่องมือสัมภาษณ์และพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ ในระยะสุดท้าย ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการ

จดบันทึก บันทึกเสียง และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เมื่อสิ้นสุดการเก็บข้อมูลภาคสนาม ได้ดำเนินการถอดเทปการสัมภาษณ์ สรุปข้อมูลจากการสังเกตและจดบันทึก พร้อมตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของข้อมูล ก่อนนำไปใช้ในขั้นตอนการวิเคราะห์ต่อไป และ 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณดำเนินการในช่วงสุดท้ายของการวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์ที่พัฒนาขึ้น ได้ดำเนินการจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 235 คน พร้อมอธิบายรายละเอียดของโครงการวิจัย ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษา และเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างสอบถามข้อสงสัย ก่อนเริ่มการประเมินความพึงพอใจ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างได้รับชมสติกเกอร์ไลน์ต้นแบบและทำแบบประเมินความพึงพอใจ ภายหลังการตอบแบบประเมิน ทีมวิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่ได้รับ นอกจากนี้ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างได้รับการรวบรวมและนำมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงสติกเกอร์ไลน์ให้มีความสมบูรณ์และเหมาะสมยิ่งขึ้น

**สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล** ได้ดำเนินการ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้ดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content Analysis) ซึ่งเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลดิบทั้งหมดและจำแนกประเภทข้อมูลตามความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยแยกประเด็นการวิเคราะห์ตามเหตุผลเชิงตรรกะ ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาเชิงลึก ซึ่งข้อมูลที่ได้ถือเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่ใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ภายใต้บริบทของวัดต้นเชือก และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ หลังจากรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้น ได้ตรวจสอบความครบถ้วนของคำตอบในแบบประเมิน จากนั้นนำข้อมูลไปบันทึกและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการวิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบของค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ซึ่งนำเสนอผลลัพธ์ในรูปแบบตารางพร้อมคำอธิบายเพื่อความชัดเจน

## ผลการวิจัย

### ผลการวิจัยพบว่า

1. การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี ในครั้งนี้มีชื่อชุดว่า “คำคมกระป๋องยิ้ม” เพื่อสื่อถึงความเป็นมิตรและรอยยิ้มที่มอบให้กัน ประกอบด้วยภาพภาพนิ่ง 2 มิติ จำนวน 16 ภาพ ภายในแต่ละภาพประกอบด้วยตัวการ์ตูนและข้อความ มีขั้นตอนการสร้างสรรคตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ขั้นที่หนึ่ง การวางแผน: กำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ในงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นการสื่อสารข้อคิดเชิงธรรมะร่วมสมัย โดยไม่ได้จำกัดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ส่งสารเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารสามารถครอบคลุมบุคคลทั่วไปที่อาจอยู่ในภาวะอารมณ์ไม่มั่นคง หรือมีความต้องการคำแนะนำที่เสริมสร้างกำลังใจ การสำรวจตลาดสติกเกอร์ไลน์ พบว่า ไม่มีสติกเกอร์ที่นำเสนอเนื้อหาที่กล่าวถึงวัดหรือหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาโดยตรง เนื่องจากเป็นข้อจำกัดที่กำหนดโดยระเบียบของไลน์ประเทศไทย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้วิจัยต้องพิจารณาในการออกแบบและพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ชุดนี้

ขั้นที่สอง การออกแบบ: ประกอบด้วยการออกแบบตัวละคร ข้อความประกอบ และการสร้างแบบร่าง กล่าวคือ การสร้างสรรค์ตัวละครสำหรับสติกเกอร์ไลน์ในงานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกตัวละคร

ที่สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของชุมชนวัดต้นเชือก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่า บริเวณคลองบางใหญ่ซึ่งไหลผ่านวัดต้นเชือกเป็นร่องน้ำธรรมชาติที่ในอดีต การสัญจรทางเรือเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตาม การเดินทางผ่านบริเวณดังกล่าวมักประสบปัญหาขึ้นที่ตื้นขึ้นมาบริเวณหน้าวัด ส่งผลให้เรือขนาดใหญ่เคลื่อนที่ได้ยาก เพื่อแก้ปัญหานี้ ชาวบ้านจึงใช้วิธีการ “โยงควาย” ซึ่งหมายถึง การนำควายมาผูกกับเรือโดยใช้เชือก จากนั้นใช้แรงควายลากจูงเรือให้ผ่านขึ้นเลนหรือจุดสันดอนไปได้อย่างปลอดภัย บริบทดังกล่าวสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีความชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับบทกวีของสุนทรภู่และนายมี ที่ได้บรรยายเหตุการณ์ “โยงควาย” ขณะเดินทางผ่านบริเวณวัดต้นเชือก โดยบทกวีดังกล่าวได้รับการจัดแสดงพร้อมภาพประกอบ ณ พิพิธภัณฑ์วัดต้นเชือกแสดงได้ ดังภาพที่ 1



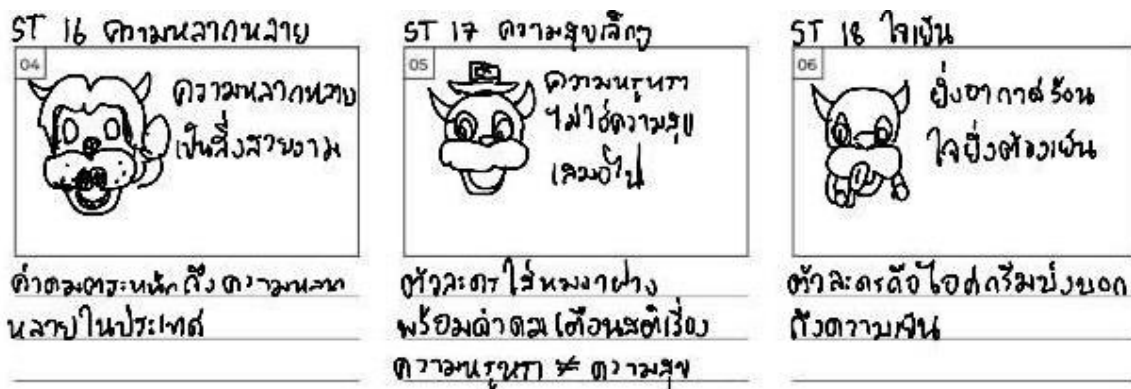
ภาพที่ 1 ภาพประกอบบทกวีของสุนทรภู่และนายมี

นอกจากนี้ บริเวณด้านหน้าพิพิธภัณฑ์ยังมีรูปปั้นควายสองตัวสีเขียวและสีม่วงเผือก ทำหน้าที่เป็นตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ (Mascot) ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่แสดง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปปั้นควายบริเวณหน้าพิพิธภัณฑ์วัดต้นเชือก

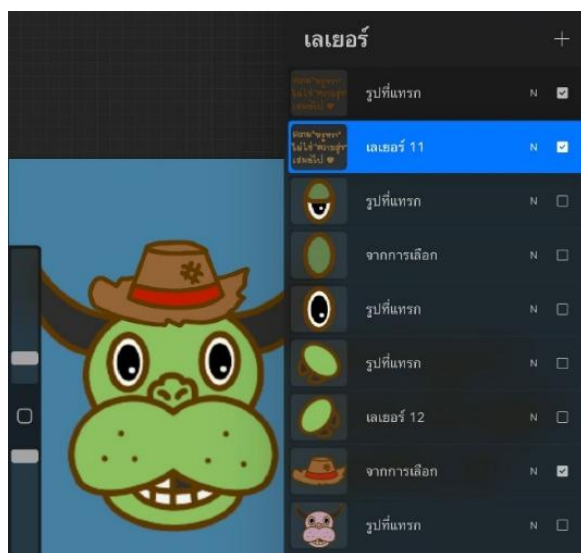
องค์ประกอบทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านี้จึงกลายเป็นแรงบันดาลใจสำคัญในการออกแบบตัวละคร “ควาย” สำหรับสติกเกอร์ไลน์ที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้ โดยมีการเลือกใช้สีของตัวละครให้สอดคล้องกับสีของรูปปั้น เพื่อเสริมสร้างการจดจำ สำหรับการออกแบบข้อความประกอบตัวละครนั้น เนื้อหาข้อความที่ใช้ในสติกเกอร์ถูกพัฒนาภายใต้แนวคิด “คำคมให้ข้อคิด” โดยมีลักษณะเป็นถ้อยคำเชิงบวกที่แฝงหลักธรรมะร่วมสมัย ข้อความถูกเขียนให้กระชับ ชัดเจน สื่อความหมายได้ทันที และสามารถใช้ได้หลากหลายสถานการณ์ เช่น ข้อความให้กำลังใจ ข้อคิดในการดำเนินชีวิต และคำพูดที่สะท้อนถึงความห่วงใย จากนั้นจึงสร้างแบบร่างสติกเกอร์เพื่อให้เห็นโครงสร้างและรูปแบบของภาพและข้อความที่ต้องการแสดง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ตัวอย่างแบบร่างสติกเกอร์ไลน์

ขั้นที่สาม การพัฒนา: ประกอบด้วยการวาดภาพดิจิทัล การจัดการไฟล์ การกำหนดขนาดและความละเอียด กล่าวคือ นำแบบร่างที่ผ่านการออกแบบในขั้นต้นมาสร้างเป็นภาพดิจิทัลต้นแบบ โดยใช้โปรแกรม Procreate บนเครื่อง iPad ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ที่มีความสามารถสูงในการออกแบบกราฟิกดิจิทัล มีเครื่องมือที่รองรับการสร้างภาพที่มีคุณภาพสูง เส้นสายคมชัด สีสันสดใส และมีความละเอียดสูง การจัดองค์ประกอบของภาพได้รับการพิจารณาอย่างละเอียด เพื่อให้เกิดความสวยงามและน่าสนใจ นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบท่าทางของตัวละครให้สามารถถ่ายทอดอารมณ์ได้หลากหลาย เช่น รอยยิ้ม แสดงความมุ่งมั่น ความห่วงใย หรือความสงบ โดยการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทางของตัวละครจะต้องสอดคล้องกับบริบทของสติกเกอร์ และเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร สำหรับข้อความที่ปรากฏในสติกเกอร์นั้น ได้รับการออกแบบให้มีขนาดตัวอักษรที่ชัดเจน อ่านง่าย และสอดคล้องกับภาพ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลังจากการวาดภาพเสร็จสิ้น ไฟล์ภาพสติกเกอร์จะถูกจัดเก็บในรูปแบบ JPG เนื่องจากเป็นไฟล์ที่รองรับพื้นหลังโปร่งใส ทำให้สติกเกอร์สามารถใช้งานได้ในบริบทที่หลากหลาย การจัดการไฟล์ยังรวมถึงการตั้งชื่อลำดับไฟล์ให้ชัดเจน เช่น sticker\_01.jpg, sticker\_02.jpg เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้งานและอัปโหลดเข้าสู่แพลตฟอร์ม LINE Creators Market นอกจากนี้ ต้องจัดเก็บไฟล์ต้นฉบับ (\*.procreate) ไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถแก้ไขหรือปรับปรุงได้ในภายหลัง สุดท้าย คือ การกำหนดขนาดและความละเอียดของไฟล์ภาพให้ตรงตามข้อกำหนดทางเทคนิคของไลน์ นั่นคือ 370 X 320 พิกเซล ความละเอียดของภาพต้องสูงเพียงพอเพื่อให้ภาพคมชัด แต่ขนาดไฟล์ต้อง

ไม่เกิน 1MB ต่อภาพ เพื่อให้สามารถอัปโหลดและใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ ต้องตรวจสอบขนาดและความละเอียดของทุกไฟล์ให้เป็นไปตามข้อกำหนด เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในภายหลังแสดงดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการวาดภาพดิจิทัลต้นแบบ

ขั้นที่สี่ การตรวจสอบและปรับปรุง: การตรวจสอบและปรับปรุงสติกเกอร์ไลน์ในงานวิจัยนี้ เป็นกระบวนการที่ดำเนินการทั้งโดยคณะผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในด้านการออกแบบกราฟิก โดยเริ่มต้นจากการที่ผู้วิจัยทำการตรวจสอบสติกเกอร์ไลน์ต้นแบบ จำนวน 16 ภาพ เพื่อประเมินความถูกต้องและความครบถ้วนของรายละเอียดที่ออกแบบไว้ในขั้นตอนก่อนหน้านี้ การตรวจสอบนี้ครอบคลุมถึงความสมบูรณ์ของการวาดภาพดิจิทัล การลงสีที่เหมาะสม ความชัดเจนของเส้นสาย การสะกดคำที่ถูกต้อง และความสอดคล้องระหว่างภาพกับข้อความของภาพ ขนาดตัวอักษร การจัดวางองค์ประกอบ รวมถึงความเหมาะสมของสีและโทนภาพ เพื่อให้สติกเกอร์มีความสมบูรณ์ หลังจากการตรวจสอบภายในโดยคณะผู้วิจัย สติกเกอร์ต้นแบบจะถูกส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ โดยผู้เชี่ยวชาญจะประเมินในด้านต่าง ๆ เช่น ความชัดเจนของภาพ ขนาดและรูปแบบตัวอักษร การจัดวางองค์ประกอบภาพ ความเหมาะสมของโทนสี และการสื่อสารของเนื้อหา ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญจะถูกนำมาพิจารณาและปรับปรุง เพื่อให้สติกเกอร์ไลน์มีความสมบูรณ์และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดแสดง ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 สติกเกอร์ไลน์ต้นแบบชุด “คำคมกระบือยิ้ม”

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของสติกเกอร์ไลน์ชุด “คำคมกระบือยิ้ม” สำหรับวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสติกเกอร์ไลน์

| รายการประเมิน                                                                         | $\bar{x}$   | S.D.        | ระดับ      |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|
| <b>ด้านการออกแบบ</b>                                                                  |             |             |            |
| 1. ตัวการ์ตูนมีความน่ารัก ดึงดูดใจผู้ใช้งาน                                           | 4.20        | 0.77        | มาก        |
| 2. แสดงออกถึงท่าทางและอารมณ์ของตัวการ์ตูนได้ดี                                        | 4.24        | 0.73        | มาก        |
| 3. ขนาดของตัวอักษรในสติกเกอร์อ่านง่าย ชัดเจน                                          | 4.43        | 0.73        | มาก        |
| 4. การจัดวางภาพและข้อความมีความสมดุลและดูสบายตา                                       | 4.25        | 0.76        | มาก        |
| 5. ภาพและข้อความในสติกเกอร์มีความสอดคล้องกันทางความหมาย                               | 4.30        | 0.75        | มาก        |
| 6. การออกแบบมีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานธรรมะร่วมสมัยกับสื่อดิจิทัลได้อย่างกลมกลืน | 4.51        | 0.68        | มากที่สุด  |
| <b>ภาพรวมด้านการออกแบบ</b>                                                            | <b>4.32</b> | <b>0.74</b> | <b>มาก</b> |
| <b>ด้านประโยชน์และการนำไปใช้</b>                                                      |             |             |            |
| 1. ช่วยสร้างบรรยากาศการสนทนาเชิงบวก                                                   | 4.26        | 0.75        | มาก        |
| 2. ช่วยให้ข้อคิดเตือนใจหรือให้กำลังใจได้                                              | 4.54        | 0.65        | มากที่สุด  |
| 3. ความหลากหลายของอารมณ์/สถานการณ์ที่สามารถสื่อผ่านสติกเกอร์                          | 4.42        | 0.75        | มาก        |
| 4. เหมาะกับการสื่อสารกับคนทุกช่วงวัย                                                  | 4.14        | 1.07        | มาก        |
| 5. แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวในยุคดิจิทัลของวัดต้นเชือก                                 | 4.31        | 0.73        | มาก        |
| 6. หากมีโอกาส ท่านมีแนวโน้มจะแนะนำสติกเกอร์ชุดนี้ให้ผู้อื่น                           | 4.40        | 0.72        | มาก        |
| <b>ภาพรวมด้านประโยชน์และการนำไปใช้</b>                                                | <b>4.34</b> | <b>0.78</b> | <b>มาก</b> |
| <b>ภาพรวมทั้งหมด</b>                                                                  | <b>4.33</b> | <b>0.76</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของสติกเกอร์ไลน์ที่พัฒนาขึ้น โดยแบ่งออกเป็นสองด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบ และด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ซึ่งมีจำนวนคำถามในแต่ละด้านเท่ากัน คือ ด้านละ 6 ข้อ รวมทั้งสิ้น 12 ข้อ มีผลการประเมินในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ผลการประเมินด้านการออกแบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยประเด็นที่ได้รับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ “การออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานธรรมะร่วมสมัยกับสื่อดิจิทัลได้อย่างกลมกลืน” (ค่าเฉลี่ย 4.51) สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างชื่นชมการนำเสนอเนื้อหาทางธรรมะในรูปแบบที่ร่วมสมัยและสอดคล้องกับบริบทดิจิทัล ขณะที่ประเด็นที่ได้รับคะแนนต่ำสุดในด้านนี้ คือ “ตัวการ์ตูนมีความน่ารักดึงดูดใจผู้ใช้งาน” (ค่าเฉลี่ย 4.20) แสดงถึงความเห็นว่าตัวการ์ตูนในสติกเกอร์ไลน์ชุดนี้ยังมีความน่ารักและความดึงดูดใจที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม ส่วนผลการประเมินด้านประโยชน์และการนำไปใช้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยประเด็นที่ได้รับค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ “ช่วยให้ข้อคิดเตือนใจหรือให้กำลังใจได้” (ค่าเฉลี่ย 4.54) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมองว่าสติกเกอร์ไลน์ชุดนี้สามารถสื่อสารข้อคิดเชิงบวกและเสริมสร้างกำลังใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ประเด็นที่ได้รับคะแนนต่ำสุดในด้านนี้ คือ “ความเหมาะสมกับการสื่อสารกับคนทุกช่วงวัย” (ค่าเฉลี่ย 4.14) ซึ่งบ่งชี้ว่ามีความเห็นว่าความสามารถของสติกเกอร์ไลน์ในการสื่อสารข้ามช่วงวัยยังมีข้อจำกัด

## อภิปรายผล

จากการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี มีชื่อชุดว่า “คำคมกระป๋องยิ้ม” ประกอบด้วยภาพ จำนวน 16 ภาพ ซึ่งอยู่ในรูปแบบภาพนิ่งของตัวการ์ตูนสัตว์ โดยใช้ “กระป๋อง” หรือ “ควาย” เป็นตัวละครหลัก ทั้งนี้ การใช้ลักษณะจำเพาะตัว (Character) ของสัตว์ในรูปแบบการ์ตูนเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับความนิยมของผู้ใช้งานไลน์ในปัจจุบัน ซึ่งมักดาวน์โหลดสติกเกอร์ไลน์ที่มีลักษณะเป็นตัวละครการ์ตูน (เสาวลักษณ์ พันธบุตร, 2562) ในแต่ละภาพมีการผสมผสานกันระหว่างองค์ประกอบภาพ (Visual) และข้อความภาษาไทยที่ให้กำลังใจหรือข้อคิดเตือนสติ เพื่อสร้างการสื่อสารที่ทั้งชัดเจนและน่าจดจำ ลักษณะการผสมผสานระหว่างภาพและข้อความนี้ช่วยส่งเสริมกระบวนการรับรู้ของสมองได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการนำเสนอเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Buzan, T. ที่อธิบายว่าการรับรู้ของมนุษย์เกิดจากการทำงานร่วมกันของสมองทั้งสองซีก โดยสมองซีกซ้ายรับผิดชอบต่อข้อมูลด้านภาษาและตรรกะ ในขณะที่สมองซีกขวารับรู้ภาพและจินตนาการ ดังนั้น การกระตุ้นให้สมองทั้งสองซีกทำงานร่วมกันจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการจดจำและเข้าใจข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น (Buzan, T., 2018) การเลือกใช้ “ควาย” เป็นตัวแทนในสติกเกอร์ไลน์ชุดนี้ยังสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนวัดต้นเชือก ซึ่งมีความผูกพันกับควายในบริบททางวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีหลักฐานปรากฏถึงอดีตที่มีการใช้ควายในการลากเรือผ่านคลองบางใหญ่ที่อยู่หน้าวัด การออกแบบเชิงสัญลักษณ์เช่นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชษฐ์ แสงดวงดี และคณะ ที่นำเสนอการใช้ควายเป็นมาสคอตในโครงการออกแบบนวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม (วิเชษฐ์ แสงดวงดี และคณะ, 2563) ตั้งอยู่ติดกับชุมชนวัดต้นเชือก

ในเขตตำบลบ้านใหม่ จังหวัดนนทบุรี โดยทั้งสองชุมชนนี้มีบริบททางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ในฐานะชุมชนริมน้ำที่ดำรงชีวิตตามวิถีชาวบ้านในอดีต ทั้งนี้ เพื่อให้การออกแบบสติกเกอร์ไลน์สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศาสนาของบริษัทไลน์ประเทศไทย (LY Corporation, 2025) ผู้วิจัยจึงดำเนินการออกแบบสติกเกอร์ด้วยความระมัดระวัง โดยหลีกเลี่ยงการใช้ข้อความที่กล่าวถึงวัดหรือหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาโดยตรง แต่เลือกใช้รูปแบบการนำเสนอที่เน้นข้อความเชิงให้กำลังใจหรือข้อคิดเตือนสติแทน อาจกล่าวได้ว่า การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ชุด “คำคมกระป๋องยิ้ม” ดังกล่าว ถือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ของวัดต้นเชือก ที่ผสานแนวคิดด้านการสื่อสารทางธรรมเข้ากับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อขยายการรับรู้และสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างผ่านช่องทางออนไลน์ในลักษณะเชิงรุก ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ของวัดปรางสาธ จังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้นำแนวคิดการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลมาใช้เพื่อขับเคลื่อนบทบาทของสถาบันศาสนาให้ทันสมัยและเข้าถึงสาธารณชนมากยิ่งขึ้น (วรัญญา กุลวรารณ และสมสุข หินวิมาน, 2565)

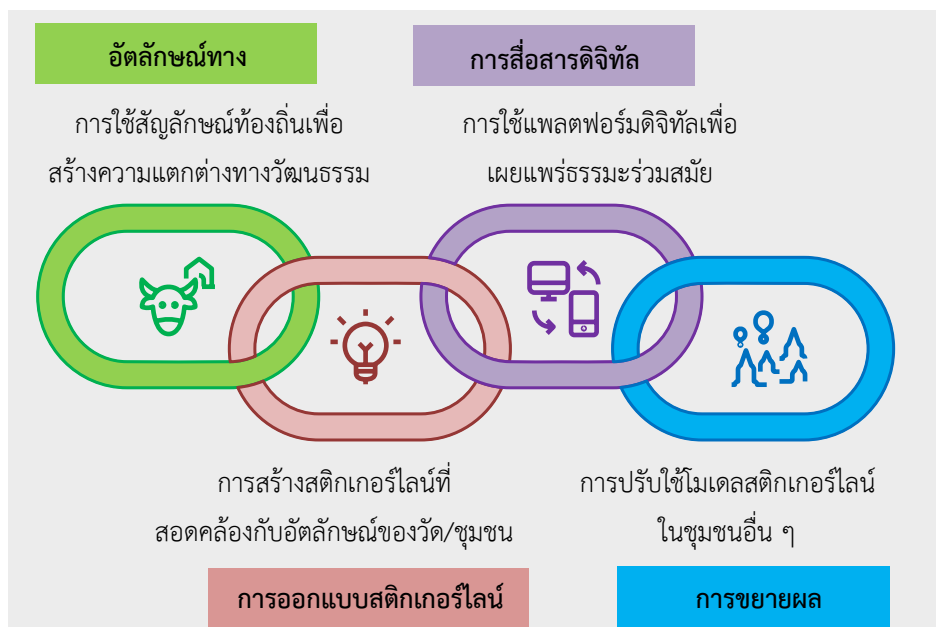
2. จากผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 235 คน ในตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านประโยชน์และการนำไปใช้มากกว่าด้านการออกแบบ โดยมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.34) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความพึงพอใจที่สติกเกอร์ไลน์ช่วยให้ข้อคิดเตือนใจหรือให้กำลังใจแก่ผู้ใช้งานได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสาวลักษณ์ พันธบุตร ซึ่งระบุว่า สติกเกอร์ไลน์ที่มีเนื้อหาเชิง “อารมณ์ขัน” ได้รับความนิยมสูงสุดในการดาวน์โหลดถึงร้อยละ 76 ขณะที่สติกเกอร์ไลน์ที่มีเนื้อหาเชิง “ให้กำลังใจ” ได้รับความนิยมเพียงร้อยละ 1.33 (เสาวลักษณ์ พันธบุตร, 2562) ซึ่งอาจสะท้อนถึงแนวโน้มความนิยมของผู้ใช้งานที่มุ่งเน้นเนื้อหาสร้างความสนุกสนานเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์นี้อาจตีความได้อีกแนวทางหนึ่งว่า สติกเกอร์ประเภทให้กำลังใจอาจมีจำนวนชุดให้เลือกดาวน์โหลดจำนวนน้อย จึงส่งผลต่ออัตราการดาวน์โหลดที่ต่ำตามไปด้วย หากเป็นเช่นนั้นจริง ความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างแสดงออกต่อสติกเกอร์ไลน์ชุด “คำคมกระป๋องยิ้ม” จึงอาจสะท้อนถึงความรู้สึกชื่นชมที่มีต่อการเพิ่มทางเลือกด้านเนื้อหาที่ให้ข้อคิดเตือนใจหรือให้กำลังใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตลาดสติกเกอร์ไลน์และเพิ่มแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง (Niche Market) โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้งานในเจนเอเรชันวายตัดสินใจซื้อมากขึ้นตามข้อเสนอแนะของงานวิจัยโดย อนงค์ณัฐ ทาอินตะ และคณะ การพัฒนาสติกเกอร์ไลน์ชุด “คำคมกระป๋องยิ้ม” จึงได้รับการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารที่อยู่ในภาวะอารมณ์ที่ไม่มั่นคง เช่น ความรู้สึกท้อแท้ ขาดกำลังใจ เศร้าซึม หรืออยู่ในสถานการณ์ที่อาจนำไปสู่การตัดสินใจที่ไม่เหมาะสม โดยสติกเกอร์ไลน์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งมอบข้อคิด คำปลอบประโลม หรือถ้อยคำที่ช่วยเสริมสร้างกำลังใจ และส่งเสริมการมีสติในสถานการณ์ที่เผชิญหน้า ส่งผลทางบวกต่อสุขภาพจิตและพฤติกรรมของผู้รับสารได้ไม่มากนักน้อย สำหรับประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านประโยชน์และการนำไปใช้ คือ การรับรู้สติกเกอร์ไลน์ชุดนี้อาจไม่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารกับบุคคลในทุกช่วงวัย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความคิดเห็นดังกล่าวอาจสะท้อนถึงความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้สติกเกอร์ไลน์ในกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมักนิยมใช้สติกเกอร์ไลน์เพื่อเพิ่มความสนุกสนานในการสื่อสารและแสดงอารมณ์ในรูปแบบที่ทันสมัย (อนงค์ณัฐ ทาอินตะ และคณะ, 2560) ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุมักใช้สติกเกอร์ไลน์เพื่อสื่อสารความรู้สึกและแสดงความรักปรารถนาดีต่อครอบครัวและเพื่อนฝูง

(ฐานเศรษฐกิจ, 2561) ด้วยเหตุนี้ สติกเกอร์ไลน์ชุด “คำคมกระป๋องยิ้ม” ซึ่งเน้นเนื้อหาด้านการให้ข้อคิดและกำลังใจ จึงอาจไม่ตอบสนองความต้องการในการสื่อสารของผู้ใช้งานในทุกกลุ่มวัยอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างระบุว่าประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมหลักธรรมร่วมสมัยเข้ากับสื่อดิจิทัลได้อย่างกลมกลืน (ค่าเฉลี่ย 4.51) ปัจจัยนี้อาจเนื่องมาจากผู้ใช้สติกเกอร์ไลน์ส่วนใหญ่มักให้ความสนใจสติกเกอร์ที่มีความแปลกใหม่ และสร้างสรรค์มากกว่าสติกเกอร์ที่พัฒนามาจากสิ่งที่มีอยู่เดิม เช่น ตัวละครการ์ตูนชื่อดัง ศิลปิน ตราสินค้า เทศกาล หรือวรรณกรรม ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ เสาวลักษณ์ พันธบุตร ที่ระบุว่าสติกเกอร์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ได้รับความนิยมในการดาวน์โหลดสูง (เสาวลักษณ์ พันธบุตร, 2562) ในกรณีของสติกเกอร์ไลน์ชุด “คำคมกระป๋องยิ้ม” เป็นลักษณะการออกแบบที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ โดยใช้ตัวการ์ตูนควายที่สะท้อนบริบทของพื้นที่วัดต้นเชือก ถือเป็นมิติใหม่ของการแทรกธรรมะร่วมสมัยได้อย่างแนบเนียน โดยยังคงปฏิบัติตามข้อกำหนดของไลน์ประเทศไทย อย่างเคร่งครัด ในทางกลับกัน ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความน่ารักและความดึงดูดใจ ของตัวการ์ตูน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ซึ่งอาจเกิดจากการที่สติกเกอร์ไลน์ชุดนี้มีตัวละครเพียงสองตัว ได้แก่ ควายสองตัว โดยแสดงเฉพาะส่วนศีรษะและมือเท่านั้น ส่งผลให้ขาดความหลากหลายของตัวละครและท่าทาง การค้นพบนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชษฐ์ แสงดวงดี และคณะ ที่พบว่า การออกแบบสื่อสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลาย ของตัวละครและท่าทางสามารถเพิ่มความน่าสนใจและความดึงดูดใจได้มากขึ้น (วิเชษฐ์ แสงดวงดี และคณะ, 2563)

## องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยเรื่องนี้ ได้พบองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ เพื่อสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมและหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา สามารถเขียนเป็นโมเดล ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 แนวทางการออกแบบสติกเกอร์ไลน์ เพื่อสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมและหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

การออกแบบและพัฒนาสตอรี่ไลน์ที่สะท้อนบริบทของชุมชน ซึ่งได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ในสี่ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์และจุดขายของวัดต้นเชือก วัดและชุมชนนี้มีอัตลักษณ์โดดเด่น คือ “ควาย” ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตชาวบ้านที่ใช้ควายลากเรือผ่านคลองบางใหญ่ในอดีต อัตลักษณ์นี้ถูกถ่ายทอดผ่านตัวละครสตอรี่ไลน์ เพื่อสร้างภาพจำที่แตกต่างและเชื่อมโยงกับวัด 2) การออกแบบสตอรี่ไลน์ “คำคมกระป๋อง” เป็นสตอรี่ไลน์ จำนวน 16 ภาพ ใช้ตัวละครควายและข้อความเชิงบวกที่ให้ข้อคิดแผ่ธรรมะ ออกแบบให้สอดคล้องกับนโยบาย LINE โดยหลีกเลี่ยงคำทางศาสนาโดยตรง แต่สื่อความหมายได้อย่างแนบเนียน 3) แนวทางสื่อสารออนไลน์ผสมผสานธรรมะร่วมสมัย การสื่อสารธรรมะผ่านแพลตฟอร์ม LINE ด้วยถ้อยคำสั้น กระชับ ทันสมัย ช่วยให้เนื้อหาธรรมะเข้าถึงผู้คนในยุคดิจิทัล และลดช่องว่างระหว่างศาสนากับวิถีชีวิตร่วมสมัย และ 4) การขยายผลและการประยุกต์ในพื้นที่อื่น แนวทางนี้สามารถต่อยอดเป็นต้นแบบให้วัดอื่นนำไปใช้ ด้วยการเลือกภาพสัญลักษณ์เฉพาะพื้นที่และข้อความธรรมะร่วมสมัย พร้อมผสานกับเครื่องมือดิจิทัลอื่น เช่น LINE Chatbot หรือ Facebook เพื่อขยายฐานผู้มีส่วนร่วม

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ว่า การออกแบบสตอรี่ไลน์ของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี มีข้อสรุปว่า “คำคมกระป๋อง” ประกอบด้วยภาพนิ่ง 2 มิติ จำนวน 16 ภาพ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของตัวการ์ตูนสัตว์ โดยใช้ “กระป๋อง” หรือ “ควาย” เป็นตัวละครหลัก ผลการประเมินสตอรี่ไลน์แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสตอรี่ไลน์ชุดนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ในหลากหลายมิติ กล่าวคือ ผลประเมินด้านการออกแบบชี้ให้เห็นว่าการออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์และความชัดเจนในการสื่อสารผ่านภาพและข้อความมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งาน อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายของตัวละครและการแสดงอารมณ์ยังเป็นปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความดึงดูดใจให้กับสตอรี่ไลน์ในอนาคต นอกจากนี้ผลการประเมินด้านประโยชน์และการนำไปใช้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับคุณค่าของเนื้อหาที่สามารถให้ข้อคิดและกำลังใจได้ รวมถึงความสามารถในการสะท้อนถึงการปรับตัวของวัดต้นเชือกในยุคดิจิทัล ขณะเดียวกันก็ชี้ให้เห็นถึงความท้าทายในการออกแบบสตอรี่ไลน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ทุกช่วงวัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสตอรี่ไลน์ชุด “คำคมกระป๋อง” ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) ควรพัฒนาสตอรี่ไลน์ให้มีความหลากหลายของตัวละครและอารมณ์มากขึ้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและตอบสนองการสื่อสารเพื่อการให้กำลังใจในสถานการณ์ที่หลากหลายมิติมากขึ้น เช่น ด้านความรัก ด้านการทำงาน ด้านสุขภาพ เป็นต้น 2) ควรศึกษาและออกแบบสตอรี่ไลน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้งานทุกช่วงวัย โดยเฉพาะการปรับรูปแบบเนื้อหาข้อความ และภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ 3) ควรพัฒนาสตอรี่ไลน์ที่ได้ในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลทางศาสนาจะช่วยเพิ่มโอกาสในการใช้งาน 4) ควรขยายกลุ่มตัวอย่างในการประเมินให้ครอบคลุมพื้นที่และช่วงอายุที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนความพึงพอใจอย่างรอบด้าน 5) ควรพัฒนาสตอรี่ไลน์ในรูปแบบแอนิเมชันหรือเสียงควรถูกพิจารณาเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ 6) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับสตอรี่ไลน์ของวัดหรือสถานที่อื่น ๆ ที่มีเนื้อหาทางศาสนาหรือวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน จะช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมได้ดียิ่งขึ้น และ 7) ควรมีการติดตามแนวโน้มความนิยมของเนื้อหาสตอรี่ไลน์ในแต่ละปี

เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาสติกเกอร์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานในอนาคต และสุดท้าย ประโยชน์เชิงปฏิบัติและแนวทางการประยุกต์ใช้ สำหรับงานวิจัยเชิงวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลก ดิจิทัลมี ดังนี้ 1) การพัฒนาสื่อดิจิทัลที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถใช้แนวทางการออกแบบสติกเกอร์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของแต่ละวัดหรือชุมชน เพื่อให้ผู้ใช้งานรู้สึกมีส่วนร่วมและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในพื้นที่ของตน 2) การเผยแพร่ธรรมะร่วมสมัยผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยนำข้อความธรรมะที่เรียบง่ายและเข้าถึงง่ายไปเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น สติกเกอร์ไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย หรือเว็บไซต์ของวัด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น และ 3) การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านสื่อสมัยใหม่ ประยุกต์ใช้ความรู้ท้องถิ่น เช่น ตำนานท้องถิ่น คำสอนของพระอาจารย์ที่มีชื่อเสียง หรือสัญลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักของชุมชน มาสร้างสื่อดิจิทัลที่มีเอกลักษณ์และมีความหมาย

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ร่วมกับโครงการวิจัยมูลฐาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ สัญญาเลขที่ FRB68039/2568 รหัสโครงการ 202945 โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารดิจิทัลเพื่อสะสมทุนทางสังคมออนไลน์สู่การฟื้นฟูทุนทางวัฒนธรรมของวัดต้นเชือก จังหวัดนนทบุรี ปีงบประมาณ 2568

### เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรแก้ว มาสุโมโตะ และรัตตมา รัตนวงศา. (2564). การออกแบบสติกเกอร์ไลน์บนแอปพลิเคชันไลน์ “ฟาร์มเจ้าคุณ By KMITL”. นิเทศสยามปริทัศน์, 20(2), 63-73.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2561). ม.หอการค้าเปิดผลวิจัยพฤติกรรมการใช้ LINE คนรุ่นเก่า. เรียกใช้เมื่อ 5 พฤษภาคม 2568 จาก <https://www.thansettakij.com/business/319116>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2558). “รายงานวันจันทร์” - อุบัติเหตุโศกโศก - วสท.แนะทางแก้ ดัดอาคารอุบัติภัยที่ซ้ำซาก. เรียกใช้เมื่อ 5 พฤษภาคม 2568 จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/523416>
- พิชานันต์ พูลเกิด และคณะ. (2565). การออกแบบสติกเกอร์ไลน์ “ชาวเล” เพื่อส่งเสริมและสืบสานภาษาและชาติพันธุ์ชาวอุรักลาโว้ย. วารสารดิไซน์เอคโค, 3(1), 32-40.
- วรัญญา กุลวราภรณ์ และสมสุข หินวิมาน. (2565). กลยุทธ์การสื่อสารในการปรับตัวของสถาบันศาสนา กรณีศึกษา วัดปรางสาธ จังหวัดนนทบุรี. นิเทศสยามปริทัศน์, 21(1), 33-44.
- วิเชษฐ์ แสงดวงดี และคณะ. (2563). นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตามแนวโอทอปนวัตวิถี: กรณีศึกษากันต๊องโยง ตำบลศาลายา อำเภอยะรัง จ.ปัตตานี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 7(1), 157-172.
- สมเกียรติ ศรีเพ็ชร. (2562). การสื่อความหมายของสติกเกอร์ไลน์ที่ประกอบสร้างจากอัตลักษณ์เฉพาะบุคคล. Siam Communication Review, 18(24), 92-102.
- สุวิมล ติรภานันท์. (2550). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เสาวลักษณ์ พันธบุตร. (2562). การศึกษาแนวคิดและรูปแบบในการสร้างสติ๊กเกอร์คาแร็กเตอร์เพื่อใช้ในสื่อสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 7(1), 156-167.
- อนงค์ณัฐ ทาอินตะ และคณะ. (2560). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์ ประเภทไลน์ครีเอเตอร์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 6(2), 15-29.
- Bangkok Post. (2014). Line Thailand pulls controversial Buddha “stickers”. Retrieved May 4, 2025, from <https://www.bangkokpost.com/thailand/politics/427969/line-thailand-pulls-controversial-buddha-tickers>
- Buzan, T. (2018). Mind map mastery: The complete guide to learning and using the most powerful thinking tool in the universe. London: Watkins.
- Clisk. (2024). Top Social Platforms Updates, Top 3 Platform Updates: Year-End 2024 Edition. Retrieved May 4, 2025, from <https://www.clisk.co.th/news/top-social-platforms-updates-2024>
- Cochran, W. G. (1953). Sampling Techniques. New York: John Wiley & Sons.
- Datareportal. (2025). Digital 2025: Thailand. Retrieved May 4, 2025, from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>
- LY Corporation. (2025). Sticker Review Guidelines. Retrieved May 4, 2025, from [https://creator.line.me/en/review\\_guideline/](https://creator.line.me/en/review_guideline/)
- Phiwongkun, S. et al. (2025). LINE Sticker Design to Promote Tourism in Chiang Rai Province “The Four Sacred Legends of Lanna”. Retrieved January 29, 2025, from <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10962082>