

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ “ขับขี่ปลอดภัยเมื่อสวมหมวกกันน็อก”

นลธวัช ฉลาดนานนท์ / สหภาพ กสิบลำเจียก

สาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาและหาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ “ขับขี่ปลอดภัยเมื่อสวมหมวกกันน็อก” ปัจจุบันพบว่าอัตราการเกิดอุบัติเหตุทางจักรยานยนต์ถึงขั้นบาดเจ็บสาหัสจนถึงเสียชีวิต ส่วนใหญ่เป็นผู้ไม่สวมหมวกกันน็อกมากกว่าผู้ที่สวมหมวก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของหมวกกันน็อก แต่ผู้ขับขี่จักรยานยนต์ยังขาดความตระหนักถึงความสำคัญอย่างจริงจัง ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ “ขับขี่ปลอดภัยเมื่อสวมหมวกกันน็อก” เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้หมวกกันน็อก ซึ่งอาจจะส่งผลในการลดความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิตของผู้ใช้จักรยานยนต์ได้ โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือ 1.ศึกษาสาเหตุของผู้ไม่สวมใส่หมวกกันน็อก 2.ศึกษาสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุของผู้ไม่สวมใส่หมวกกันน็อก 3.ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบสื่อรณรงค์ที่เหมาะสมกับผู้ขับขี่จักรยานยนต์ 4.ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบสื่อรณรงค์เพื่อความปลอดภัยของผู้ขับขี่จักรยานยนต์ โดยวิธีการดำเนินงานวิจัยผู้วิจัยได้ทำเครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามเพื่อสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือกลุ่มนักเรียนนักศึกษาโดยได้ผลการวิจัยเป็นเครื่องมือทางการออกแบบเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์คือ 1.ได้รูปแบบการนำเสนอหลักความคิดสร้างสรรค์ด้วยการใช้ภาพเหนือจริง 2. ได้รูปแบบการนำเสนอการใช้ภาพประกอบเป็นประเภทภาพถ่าย 3. ได้ลักษณะของตัวอักษรเป็นรูปแบบตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือหัวปาด

คำสำคัญ : สื่อประชาสัมพันธ์, รณรงค์, หมวกกันน็อก, ขับขี่ปลอดภัย, จักรยานยนต์

Advertising design for
“Safe driving when wearing a helmet” campaign
Nontawat Chaladnanon / Sahapop Gleblumjeak
Printing and Packaging design Faculty of Industrial Technology. SSRU

ABSTRACT

The purpose of this research is to study and finding to design media for “Safe driving when wearing a helmet” campaign. At present, the rate of accident to serious injury to death. Who is not wearing a helmet more than those wearing a helmet. Which shows the importance of the helmet. But motorcycle riders still lack awareness of the importance. The researcher therefore studied the guidelines for the design of public relations campaigns. “Safe driving when wearing a helmet” to raise awareness of the importance of helmet use. Which may result in reducing the severity of accidents and deaths of motorcycle users. Research objectives 1. Study the cause of people not wear a helmet. 2. Study the causes of accidents of people not wearing helmets. 3. Study and analyze the guidelines for designing the campaign media suitable for motorcyclists. 4. Study and analyze the design guidelines for the campaign for the safety of motorcyclists. Research Methodology by questionnaire for 50 people who is target group. The participants are teenagers or students. The research results are design tool for design 1. Get a creative presentation form surrealism art 2. Get a presentation form Photo Illustration 3. Get character sans serif style.

Keywords : Public relations, campaign, Helmet, Safe driving, Motor-cycle

บทนำ

ปัจจุบันนี้อัตราการตายของคนไทยเนื่องจากอุบัติเหตุทางบกมีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะจากจักรยานยนต์ มีผู้ที่ป่วยและผู้เสียชีวิตด้วยอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์มีปริมาณสูงมากที่สุดเมื่อเทียบกับอุบัติเหตุจากการเดินทางจากพาหนะอื่นๆ เมื่อเทียบกับอุบัติเหตุจากพาหนะอื่นๆ เนื่องจากมีความคึกคะนอง ชอบสนุกสนาน ตื่นเต้น เสี่ยงภัย มักขับรถด้วยความเร็วสูงขาดจิตสำนึกในความปลอดภัย บางรายยังไม่มี ความชำนาญที่มากเพียงพอและการตัดสินใจต่อเหตุการณ์ต่างๆ ไม่ทันการณ์ จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ขับขี่เกิดอุบัติเหตุได้มาก รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะที่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บ และเสียชีวิตมากเป็นอันดับหนึ่งหรือประมาณ 1 ใน 3 ของผู้ได้รับอุบัติเหตุจากการจราจรบนถนนตลอดมา จากข้อมูลข้างต้นปัจจุบันพบว่าอัตราการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นบาดเจ็บสาหัสจนถึงเสียชีวิต เป็นผู้ไม่สวมหมวกมากกว่าผู้ที่สวมหมวก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของหมวกกันน็อค แต่ผู้ขับขี่จักรยานยนต์ยังขาดความตระหนักถึงความสำคัญ ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ณรงค์ “ขับขี่ปลอดภัยเมื่อสวมหมวกกันน็อค” เพื่อสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้หมวกกันน็อค ซึ่งอาจจะส่งผลในการลดความรุนแรง

ของการเกิดอุบัติเหตุและเสียชีวิตของผู้ใช้จักรยานยนต์ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.ศึกษาสาเหตุของผู้ไม่สวมใส่หมวกกันน็อค
- 2.ศึกษาสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุของผู้ไม่สวมใส่หมวกกันน็อค
- 3.ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบสื่อรณรงค์ที่เหมาะสมกับผู้ขับขี่จักรยานยนต์
4. ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบสื่อรณรงค์เพื่อความปลอดภัยของผู้ขับขี่จักรยานยนต์

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปเป็นผู้ที่อาศัยภายในจังหวัดกรุงเทพฯ
 - 1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่กำลังอยู่ในวัยเรียน จำนวน 50 คน ทั้งเพศหญิง/ชาย อายุ 15-25 ปี
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
 - 2.1 แบบสอบถาม มีทั้งหมด 50 ชุด โดบเก็บข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการออกแบบ โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนนักศึกษาที่กำลัง

อยู่ในวัยเรียน จำนวน 50 คน ทั้งเพศ
หญิง/ชาย อายุ 15-25

2.2 ลักษณะการสุ่มกลุ่ม
ตัวอย่าง คือ วิธีการใช้เลือกกลุ่ม
ตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive
Sampling)

3. ประเภทข้อมูล

3.1 ข้อมูลภาคปฐมภูมิ จาก
การตอบสนองแบบสอบถามผู้วิจัยได้
ดำเนินการสังเกตพฤติกรรมและ
สัมภาษณ์โดยตรงกับกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีการ
ออกแบบที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้
ศึกษาจากวรรณกรรมการออกแบบต่าง
ๆ มาเป็นแนวทางในการทำตัวอย่าง
งานออกแบบเพื่อนำไปทำ
แบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไป
ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ
ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

4.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ
ความเหมาะสมของเครื่องมือทางการ
ออกแบบที่จะนำไปใช้ในการออกแบบ

5. สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

5.1 ค่าร้อยละ

5.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลการวิจัย

1. ได้รูปแบบการนำเสนอหลักความคิด
สร้างสรรค์การใช้ภาพเหนือจริง
2. ได้รูปแบบการนำเสนอการใช้
ภาพประกอบเป็นประเภทภาพถ่าย
3. ได้ลักษณะของตัวอักษร ตัวพิมพ์
แบบไม่มีหัวหรือหัวปาด

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาและออกแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์รณรงค์ ขับขี่ปลอดภัยเมื่อสวม
หมวกกันน็อค สรุปและอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
รณรงค์ที่แสดงถึงผลลัพธ์จากการขับขี่ปลอดภัย
เมื่อสวมหมวกกันน็อค ในรูปแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์รณรงค์ พบว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความต้องการให้การออกแบบ
สื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ โดยใช้รูปแบบ
นำเสนอหลักความคิดสร้างสรรค์การใช้ภาพ
เหนือจริง

2. การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
รณรงค์ที่แสดงถึงผลลัพธ์จากการขับขี่ปลอดภัย
เมื่อสวมหมวกกันน็อค ในรูปแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์รณรงค์ พบว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความต้องการให้การออกแบบ
สื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ โดยใช้รูปแบบ

นำเสนอการใช้ภาพประกอบเป็นประเภท
ภาพถ่าย

3.การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
รณรงค์ที่แสดงถึงผลลัพธ์จากการขับขี่ปลอดภัย
เมื่อสวมหมวกกันน็อค ในรูปแบบสื่อ
ประชาสัมพันธ์รณรงค์ พบว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความต้องการให้การออกแบบ
สื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ โดยใช้ลักษณะของ
ตัวอักษร ตัวพิมพ์แบบไม่มีหัวหรือหัวปาด



ภาพที่ 3 ภาพงานออกแบบบิลบอร์ดป้ายรถเมล์
(แนวตั้ง) 98.5x144 cm



ภาพที่ 1 ภาพงานออกแบบบิลบอร์ดแนวตั้ง
210 x 100 cm



ภาพที่ 4 ภาพงานออกแบบใน
นิตยสารขนาด A4 (ต่อหน้า)



ภาพที่ 2 ภาพงานออกแบบบิลบอร์ดป้ายรถเมล์
(แนวนอน) 1.2x4 m



ภาพที่ 5 ภาพงานออกแบบแผ่นพับด้านนอก



ภาพที่ 6 ภาพงานออกแบบแผ่นพับด้านใน

ข้อเสนอแนะ

1. เพิ่มรูปแบบของชิ้นงานให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. พัฒนาการฝึกให้มีความสมจริงมากขึ้นกว่าเก่า

เอกสารอ้างอิง

การโน้มน้าวและการณรงค์ (online).
<http://devcomru7.blogspot.com>
(กันยายน. 21, 2554)

ปาพจน์ หนูนงกัฏดี, ๒๕๕๓, Graphic design principles, พิมพ์ครั้งที่๑, สำนักพิมพ์ ไอดีซีซี, นนทบุรี.

มนุษย์ออกแบบ.หลักการสร้างสรรค์ โฆษณา (online) (มีนาคม.27, 2561)

มอเตอร์ไซค์ ตัวการเสี่ยงอุบัติเหตุทางถนน อันดับ1 (online) (มกราคม.03, 2560)

สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและการจราจร (สนข.) รายงานวิเคราะห์สถานการณ์อุบัติเหตุทางถนนของกระทรวงคมนาคม. กรุงเทพฯ : สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและการจราจร, 2560



ภาพที่ 7 ภาพงานออกแบบสติ๊กเกอร์ติดประตูลิฟท์ 100x200 cm