

การออกแบบสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ เพื่อการประชาสัมพันธ์รณรงค์คุ้มครองสัตว์ป่า (เสือ) ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย ไว้ 3 ประการ คือ

- 1 เพื่อออกแบบสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์โปสเตอร์ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์รณรงค์คุ้มครองสัตว์ป่า(เสือ)
- 2 เพื่อหาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ในด้านการออกแบบกราฟิกงานโฆษณา ในด้านอนุรักษ์ คุ้มครองสัตว์ป่า และในด้านวิชาการการออกแบบกราฟิก
- 3 เพื่อหาระดับการรับรู้ และด้านความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย จากสาระในสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ ที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ รณรงค์คุ้มครองสัตว์ป่า(เสือ)

กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียน และเยาวชน ที่มีถิ่นฐานอยู่อาศัยในเขตพื้นที่ ใกล้ชิดกับเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าภูหลวงได้แก่ หมู่บ้านดาวตาด หมู่บ้านเลขวังไสย์ หมู่บ้านโคกหนองแก้ว หมู่บ้านศรีเจริญ และบ้านไร่สุขสันต์ อ.ภูหลวง จ.เลย

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักเรียน และเยาวชน เป็นตัวแทนของประชากร ใช้หลักการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 100 คน

ขั้นการสร้างสรรค์และชั้นพัฒนาการออกแบบสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ เพื่อการประชาสัมพันธ์รณรงค์คุ้มครองสัตว์ป่า (เสือ) ผู้วิจัยใช้กรอบแนวความคิด และทฤษฎีของ บริษัท เกรย์ ประเทศไทย จำกัด (Grey Thailand Advertising Agency .1990.Creative Training ) ประยุกต์ผสมผสานกับทฤษฎีของ ลัดดาวัลย์ ประวัติโยธิน( Laddawan Prawtyotin.2000. Poster Design : Ten Ways to Make Good Posters) เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในงานครั้งนี้ ประกอบไปด้วยแบบร่างของโปสเตอร์ และแบบสอบถามระดับความคิดเห็นใน 10 ด้านได้แก่ ด้านโดดเด่นสะดุดตา(Outstanding& Eye Attention) สื่อสารได้ชัดเจน( Communication & Clear ) เข้าใจง่าย (Easy to Understand) มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่

(Creative Idea) มีความสวยงาม (Aesthetic) จดจำได้ (Can Memory) ชอบ ประทับใจ (Appreciation) มีเอกลักษณ์ (Unique Design) มีแรงจูงใจ (Stimulus & Convince) และมองโลกในแง่ดี (Be Positive) ประเมินโดย ผู้เชี่ยวชาญ 3 ด้าน (รวม 6 ท่าน) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญอาชีพด้านการออกแบบกราฟิกโฆษณา 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์คุ้มครองสัตว์ป่า 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ การออกแบบกราฟิก 2 ท่าน

ขึ้นหระดับการรับรู้ กับการเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง จากสาระในสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ ที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ อนุรักษ์คุ้มครองสัตว์ป่า (เสือ) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ โปสเตอร์ต้นแบบขนาดเท่าจริง (28 ซม. x 40 ซม.) พร้อมแบบสอบถาม นำไปจัดแสดงให้กลุ่มกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน 100 คน) ได้เห็นได้ชม พร้อมตอบข้อคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ  
จากการวิจัยพบว่า

ผลจากการประเมิน โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้านจำนวน 6 ท่าน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.11 ซึ่งหมายความว่าผลของการประเมินโดยรวมของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในทุกๆด้านอยู่ในระดับ ดีมาก

ผลการประเมินระดับการรับรู้ และความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน ในด้านความน่าสนใจ ด้านเข้าใจง่ายสื่อสารได้ตรงประเด็น ด้านมีความคิดสร้างสรรค์ ด้านมีคุณค่าให้ประโยชน์ที่ยอมรับได้ ด้านเกิดแรงจูงใจให้ความตระหนักและรู้สึกสำนึกถึงศีลธรรมความดีงาม และด้านมีความงามสุนทรียศาสตร์และศิลปะในการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ซึ่งหมายความว่า ผลจากการประเมินของกลุ่มเป้าหมายโดยรวมในทุกๆด้าน อยู่ในระดับ ดีมาก

This research to design and development Poster Design : AD Campaign for Wildlife(Tiger) Conservation . To have three objectives are under considerations as

1. To design and development Poster Design : AD Campaign for Wildlife(Tiger) Conservation.
2. To try and find out the opinions of 6 expertises are professional and expert in Graphic design , in Wildlife conservation and Graphic design's professors.
3. To try and find out target group's perception. by Simple random Sampling 100 students who live near around Phuluang Wildlife Nation Park Loi Distirct are Tonwtad , Loiwangasai , Koknonghaw , and Sricharoen village Loi Distirct Thailand.

The research methodology has three steps as

Step I, Create and Design Posters was considering in Theory of Grey Thailand Advertising Agency.1990. McCann Erickson Worldwide.1990. and blending with Laddawan Prawtyotin.2000. Poster Design : Ten Ways to Make Good Posters were Outstanding& Eye Attention , Communication & Clear , Easy to Understand , Creative Idea , Communication Arts, Get to the Point ,Tell the Truth & Get Benefit , Convince to be Concern , Aesthetic , Can Memory , Appreciation , Unique Design , Stimulus &Convince , Be Positive

Step II, Development for 6 Posters, Researcher created tools of research are Questionnaire and Sketch Design Posters 2 alternative designs evaluate by 6 expertises are professional and expert in Graphic Design, in Wildlife Conservation and Graphic Design's Professors.

Step III, To try and find out target group's perception, target group was 100 students who live near around Phuluang Nation Park Loi Distirct Thailand are Tonwtad, Loiwangsai, Koknonghaw, and Sricharoen village Loi Distirct Thailand. Tools of research methodology are a prototype of 6 Posters( size28 cm. x 40 cm. ) and questionnaire. All of target group audiences saw 6 Posters to consider and answered questions and write dawn in questionnaire.

Analysis, collected data were analyzed by SPSS program statistic tool were composed of Mean , Standard Deviation and Percentage.

The results are:

Six expertises evaluation Posters AD campaign in 10 factors were Outstanding& Eye Attention , Communication & Clear , Easy to Understand , Creative Idea , Communication Arts, Get to the Point ,Tell the Truth & Get Benefit , Convince to be Concern , Aesthetic , Can Memory , Appreciation , Unique Design , Stimulus &Convince and Be Positive average **4.11** this meaning is **very good** level.

The result of target group's perception, students 100 persons evaluate in 6 factors were Get Attention to the Point , Easy to understand ,Creative Idea , Function Tell the Truth & Get Benefit, Convince to be Moral Concern ,Communication Arts aesthetic average **4.32** this meaning is **very good** level.