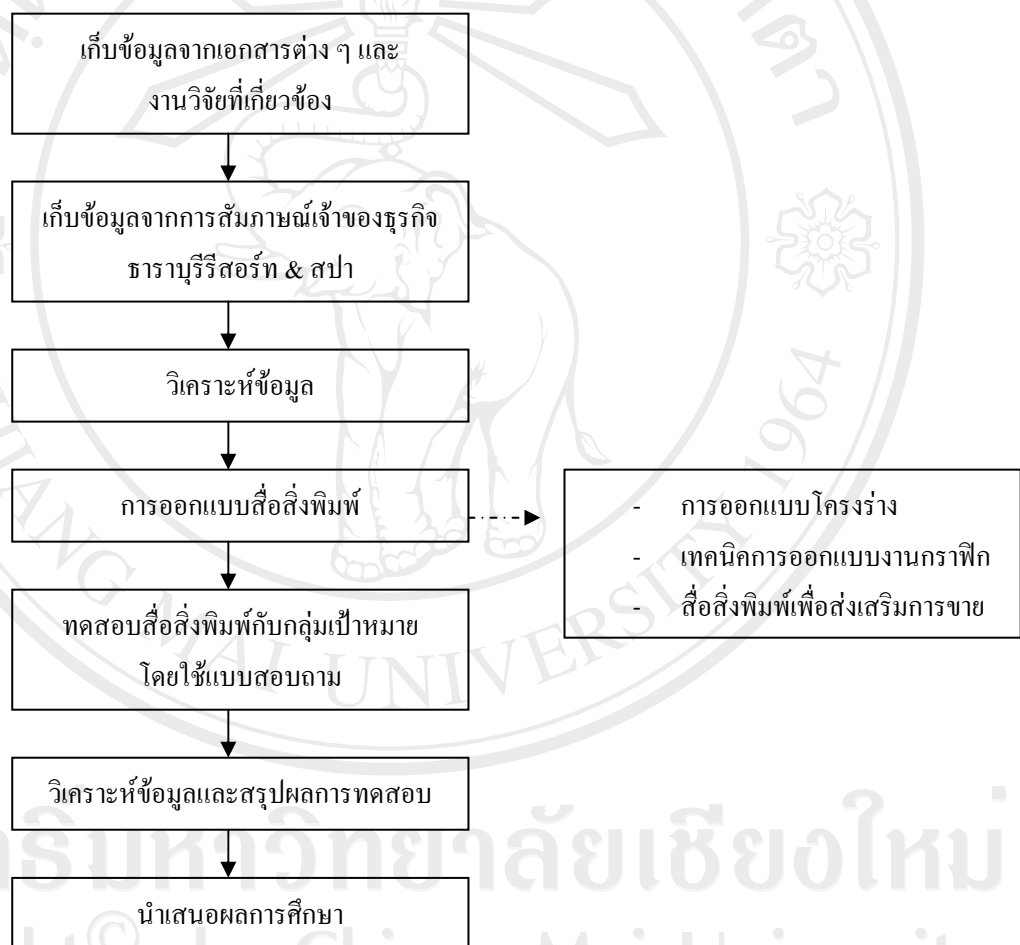


บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขายธุรกิจสปาของธาราบุรี รีสอร์ท & สปา ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้สรุปสาระสำคัญ โดยแบ่งเป็นหัวข้อและมีรายละเอียดตามลำดับดังรูป 4



รูป 4 ลำดับขั้นตอนวิธีการศึกษา

3.1 เก็บข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ของธุรกิจสปาจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงเอกสารบนเว็บไซต์และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์และหาข้อสรุปในการออกแบบสื่อ

3.2 เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจธาราบุรีรีสอร์ท & สปา

ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ เจ้าของธุรกิจธาราบุรีรีสอร์ท & สปาถึงรูปแบบและแนวความคิดการออกแบบรีสอร์ทและสปา ลักษณะของธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด คู่แข่งขันทางการตลาด กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การประเมินศักยภาพทางการตลาด รวมถึงการวางตำแหน่งสินค้าและบริการ โดยการสัมภาษณ์เจ้าของธาราบุรีรีสอร์ท & สปา เกี่ยวกับข้อมูลสื่อโฆษณาในปัจจุบัน และการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขาย สามารถสรุปโดยสังเขป ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและแนวความคิดการออกแบบรีสอร์ทและสปา

วัตถุประสงค์	เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของธาราบุรีรีสอร์ท & สปา ที่มุ่งเน้นการบริการระดับ 5 ดาวผสมผสานระหว่างกลิ่นไอของความเป็นล้านนา และความหรูหราสไตล์ยุโรป
เนื้อหา	สื่อความหมายที่ทำให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดใจให้เกิดพฤติกรรมซื้อสินค้าหรือใช้บริการ เพื่อกระตุ้นยอดขายและผลกำไรที่เพิ่มขึ้น
กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และกลุ่มลูกค้าชาวไทยระดับปานกลางขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ที่ให้ความสนใจและดูแลสุขภาพ
สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขาย	สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความครบถ้วนต่อการขายโดยพนักงาน

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโฆษณาในปัจจุบัน

สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขาย	เคยใช้	ปัจจุบัน ยังใช้อยู่	คาดว่าจะใช้ในอนาคต
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	x		
โฆษณาตามหน้านิตยสารแจกฟรีทั่วไป	x	x	
ไปรษณียบัตร, จดหมาย			
แผ่นพับ, ใบปลิว, โปสเตอร์	x	x	
สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการขายตรง			x
นิตยสาร วารสาร		x	
อินเทอร์เน็ต	x	x	

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เจ้าของธุรกิจธาราบุรีรีสอร์ท & สปา เกี่ยวกับข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบโครงร่างสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งการออกแบบโครงร่างสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผู้ศึกษาใช้ในการออกแบบเพื่อการส่งเสริมการขายธุรกิจสปาของธาราบุรีรีสอร์ท & สปา ประกอบด้วยแผนภาพโครงสร้างการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสามารถสื่อความหมายออกมาได้อย่างชัดเจนถึงธาราบุรีรีสอร์ท & สปา ที่เป็นบูติค รีสอร์ทระดับ 5 ดาว มีการผสมผสานระหว่างกลิ่นไอของความเป็นล้านนาและความหรูหราสไตล์ยุโรป โดยจะใช้สื่อกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจและจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการของธาราบุรีรีสอร์ท & สปา โดยผลิตผลงานหรือสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขายที่ครบถ้วนเพื่อการขายโดยพนักงาน จำนวน 5 ชนิด คือ โบรชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตร และแฟ้มรวม เพื่อเพิ่มเติมสื่อที่ใช้ในปัจจุบันของธาราบุรีรีสอร์ท & สปา ที่ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ตามนิตยสาร วารสาร สื่อบนเว็บไซต์ (Website) และสื่อโดยการใช้พนักงานขาย (Sales Person) ตลอดจนได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์คู่แข่งขึ้นเพื่อต้องการสร้างความแตกต่าง โดยพิจารณาแต่ละประเด็น คือ การศึกษาค้นคว้าและการนำทฤษฎีมาใช้ การออกแบบ การผลิต การทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์และการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ การประเมินผล และการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการส่งเสริมการขาย

3.4 การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

ด้านการออกแบบกราฟิก ผู้ศึกษาได้ใช้ศิลปะและศาสตร์ทางการใช้เส้น ภาพวาด ภาพเขียน แผนภาพ ตลอดจนสัญลักษณ์ และแนวความคิดเพื่อการออกแบบภาพให้สื่อความหมายที่ถ่ายทอดออกมาเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือให้มีผลทางด้านการกระตุ้นปริมาณการขายเป็นสำคัญ

สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขายของธาราบุรีรีสอร์ท & สปา ได้แก่ โบรชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว นามบัตร และแฟ้มรวม ซึ่งผู้ออกแบบมีความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการ ได้นำมากำหนดแนวทางการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของธาราบุรีรีสอร์ท & สปา โดยใช้ตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพประกอบ และภาพถ่าย เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายได้ทันทีตรงตามผู้สื่อสารต้องการสื่อ

3.5 การทดสอบสื่อสิ่งพิมพ์กับกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการทดลองใช้สื่อครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการในเดือนกันยายน 2550 โดยผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจต่อการใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.6 วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการทดสอบ

ขั้นตอนนี้เป็นกรนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Research) คำอธิบายลักษณะทั่ว ๆ ไป โดยนำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจของประเด็นต่าง ๆ ที่ประเมิน ใช้มาตรา Likert Scale โดยมีระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2534: 85)

คะแนน ระดับความพึงพอใจ

5 มากที่สุด

4 มาก

3 ปานกลาง

2 น้อย

1 น้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจะยึดหลักเกณฑ์ในการวัดระดับความพึงพอใจดังนี้

ค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจ

4.50 – 5.00 มากที่สุด

3.50 – 4.49 มาก

2.50 – 3.49 ปานกลาง

1.50 – 2.49 น้อย

1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

3.5 การนำเสนอผลการศึกษา

ผู้ศึกษานำผลการศึกษาทั้งหมดมาเรียบเรียงเป็นรายงานลำดับต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved