

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็น ที่ เป็นการศึกษาประสิทธิภาพของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็น ที่ มีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบสื่อ และศึกษาความพึงพอใจ และความตระหนักรู้ที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็น ที่ ในครั้งนี้ มีวิธีการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. การศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล
2. การสร้างสรรค์เครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. ขอบเขตและวิธีการศึกษา
5. วิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

3.1 การศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล

1.1 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ แนวคิดกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ สัญญะวิทยา (Semiotic) แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติแรงจูงใจสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) ที่ทำให้เกิดความสนใจในตัวสื่อรณรงค์ รวมไปถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

1.2 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นโดยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อคิดเห็นของปัจจัยที่มีส่วนในการทิ้งกันบูห์และลักษณะของที่เขี่ยบูห์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อนำมาสร้างสรรค์สื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็น ที่

1.3 สัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มสูบบุหรี่เป็นชาย-หญิง อายุ 25-33 ปี จำนวน 30 คน ในจังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อรณรงค์ในปัจจุบันและสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็น ที่

1.4 วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเพื่อทราบถึงปัจจัยและกรอบในการสร้างสรรค์ ตลอดจนปัญหาต่างๆ ที่สามารถแก้ไขได้ด้วยการสร้างสรรค์ เพื่อนำมาออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน

3.2 การสร้างสรรค์เครื่องมือในการวิจัย

กำหนดวัตถุประสงค์การสร้างสรรค์ กลุ่มยุทธศาสตร์การสร้างสรรค์ ตลอดจนแนวคิดสร้างสรรค์ ออกแบบผลิตภัณฑ์และจัดทำสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่จำนวน 1 ชิ้น จากนั้น นำตัวสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่ที่ได้สร้างสรรค์นี้ สำนวความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่างชาย-หญิงที่สูบบุหรี่จำนวน 30 คน อายุ 25-33 ปี

โดยเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้คือ ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่จำนวน 4 ชิ้น และแบบสอบถามปลายเปิด (Openended questionnaire) ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจำนวน 2 ชุด โดยชุดแรกเป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพและการออกแบบของสื่อรณรงค์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และออกแบบสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้สื่อความหมายได้ชัดเจนที่สุด ส่วนชุดที่สองเป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพและการออกแบบสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่ที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ ได้ตรงตามวัตถุประสงค์เพียงใด

สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือดังนี้

1. ข้อมูลภาคเอกสาร งานวิจัย และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
2. แบบสอบถามที่มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาใช้ประเมินการออกแบบ

ร่าง (Sketch Design)

3. ข้อมูลและวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง
4. เครื่องคอมพิวเตอร์ Personal Computer
5. วัสดุและอุปกรณ์สำหรับงานออกแบบ

- กระดาษ
- ดินสอ, ปากกา
- สีอะคริลิก

6. โปรแกรม Adobe Illustrator 10

7. วัสดุและอุปกรณ์สำหรับผลิตสื่อ อาทิเช่น แผ่นอะคริลิกใส เลื่อยจุก กาว แผ่นสติ๊กเกอร์สี กระดาษทราย ฯลฯ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ข้อมูลภาคเอกสาร แบบสอบถาม และนำชิ้นงานที่เป็นตัวสื่อแรงกระตุ้นทั้งกันบูหรี่ให้เป็นที่ (ต้นแบบ) ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาทำการสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่างชาย-หญิง ที่สูบบุหรี่ จำนวน 46 คน อายุ 18-39 ปี

การแบ่งกลุ่มตัวอย่างเช่นนี้ เป็นการแบ่งตาม Gen หรือ Generation เป็นช่วงอายุต่างๆ ที่จะทำให้เห็นความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ก่อนที่จะทำการออกแบบและจัดทำสื่อแรงกระตุ้นทั้งกันบูหรี่ให้เป็นที่ เพื่อให้รู้กลุ่มเป้าหมายที่แน่นอน

โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำหลักการแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อแยกแยะความต้องการ ดังนี้

Gen-M (M Generation) อายุ 18-24 ปี M มาจาก Millennium Generation คือช่วงผลัดเปลี่ยนศตวรรษใหม่ เพิ่งมีสิทธิ์เลือกตั้งเป็นวัยกำลังเรียนมหาวิทยาลัย หรือเพิ่งเริ่มทำงาน มีกำลังซื้อสูงสุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น นิยมสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจและการยอมรับจากคนรอบข้าง มีภาษาแปลกๆ จากอินเทอร์เน็ต เกิดกระแส Metro Sexual

Gen-Y (Y Generation) อายุ 25-33 ปี เป็นกลุ่มช่างสงสัยจนเป็นที่มาของคำว่า Why ตอนนี้อยู่ในวัยทำงาน มักจบปริญญาโท มองโลกกว้าง เป็นยุคที่อินเทอร์เน็ตมีความสมบูรณ์แบบสุดๆ มีทั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือครบเครื่องด้านมัลติมีเดีย ชีวิตมีทางเลือกสบายๆ เลือกได้กระทั่งเพศ มี Brand Loyalty ต่ำ (ความภักดีในตราสินค้าต่ำ เปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นทันทีถ้าถูกใจกว่า) ในวัยเด็กจะมีความอบอุ่นกว่าพวก Gen-X คน Gen-Y จะอารมณ์ดี มองโลกในแง่ดี ได้สืบทอดกิจการจากพ่อแม่ เกลียดการทำตัวเหมือนชาวบ้าน นิยมเสื้อผ้าสไตล์ Mix & Match จะได้แตกต่างจากคนอื่น หมกมุ่นรายการทีวีรูปแบบใหม่ๆ อย่างเรียลตี้โชว์ งานเปิดตัวสินค้าต้องฮือฮาไปทั่วเมือง

Gen-X (X Generation) อายุ 34-39 ปี ชอบงานที่สบาย มีคติประจำใจคือ Work Smart Not Work Hard ทำได้ตามใจคือ Gen-X มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นไม่ค่อยมีลักษณะเด่นชัด มีโลกของตัวเอง ชอบแหกกฎ ถึงต้องเป็น X กลุ่มนี้รักอิสระ กล้าพูดกล้าแสดงออก หลงใหลเทคโนโลยีใหม่ เป็นคนกลุ่มแรกๆ ที่คลั่งไคล้ i-Pod มีถือรุ่นใหม่ๆ ชอบเอาใจลูกเพราะตอนเด็กตนเคยลำบากมาก่อน บ้าแบรนด์เข้ากระดูกดำ ชื่อของเพราะถูกใจ ไม่ใช่ฟังก์ชันการใช้งาน เน้นคุณค่าทางจิตใจเป็นหลัก ขอมทำงานหนักเพื่อมีเงินใช้ไม่ใช่มีเงินออม (ศรีเอทีพีหัวตีบ, 2549, 86 - 88)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไปที่ Gen-Y (Y Generation) ที่มีอายุ 25-33 ปี จำนวน 30 คน ในการตอบแบบสอบถาม และทดสอบชิ้นงาน เนื่องจากเป็นกลุ่มคนทำงาน มีความสมบูรณ์ในด้านการสื่อสาร พร้อมเปิดรับข้อมูลใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีความเหมาะสมในการศึกษาพฤติกรรมของการสูบและทั้งกันบูหรี่ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่

3.4 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์ การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่ โดยผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการสร้างสื่อรณรงค์ เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการสร้างสรรค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการ โน้มน้าวใจ ให้เกิดพฤติกรรมทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่ จำนวน 4 ชั้น
2. พร้อมทั้งวิเคราะห์ผลงานการออกแบบสร้างสรรค์การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อ รณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่ เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกใช้สื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด
3. สรุปผลเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการจะสร้างสรรค์การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ เป็นสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูห์ให้เป็นที่ต่อไป

ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ที่สูบบุหรี่ ณ สถานบันเทิงที่เป็นผับ-บาร์ ภายใน จังหวัดเชียงใหม่ 2 แห่ง ได้แก่ lism café และ ท่าช้าง คาเฟ่ ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างชาย-หญิงที่สูบ บุหรี่ 46 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) อายุ 18-25 ปี 2) อายุ 26-30 ปี และ 3) อายุ 30-35 ปี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้านี้ประกอบด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์ทิ้ง กันบูห์ (ต้นแบบ) ให้เป็นที่ เพื่อแก้ปัญหาการทิ้งกันบูห์ไม่เป็นที่โดยใช้ที่เขี่ยบูห์เป็นสื่อรณรงค์

ขอบเขตด้านการออกแบบ

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ ใช้กระบวนการออกแบบดังนี้

1. การระดมความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย
2. การร่างแบบ
3. การสร้างงาน

3.5 วิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

นำข้อมูลความคิดเห็นที่ได้จากการสำรวจมาสรุปและอภิปรายผล นำประเด็นที่มีความ คิดเห็นร่วมกันมานำเสนอ โดยประเมินจากการศึกษาข้อมูลทางด้านเอกสาร แบบสอบถาม และ นำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงอภิปรายนำเสนอแนวทางแก้ไขปรับปรุง โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลในภาคเอกสาร ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ สัญลักษณ์ (Semiotic) แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและแรงจูงใจสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) รวมไปถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกลงในแบบสอบถาม ซึ่งจำแนกแบบสอบถามเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อคัดกรองกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เพศ อายุ ประวัติในการสูบบุหรี่

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อสื่อรณรงค์และที่เขี่ยบุหรี่ในปัจจุบัน

ตอนที่ 3 เลือกรูปสเก็ชของที่เขี่ยบุหรี่ที่ท่านชื่นชอบ

3. การสอบถาม (Openended questionnaire) คือใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ (ดูรายละเอียดใน ภาคผนวก ก) โดยสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ใช้ค่าร้อยละในการอธิบายรูปแบบของทั้งหมด โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

3.1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน

3.2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสื่อรณรงค์และที่เขี่ยบุหรี่ในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการออกแบบที่เขี่ยบุหรี่ ได้แก่ สี และวัสดุ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ

3.4 สอบถามเกี่ยวกับความต้องการรูปแบบที่เขี่ยบุหรี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ ซึ่งออกแบบในขั้นต้น จำนวน 16 แบบ เพื่อเลือกว่าแบบไหนที่ตอบสนองความต้องการทางพฤติกรรม การทิ้งบุหรี่ได้ดีที่สุด

4. การทดสอบ เป็นการทดสอบในสถานที่ที่ได้จัดเตรียมไว้เพื่อสังเกตพฤติกรรม มีการถ่ายภาพ และจดบันทึกข้อมูลการทดสอบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ก่อนการออกแบบ

4.1 เก็บข้อมูลเบื้องต้น สอบถามพฤติกรรม การสูบบุหรี่ และการทิ้งก้นบุหรี่ของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

4.2 ศึกษาการรับรู้ วิธีการ รวมไปถึงความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 ศึกษาจากการทดลองนำรูปสเก็ชของที่เขี่ยบุหรี่ 16 แบบ ซึ่งออกแบบโดยผู้ศึกษา และคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเลือกว่าแบบใด ที่

สามารถตอบสนองความต้องการ ทั้งด้านการออกแบบ มีแรงจูงใจ รวมไปถึงความพึงพอใจของผู้ใช้ได้ดีที่สุด

การออกแบบ

เป็นการนำข้อมูลเบื้องต้นต่างๆ นำมาศึกษา และออกแบบตามขั้นตอน และกระบวนการที่ได้ศึกษามาแล้ว โดยมีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 : วางแผนดำเนินการ

- 1.1 กำหนดระยะเวลา
- 1.2 รายละเอียดของงาน อาทิเช่น ข้อมูลทางด้านเอกสาร งานวิจัย และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 : รวบรวมข้อมูล

- 2.1 ข้อมูลทางด้านเอกสาร งานวิจัย และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 ข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย
- 2.3 ความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง (Sketch Design)

- 3.1 พัฒนาความคิดที่ได้จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้น
- 3.2 ร่างต้นแบบ พร้อมทั้งขึ้นแบบจำลองโดยใช้โปรแกรม Illustrator 10 ในการร่างแบบ
- 3.3 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค

ขั้นตอนที่ 4 : การทำผลิตภัณฑ์

- 4.1 เลือกวัสดุที่จะทำ
- 4.2 ขึ้นแบบ
- 4.3 ควบคุมงานผลิตเพื่อให้ได้แบบตามที่ต้องการ

หลังการออกแบบ

ขั้นตอนสุดท้าย ติดตามผลของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบว่าสามารถตอบสนองความต้องการตามจุดมุ่งหมายของการออกแบบ และบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้มากน้อยเพียงใด โดยศึกษาจากการทดลองนำผลิตภัณฑ์ (ที่เขียนหรี) ที่ออกแบบสร้างสรรค์มากับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูบบุหรี่ ว่าให้ความรู้สึกถึงการใช้ พร้อมทั้งเปรียบเทียบพฤติกรรมการทิ้งก้นบุหรี่ของการออกแบบจากกลุ่มเป้าหมาย

การประเมินผลการออกแบบ

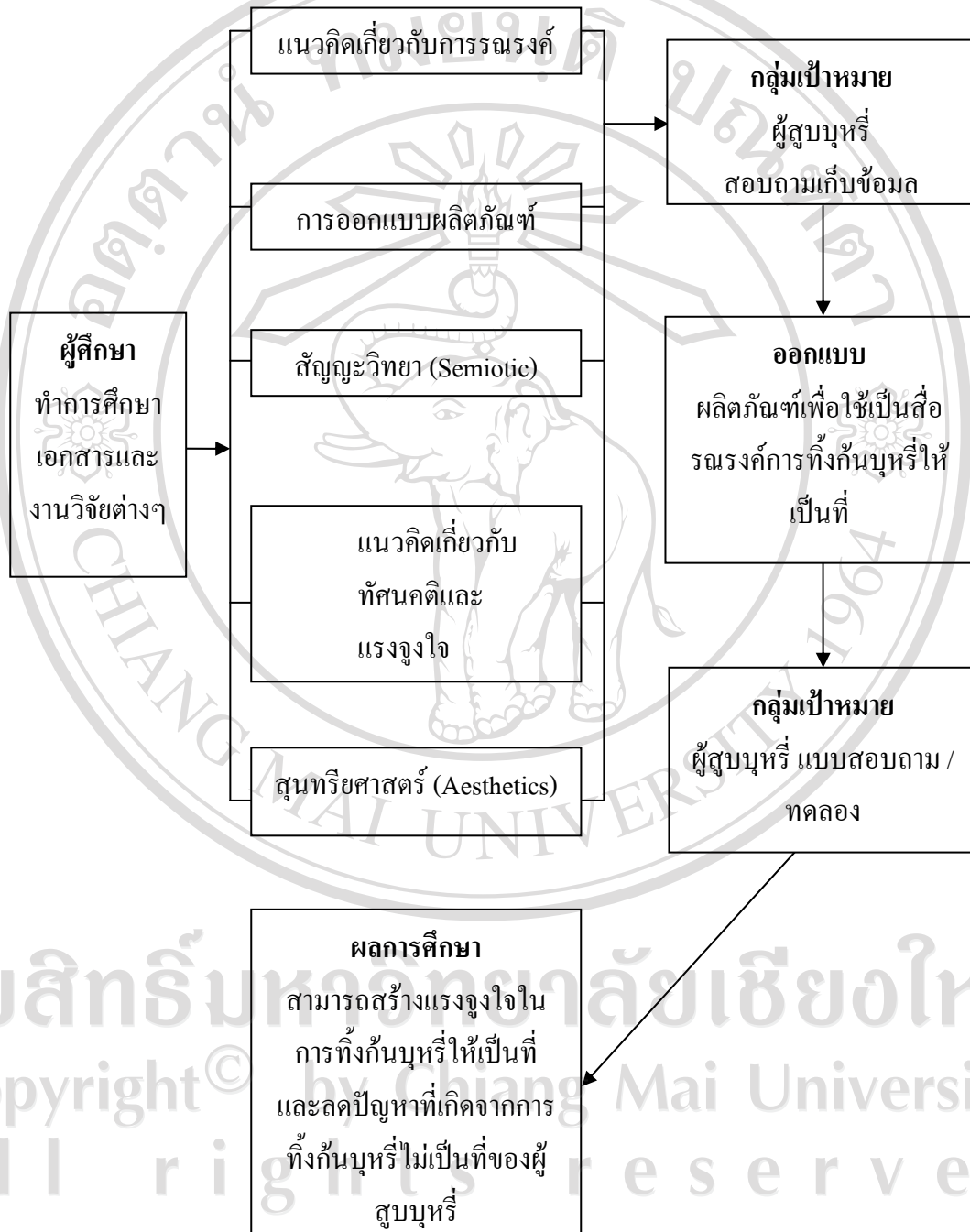
ในการนำเสนอผลงานการออกแบบแก่กลุ่มเป้าหมาย และผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินคุณภาพของผลงาน โดยผ่านการสำรวจความคิดเห็น การเสนอแบบร่าง นำเสนอผลงาน และการนำมาประเมินผลการศึกษา ซึ่งมีวิธีการประเมินผลของการออกแบบ ดังนี้

1. การประเมินผลขั้นต้นด้วยการนำเสนอแบบร่าง (Sketch Design) จำนวน 16 แบบ ที่จะใช้ทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย ต่อผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ และวิเคราะห์หาข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น
2. การประเมินขั้นสุดท้าย คือ การนำเสนอผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์การทิ้งกันบูหรี่ให้เป็นที่ยอมรับ นำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อวิเคราะห์ และสรุปผล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กรอบความคิดของการศึกษา

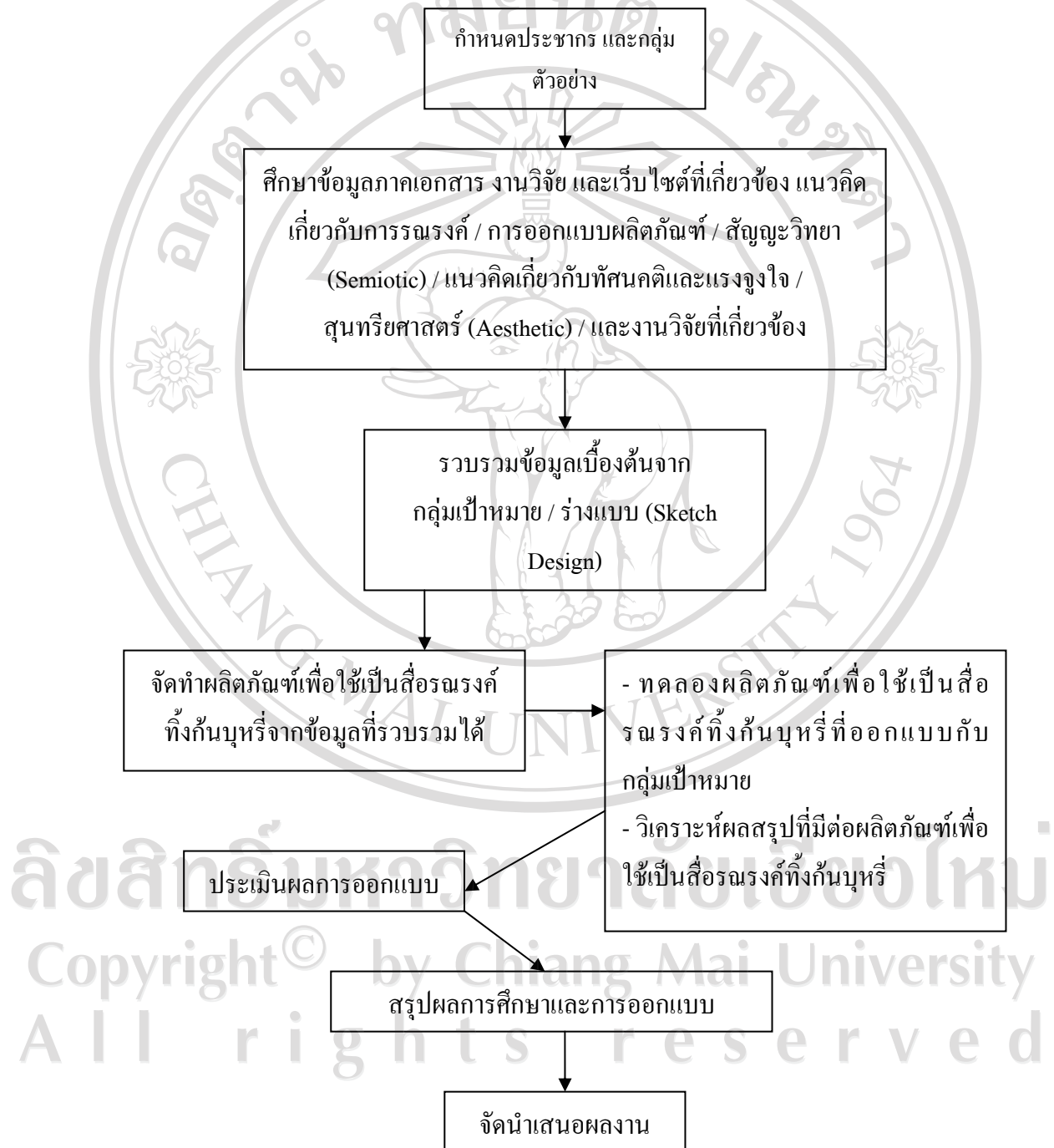
ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ โดยกำหนดกรอบความคิดของการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบความคิดของการศึกษา

แผนผังวิธีดำเนินการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ออกแบบแผนผังวิธีการศึกษา เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามขั้นตอนให้เกิดความ
เป็นระเบียบ และสามารถเข้าใจการศึกษาได้ง่าย โดยแสดงได้ ดังภาพ



ภาพที่ 3.2 แผนผังวิธีดำเนินการศึกษา