

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

กลยุทธ์โฆษณาแฝงเพื่อสร้างความภักดีในแบรนด์ธุรกิจ:
กรณีศึกษา การออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์แอปพลิเคชัน

ผู้เขียน

นางสาวระพีพัฒน์ คำหล้า

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ พลสิทธิ์ สิริวิชญ์

บทคัดย่อ

ในการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “กลยุทธ์โฆษณาแฝงเพื่อสร้างความภักดีในแบรนด์ธุรกิจ: กรณีศึกษาการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์แอปพลิเคชัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์โฆษณาแฝงเพื่อทราบถึงการสร้างความภักดีในแบรนด์ธุรกิจกรณีศึกษาการออกแบบสติ๊กเกอร์บนไลน์แอปพลิเคชัน โดยกลุ่มตัวอย่างและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน และการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานไลน์แอปพลิเคชัน จำนวน 400 ผู้ใช้งาน ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท เคยใช้งานไลน์แอปพลิเคชันมากกว่า 2 ปี ใช้งานเฉลี่ยระหว่าง 1-5 ชั่วโมงต่อวัน และมีการใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ประกอบระหว่างการสนทนาใน 1 บทสนทนา มากกว่า 5 ครั้ง ซึ่งใช้งานกับเพื่อนสนิทมากที่สุด เหตุผลเพราะเป็นฟังก์ชันที่ใช้งานง่าย สามารถสื่อสารได้รวดเร็ว ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์แจกฟรีจากองค์กรธุรกิจที่นิยมใช้มากที่สุดคือ DTAC คิดเป็นร้อยละ 61.50 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบคำถามได้ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องของการรับรู้อัตลักษณ์องค์กรผ่านการออกแบบคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ ซึ่งจากคำถามทั้งหมดผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้และจดจำเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์บนคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (DTAC) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.63 ส่วนความพึงพอใจในการใช้งานคาแรคเตอร์สติ๊กเกอร์ที่มีการแจกฟรีจากบริษัท

เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE ของทั้ง 3 แบนด์ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งการดาวน์โหลดความเร็วสติกเกอร์รุ่นใหม่ที่มีการแจกฟรีมาใช้นั้นมีความคิดเห็นว่ายังไม่แน่ใจต้องดูรูปแบบก่อน การประยุกต์ใช้กลยุทธ์โฆษณาผ่านความเร็วสติกเกอร์ของบริษัทระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS, DTAC, TRUEMOVE โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งบริษัท AIS กับบริษัท TRUEMOVE และเห็นว่าความเร็วสติกเกอร์สามารถสร้างจุดเด่นให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแบรนด์หรือบริษัทได้อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนบริษัท DTAC มีความคิดเห็นว่าความเร็วสติกเกอร์สามารถสร้างการจดจำในแบรนด์หรือบริษัทให้อยู่ในความทรงจำของผู้ใช้งานได้อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Product Placement Strategies for Building Brand
Royalty: A Case Study Design of Sticker on Line
Application

Author Ms. Rapeepat Khamla

Degree Master of Arts (Media Arts and Design)

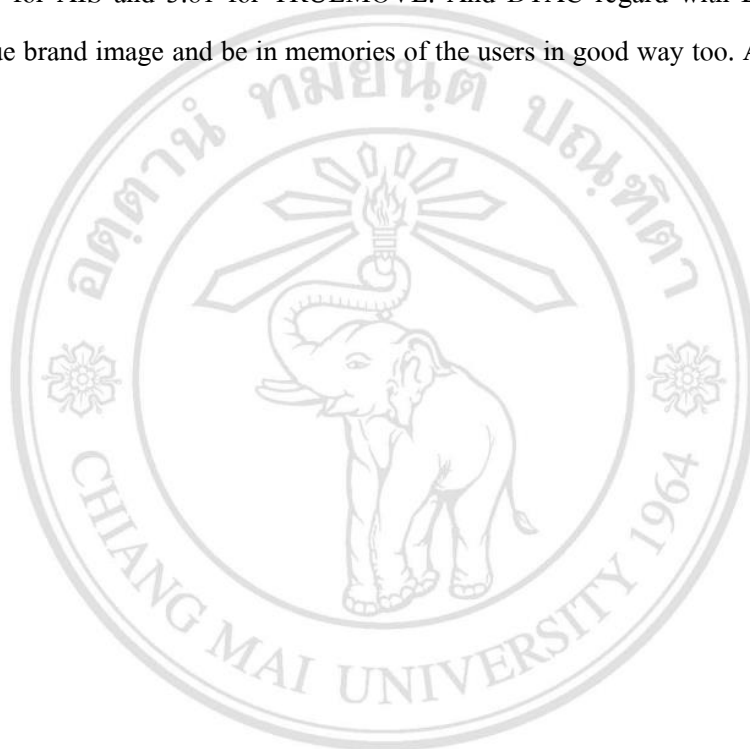
Advisor Assoc. Prof. Palasit Sittichompoo

ABSTRACT

This independent research is based on subject of “Product Placement Strategies for Building Brand Royalty: A Case Study Design of Sticker on Line Application”. The objective of this research is studying the product placement strategies for building brand royalty in case study of design sticker on line application. The Samples and equipment that we’ve used for this research is consisted of the interview of the 3 design specialists with random the 400 Line application users by using the questionnaire. We analyze the information by using statistic percentage, average and standard deviation.

According to the result of this research, mostly of samples are women and age between 21-30 years old. Status single. Graduated in Bachelor’s degree. And almost are college student, monthly emolument around 10,001 – 20,000 baht. They have used Line application more than 2 years and using the application for 1-5 hours per day. Almost chat with their intimate companion by using stickers in the application more than 5 times per conversation. The reason that why they choose this application for chatting is it’s easy function and quick response. Overall image of application is good level and average is 4.47. The popular free sticker from the business organization is DTAC. Calculate in percentage is 61.50 percent. All samples can answer the questions about the business organization identity by using Line sticker designation which all samples are recognize mark or symbol of Total Access Communication Company Limited by

learning from their character's sticker. Calculate in percentage is 96.63 percent. About the satisfaction of downloading and using free stickers from 3 communication providers – AIS, DTAC and TRUEMOVE is in ordinary satisfaction. They are hesitating about downloading of free newest sticker. The advertisement strategy by using Line sticker of 3 communication providers – AIS, DTAC and TRUEMOVE are in good image. AIS and TRUEMOVE are agreed that Line sticker can create the unique brand image of the company with good conditions. The average is 4.07 for AIS and 3.81 for TRUEMOVE. And DTAC regard with Line sticker can create the unique brand image and be in memories of the users in good way too. And the average is 3.91.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved