

การออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสาขาวิชากายภาพบำบัด Character's design for brand image building (Field of Physical Therapy)

กิติพงษ์ รัตนวงกต, สิตา ทับมงกข์ และ ศิริกาญจนา พิลาบุตร
Kitipong Ratnatawongkot, Sita Tubmongkhon and Sirikanjana Pilabutr

บทคัดย่อ

งานวิจัยการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสาขาวิชากายภาพบำบัด มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสาขาวิชากายภาพบำบัด 2) ศึกษาการออกแบบคาแรคเตอร์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ และ 3) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ต่อการใช้คาแรคเตอร์ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรนักเรียนชั้น ม. 6 จำนวน 100 คน ที่เข้ามาเยี่ยมชมในเพจเฟซบุ๊กของสาขาวิชากายภาพบำบัด โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิจัยจากคะแนนเต็ม 5 พบว่า คาแรคเตอร์ของสาขาวิชากายภาพบำบัด ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดีเท่ากับ 4.16 ความสวยงามอยู่ในระดับดีเท่ากับ 4.33 และมีความน่าจดจำ อยู่ในระดับดีเท่ากับ 4.18 และคาดว่าคาแรคเตอร์ของสาขาวิชากายภาพบำบัด มีส่วนช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ และเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

คำสำคัญ : คาแรคเตอร์, ส่งเสริมภาพลักษณ์

Abstracts

We designed and developed the character of Physical Therapy's field for brand image building. The purposes of this paper are 1) to learn the fundamental of Physical Therapy's field 2) to learn the character design, is used for brand image building, and 3) to assess the people satisfaction with character of Physical Therapy's field. The results showed that our random sampling is 100 people who study in year 6 of high school and reached fan page of Physical Therapy's field by online questionnaire. The full score of this research results is 5, decency index is 4.16, niceness index is 4.33, notability index is 4.18 and expected the character of the physical therapy's field contribute to brand image building and beneficial to the college.

Keywords : Character Design, brand image building

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาการด้านต่าง ๆ ของโลกยุคปัจจุบัน มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก ในทศวรรษที่ผ่านมาเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งรวมทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสาร (Information and Communications Technology) ได้ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างกว้างขวาง ประเทศที่พัฒนาประสบผลสำเร็จในการรักษาอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจบนพื้นฐานของ “เศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้” ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อการพัฒนาเป็นอย่างมาก เช่น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การขาย และการบริหารจัดการ ทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกพยายามใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างกว้างขวาง เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในสังคม (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. 2545 : 7 - 8)

สาขาวิชากายภาพบำบัด คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์วิทยาลัยนครราชสีมา เป็นสาขาวิชาใหม่ที่จะเปิดทำการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2564 โดยในปัจจุบันอยู่ในสถานะกำลังพัฒนาหลักสูตรและรับการรับรองจากสภาวิชาชีพ ซึ่งยังไม่มีแบรนด์คาแรคเตอร์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกได้รู้จักกับสาขาวิชากายภาพบำบัด โดยจะเน้นทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย การออกแบบคาแรคเตอร์ เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสาขาวิชากายภาพบำบัด วิทยาลัยนครราชสีมา ให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงนักเรียนที่ต้องการศึกษาต่อ รวมทั้งบุคคลภายนอกให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสาขาวิชากายภาพบำบัด
- 2) เพื่อศึกษาการออกแบบคาแรคเตอร์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสาขาวิชากายภาพบำบัด
- 3) เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ต่อการใช้คาแรคเตอร์ของสาขาวิชากายภาพบำบัด

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร ได้แก่ ประชากรนักเรียนชั้น ม. 6 และบุคคลทั่วไป กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรนักเรียนชั้น ม. 6 จำนวน 100 คน ที่เข้ามาเยี่ยมชมในเพจเฟซบุ๊กของสาขาวิชากายภาพบำบัด โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) ตัวคาแรคเตอร์ที่ออกแบบสำหรับติดบนบรรจุภัณฑ์
- 2) แบบวัดความพึงพอใจมีต่อตัวคาแรคเตอร์ที่ออกแบบสำหรับติดบนบรรจุภัณฑ์ จัดทำเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 3 กลุ่มหัวข้อ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.89

การวิเคราะห์ข้อมูล

การหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จากแบบสอบถามออนไลน์

ผลการวิจัย

จากที่ผู้วิจัยได้มีการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสาขาวิชากายภาพบำบัด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ร่างต้นแบบตัวการ์ตูนคาแรคเตอร์ เมื่อเสร็จสิ้นจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรในสาขาวิชากายภาพบำบัด เพื่อตรวจสอบและเสนอแนะ จากนั้นจึงนำภาพกราฟิกที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขไปใช้งาน

การทดลองการใช้งานตัวคาแรคเตอร์ของสาขาวิชากายภาพบำบัด โดยนำไปเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรนักเรียนชั้น ม. 6 จำนวน 100 คน จากเพจ เฟซบุ๊กของสาขาวิชากายภาพบำบัด โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random Sampling) หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย 28 คน คิดเป็น 28 เปอร์เซ็นต์ หญิง 72 คน คิดเป็น 72 เปอร์เซ็นต์ ผลการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบคาแรคเตอร์ พบว่า คาแรคเตอร์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับดี (\bar{X}) = 4.08 ความสวยงามอยู่ในระดับดี (\bar{X}) = 4.27 และมีความน่าจดจำอยู่ในระดับดี (\bar{X}) = 4.23 โดยตัวคาแรคเตอร์มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์สาขาวิชากายภาพบำบัดได้เป็นอย่างดี