



## การออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid – 19 Product design a media poster, promoting a way of life new normal after covid – 19

ทิวัตต์ ประทุมนาค<sup>1</sup> และ พจน์ธรรม ณรงค์วิทย์<sup>2</sup>  
Tiwat partumnak<sup>1</sup> and Pojtom narongwit<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาโปรแกรมวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

<sup>2</sup>อาจารย์โปรแกรมวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง.การออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid – 19 มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid – 19 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid – 19 พบว่า อภิปรายผลการวิจัยเรื่องการออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลัง ภัย covid-19 พบว่า วิเคราะห์แนวทางการนำเสนอเนื้อหาวิถีชีวิตปกติใหม่ 3 ด้าน พบว่ารูปแบบนำเสนอการใช้ชีวิต แบบวิถีชีวิตปกติใหม่ในด้าน วิถีชีวิตประจำวันเพื่อให้ผู้คนเข้าใจการใช้ชีวิตแบบใหม่ และนำเสนอ รูปแบบการเรียน ของด้านวิถีชีวิตปกติใหม่ด้านการศึกษาเพื่อทราบถึงระบบการเรียนแบบใหม่ และนำเสนอด้านเศรษฐกิจ โดยบอกถึง ธุรกิจที่จะมาแรงในยุคของ วิถีชีวิตปกติใหม่เพื่อให้ผู้คนได้คิดหาทางออก ซึ่งจากการวิเคราะห์โดยศึกษาจากอินโฟ กราฟิกประเภทให้ความรู้ ก็มักใช้สีพาสเทล เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสารเพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ดูแล้วสบายตา ไม่เครียดมากเกินไป เพื่อใช้ในการออกแบบ และใช้อินโฟกราฟิกแบบผสมผสาน

จากการประเมินความพึงพอใจบุคคลทั่วไปจำนวน 100 คน สถานภาพบุคคล ผู้ตอบแบบประเมินความพึง พอใจเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39 ด้านอายุผู้ตอบแบบประเมิน มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 41-50 ปี คิด เป็นร้อยละ 7 ซึ่งมีผลประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความพึงพอใจในด้านด้านเนื้อหาที่มีความ ดึงดูดน่าสนใจมากที่สุดและพึงพอใจในด้านความสวยงามน้อยที่สุด ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบสื่อ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิถีชีวิตแบบปกติใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในสถานการณ์ไวรัส covid – 19 ในปัจจุบัน

**คำสำคัญ:** ออกแบบโปสเตอร์ / วิถีชีวิตปกติใหม่ / COVID-19/อินโฟกราฟิก

### Abstract

Research, product design a media poster, promoting a way of life new normal after covid – 19. Have a purpose 1) to design a media poster, promoting a way of life new normal after covid – 19. 2) to measure media user satisfaction with a life new normal after covid – 19. Found that discussion research, product design a media poster, promoting a way of life new normal after covid – 19, found that analyze new ways of presenting new normal lifestyle content 3 side found that Presentation format to live a new normal life, A new normal way of life in the Daily life in order to allow people to understand the new lifestyle and to present the style Of the of new normal life, side education, to know the new learning system And present the economy By telling about the



business that will be strong in the era of A new normal way of life for people to figure out a solution Which is based on an analysis based on an educational infographic Is often used in pastel colors In order to convey the content that you want to communicate in order to create a feeling of relaxation and comfort, not too stressful For use in design And use a blended infographic.

From the 100 general public satisfaction assessment, the status of the respondents was female satisfaction. Accounted for 61 percent, followed by male In terms of age, the respondents were under 20 years old, the most accounting for 41%, followed by those who were 21-30 years old, accounting for 39%, followed by the respondents aged 31- 40 years, accounting for 13 percent, followed by the respondents aged 41-50 years or 7 percent, with overall satisfaction assessment at a high level. The content satisfaction is the most attractive and the least beautiful. This research will benefit the design of public relations media about new normal lifestyles. This is critical in today's covid-19 virus situation..

**Keywords:** Poster design / life stylenew normal / COVID-19/ Infographic

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิกฤตโรคระบาดไวรัส covid-19 ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตหลายๆด้านไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจและงานบริการต่างๆ หลายๆประเทศได้มีมาตรการต่างๆ เพื่อชะลอการระบาด อย่างไรก็ตามมาตรการที่หลาย ๆ ประเทศใช้ร่วมกับมาตรการอื่น ๆ ในปัจจุบัน คือ การล็อกดาวน์ หรือ ปิดเมือง ซึ่งเป็นการระงับกิจกรรมหลายประเภทที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสทันที เพื่อจำกัดการเคลื่อนที่ของกลุ่มคนและลดการสัมผัสใกล้ชิด เมื่อการปิดเมืองกระทบกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลาย ๆ ประเภท การปิดเมืองจึงส่ง “ผลกระทบ” โดยตรงต่อบุคคลที่อยู่ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างกะทันหัน และยังอาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ได้โดนล็อกดาวน์ด้วย เช่น เมื่อไม่มีคนมาทำงาน การบริโภคจับจ่ายสินค้าในบริเวณใกล้เคียงที่ทำงานลดลง ความต้องการใช้รถสาธารณะน้อยลง และ/หรือ ส่งผลกระทบต่อไปยังภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความเชื่อมโยงกัน ความอันตรายของไวรัสองค์การอนามัยโลก ระบุว่า ผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ จะมีอาการเริ่มแรกคือ มีไข้ ตามมาด้วยอาการไอแห้ง หลังจากนั้นราว 1 สัปดาห์จะมีปัญหาหายใจติดขัด ผู้ป่วยอาการหนักจะมีอาการปอดบวมอักเสบร่วมด้วย หากอาการรุนแรงมากอาจทำให้อวัยวะภายในล้มเหลว ขณะที่กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข แนะนำว่า หากผู้ที่เดินทางมาจากพื้นที่เสี่ยงการระบาดของโรคมีอาการไข้ ร่วมกับอาการทางเดินหายใจอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ไอ เจ็บคอ มีน้ำมูก หายใจเหนื่อยหอบ ควรรีบพบแพทย์ทันที (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

ความปกติใหม่ (New normal) หรือ ความปกติในรูปแบบใหม่ เป็นคำศัพท์ที่ถูกใช้เป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 2008 โดย Bill Gross นักลงทุนในตราสารหนี้ชื่อดัง และเป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท Pacific Investment Management (PIMCO) โดยให้นิยาม New Normal ในบริบทเศรษฐกิจโลกเอาไว้ว่า เป็นสภาวะที่เศรษฐกิจโลกมีอัตราการเติบโตชะลอลงจากในอดีต และเข้าสู่อัตราการเติบโตเฉลี่ยระดับใหม่ที่ต่ำกว่าเดิม ควบคู่ไปกับอัตราการว่างงานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังเกิดวิกฤตทางการเงินในสหรัฐ ฯ และถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในช่วงวิกฤตไวรัส โควิด 19 นี้ เนื่องจากผลกระทบการระบาดของไวรัส ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตในหลายมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว การเดินทาง การจับจ่ายใช้สอย ล้วนต้องมีการปรับตัวให้เท่าทันสถานการณ์ไวรัสระบาดในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น การนั่งรับประทานอาหารนอกสถานที่โดยเว้นระยะห่าง 2 เมตร หรือ การใช้ชีวิตประจำวันในการออกนอกสถานที่ โดยการใส่ผ้าปิดปากในการออกนอกสถานที่ และพกเจลล้างมือติดตัวตลอดเวลา เพื่อเป็นวิถีชีวิตปกติใหม่ในการดำรงชีวิตปัจจุบัน หรือจะเป็นการเดินทางโดยรถโดยสารที่ต้องเว้นระยะห่าง 2 เมตรในการนั่ง หรือจะเป็นการเรียน



ออนไลน์ การทำงานออนไลน์ การนำสื่อโซเชียลมีเดียมาจับบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น เป็นต้น ซึ่งการนำข้อมูล  
วิถีชีวิตปกติใหม่เหล่านี้ นำมาเผยแพร่ทางสื่อโซเชียลมีเดียซึ่งเป็นสื่อหลักในการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤตโรค  
ระบาดที่เป็นอยู่นี้ ก็จะสามารถทำให้ผู้รับข้อมูลสามารถเท่าทันและเข้าใจเกี่ยวกับวิถีชีวิตปกติใหม่ ที่จำเป็นต้อง  
ปรับตัวและปฏิบัติในปัจจุบันและอนาคต (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะออกแบบโปสเตอร์สื่อ  
ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid-19 เพื่อให้บุคคลทั่วไปเข้าใจเกี่ยวกับวิถี  
ชีวิตปกติใหม่ (New normal) และเข้าใจการปรับตัวให้เข้ากับการใช้ชีวิตวิถีปกติใหม่ได้มากขึ้น ทำให้บุคคลทั่วไป  
เปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตหลังภัยโควิด-19 เพื่อเกิดประโยชน์ต่อสังคมและการใช้ชีวิตประจำวันให้รู้เท่าทันโลก  
มากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid – 19
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่  
หลังภัยโรค covid – 19

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid – 19  
ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทอินโฟกราฟิก โดยใช้กรอบแนวคิดของ  
(ธัญธัช นันทชนก, 2559 : 29) ได้กำหนดแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทอินโฟกราฟิกไว้ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความสวยงาม
2. ง่ายต่อการทำความเข้าใจ
3. เนื้อหามีความดึงดูดน่าสนใจ
4. ความน่าสนใจในการเผยแพร่

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19  
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านการศึกษาคือข้อมูล แนวทางในการออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์  
ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid – 19 ซึ่งมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้

ประชากร ได้แก่ ข้อมูลทุติยภูมิ หนังสือ ตำรา ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับชีวิตปกติใหม่

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลทุติยภูมิ หนังสือ ตำรา ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับชีวิตปกติใหม่ โดย  
กำหนดเนื้อหาในการศึกษา คือ ด้านการใช้ชีวิตประจำวัน ด้านเศรษฐกิจ และ ด้านการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านการประเมินรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ  
กราฟิก

ประชากร ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก จำนวน 3 ท่าน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ที่ได้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่  
(new normal) หลังภัยโรค covid – 19



ประชากร ได้แก่ บุคคลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่ใช้โซเชียลมีเดีย จำนวน 100 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ทำการทบทวนเอกสารงานวิจัยเหล่านี้มาสร้างเป็นเครื่องมือในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ซึ่งแบ่งได้ตามขั้นตอนดังนี้

1. แบบสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับวิถีชีวิตปกติใหม่(New normal) เป็นเครื่องมือการสังเคราะห์โดยการพิจารณาข้อมูลที่เป็นเนื้อหาสำคัญในหัวข้อที่ทำการศึกษา และสรุปข้อมูลโดยย่อ ให้เป็นข้อมูลที่ง่ายต่อการจัดองค์ประกอบการทำอินโฟกราฟิก

2. แบบประเมินรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid – 19 ซึ่งเป็นเครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา

3. แบบประเมินความพึงพอใจบุคคลทั่วไปที่มีสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid – 19 เป็นเครื่องมือแบบประเมิน ตามแบบมาตรฐานค่าระดับ (Rating Scale) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบไปด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อเป็นแนวทางของการ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid – 19

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสังเคราะห์ข้อมูล ทฤษฎีวิถีชีวิตปกติใหม่ แบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิก แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้โซเชียลมีเดียที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์

ขั้นตอนที่ 3 ทหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อให้ได้เครื่องมือการวิจัยที่มีความเที่ยงตรง มีประสิทธิภาพในการใช้งานวิจัยในขั้นตอนการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาข้อมูลทฤษฎี เพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid-19 เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์

ขั้นตอนที่ 5 สรุปข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลทฤษฎี โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลทฤษฎี โดยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาศึกษาข้อมูลทฤษฎีเพื่อ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid-19

ขั้นตอนที่ 6 ปฏิบัติการพัฒนาเพื่อ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid-19 จำนวน 5 เนื้อหาเพื่อเสนอแบบร่างต่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ขั้นตอนที่ 7 เสนอแบบร่างต่อผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้วิจัยรับฟังความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 8 ปรับปรุงรูปแบบตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยการปรับแก้แบบที่ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ทรงคุณวุฒิ คิดว่าจะเป็นไปได้มากที่สุดเพื่อนำไปสร้าง

ขั้นตอนที่ 9 เผยแพร่ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid – 19 ลงโซเชียลมีเดียเพื่อความพึงพอใจจากผู้ใช้โซเชียลมีเดีย โดยใช้ข้อมูล ทฤษฎี



ขั้นตอนที่ 10 ประเมินความพึงพอใจ กลุ่มผู้ใช้โซเชียลมีเดีย ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid-19

ขั้นตอนที่ 11 วิเคราะห์ผล และสรุปผลการวิจัย โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการสอบถาม และวิเคราะห์สรุปผลโดยใช้การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $\bar{X}$  และ S.D. และบรรยายในลักษณะความเรียง

ขั้นตอนที่ 12 อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสังเกตข้อมูลพฤติกรรม แบบประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และแบบประเมินความพึงพอใจ มาทำการวิเคราะห์ซึ่งมีการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การสรุปผลข้อมูลพฤติกรรม พิจารณาข้อมูลที่เป็นเนื้อหาสำคัญในหัวข้อที่ทำการศึกษตามหลักเกณฑ์และกรอบแนวคิดในการออกแบบอินโฟกราฟิก และสรุปข้อมูลโดยย่อ ให้เป็นข้อมูลที่ง่ายต่อการจัดองค์ประกอบการทำอินโฟกราฟิก

2. การสรุปผลที่ได้จากแบบประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ได้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid - 19 จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามกรอบแนวคิดในการออกแบบ วิเคราะห์โดยการบรรยายและสรุปผลข้อมูลในเชิงพรรณนา

3. การสรุปผลการสอบถามเรื่องความพึงพอใจของบุคคลทั่วไป ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ (new normal) หลังภัยโรค covid - 19 ดังนี้ การสรุปผลการสอบถามความพึงพอใจ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสอบถามและวิเคราะห์สรุปผลโดยใช้ตารางเปรียบเทียบโดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $\bar{X}$  และ S.D. และบรรยายในลักษณะความเรียง

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจ เป็นการวิเคราะห์โดยใช้หลักทางสถิติแบบคิดค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลโดยการบรรยาย การเก็บรวบรวมข้อมูลในการประเมินนั้นอาจจะใช้คะแนนเฉลี่ยความคิดแต่ละช่วง เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับข้อมูลโครงการ จากการใช้แบบประเมินค่าชนิด 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.51 – 5.00 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ มากที่สุด

ระดับคะแนน 3.51 – 4.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ มาก

ระดับคะแนน 2.51 – 3.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ ปานกลาง

ระดับคะแนน 1.51 – 2.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ น้อย

ระดับคะแนน 1.00 – 1.50 หมายถึง ผลการประเมินอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

### สรุปผลการวิจัย

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการศึกษาข้อมูล เนื้อหาวิถีชีวิตปกติใหม่

วิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาเนื้อหาวิถีชีวิตปกติใหม่ โดยใช้กรณีศึกษาแบบ พฤติกรรม เนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับ วิถีชีวิตปกติใหม่ โดยนำเสนอเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตแบบวิถีชีวิตปกติใหม่และการปรับตัว เป็นต้น โดยศึกษาข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษารูปแบบเนื้อหา ประเภทเนื้อหาวิถีชีวิตปกติใหม่พบว่า วิถีชีวิตปกติใหม่ หรือ Newnormal คือการใช้ชีวิตปกติแต่เปลี่ยนรูปแบบการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นด้าน



เดินทาง ด้านการศึกษา และด้านการทำงาน เพื่อมาวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ ตามกรอบแนวคิดจากการศึกษา  
โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เกี่ยวกับ covid-19 ที่เป็นอินโฟกราฟิก ทั้งหมด 10 แหล่งที่มาดังนี้  
**ตาราง 1** แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลอินโฟกราฟิกด้านเนื้อหา และการนำเสนอเกี่ยวกับวิถีชีวิตปกติใหม่ หลัง  
covid-19

หัวข้อ	เนื้อหา	รูปแบบการนำเสนอ
<b>ด้านวิถีชีวิตประจำวัน</b>	<p>เนื้อหาส่วนใหญ่มุ่งเน้นเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบวิถีใหม่ ที่แตกต่างจากการดำเนินชีวิตแบบเดิมในอดีต เนื่องจากว่ามีไวรัส covid-19 มาส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิต เนื่องจากเนื้อหามีความหลากหลาย จึงมีการแจกแจงเนื้อหาทั้งหมด 3 เนื้อหา ได้แก่</p> <p>(1) ด้านวิถีชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่เนื้อหาจะมุ่งเน้นเกี่ยวกับการเตรียมการ การรับมือกับวิถีชีวิตปกติใหม่ เช่น การทำงานที่บ้าน การรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ การรู้เท่าทันสื่อ การดูแลตนเอง การสั่งอาหาร หรือบริการแบบส่งถึงบ้านรวมถึงการออมเงินเพื่อรองรับภาวะวิกฤตต่าง ๆ</p> <p>(2) ด้านการเดินทาง ส่วนใหญ่จะเน้นการนำเสนอเกี่ยวกับการใช้บริการขนส่งสาธารณะต่าง ๆ การเว้นระยะห่างทางสังคม การป้องกันตัวเองตลอดการใช้บริการขนส่งสาธารณะ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามรูปแบบของบริการ</p> <p>(3) ด้านการใช้ชีวิตนอกสถานที่ จะมุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ การใช้ชีวิตทั่วไป อุปกรณ์ที่ต้องพกพาเสมอ เช่น หน้ากากอนามัย การใช้เจลล้างมือ และทำความสะอาดร่างกายและมือบ่อยครั้ง การรับประทานอาหารร้อน และการเว้นระยะห่างทางสังคม</p>	<p>ส่วนใหญ่อินโฟกราฟิกเกี่ยวกับวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัย covid-19 จากการศึกษาพบว่านิยมใช้สีโทนเย็น ในการนำเสนอเป็นส่วนหลัก เพราะให้ความรู้สึกสบายตา และผ่อนคลาย ทั้งยังไม่ทำให้เกิดความวิตกกังวลจากการเสพข่าวสาร และสื่อ โดยมักจะมีภาพผสมผสานสีโทนร้อนเช่น สีแดง สีเหลือง อยู่บ้างตามการเน้นคำหรือสัญลักษณ์ที่ต้องการถ่ายทอดสู่ผู้รับสาร</p> <p>รูปแบบตัวอักษรส่วนใหญ่ใช้แบบกึ่งทางการ เพื่อไม่ให้ผู้เสพข้อมูลรู้สึกตึงเครียด หรือจริงจังมากเกินไป</p> <p>รูปแบบของกราฟิกประกอบอินโฟกราฟิกเป็นแบบผสมผสาน ระหว่างภาพถ่ายเส้น (vector) กับภาพเชิงสัญลักษณ์ (icon) เพื่อสื่อสารกับผู้เสพข่าวสารอย่างตรงไปตรงมาจากการศึกษาการจัดการเนื้อหา มีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ดังนี้</p> <p>(1) ด้านวิถีชีวิตประจำวัน พบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินโฟกราฟิกประเภทแจกแจงข้อมูล เพื่อแจกแจงแนวทางการเตรียมตัวและรับมือกับวิกฤตภัย</p> <p>(2) ด้านการเดินทางพบว่า ส่วนใหญ่ใช้อินโฟกราฟิก การแจกแจงข้อมูล เพื่อให้บุคคลทั่วไป</p>



<b>ด้านเศรษฐกิจ</b>	เนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอ เศรษฐกิจ และธุรกิจที่น่าสนใจจาก วิถีชีวิตแบบปกติใหม่ในรูปแบบ ต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในการ ลงทุนทำธุรกิจต่าง ๆ ให้กับผู้รับ ข้อมูล	นำเสนอเกี่ยวกับธุรกิจที่จะมาแรงในยุค ชีวิตปกติ ใหม่ ด้านเศรษฐกิจนำเสนอเกี่ยวกับแนวทาง และ แนวโน้มของธุรกิจที่จะได้รับความนิยม จากวิถี ชีวิตแบบปกติใหม่ในแง่บวก เพื่อเป็นการส่งเสริม ให้การทำธุรกิจปรับตัวตามวิถีใหม่ที่เกิดขึ้น
<b>ด้านการศึกษา</b>	เนื้อหาเกี่ยวกับการเรียนการสอนใน รูปแบบวิถีชีวิตปกติใหม่ ว่าจะต้องมี การเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางไหน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถ นำไปใช้ในการเรียนการสอนปัจจุบัน ได้อย่างเท่าทัน	นำเสนอรูปแบบการเรียนแบบวิถีชีวิตปกติใหม่ เกี่ยวกับรูปแบบการเรียนการสอนในวิถีใหม่ และ อธิบายแนวทางการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ นั้น ๆ เพื่อให้ผู้รับข้อมูลเกิดความเข้าใจโดยง่าย เกี่ยวกับรูปแบบการเรียนการสอนที่ต้องมี ปรับตัวตามภาวะวิกฤตโรคระบาด

จากตาราง 1 วิเคราะห์แนวทางการนำเสนอเนื้อหาวิถีชีวิตปกติใหม่ 3 ด้าน พบว่ารูปแบบนำเสนอการใช้ชีวิต แบบวิถีชีวิตปกติใหม่ในด้าน วิถีชีวิตประจำวันเพื่อให้ผู้คนเข้าใจการใช้ชีวิตแบบใหม่ และนำเสนอรูปแบบการ เรียนของด้านวิถีชีวิตปกติใหม่ ด้านการศึกษาเพื่อทราบถึงระบบการเรียนแบบใหม่ และนำเสนอด้านเศรษฐกิจ โดย บอกถึงธุรกิจที่จะมาแรงในยุคของ วิถีชีวิตปกติใหม่เพื่อให้ผู้คนได้คิดหาทางออก ซึ่งจากการวิเคราะห์โดยศึกษาจาก อินโฟกราฟิกประเภทให้ความรู้ ก็มักใช้สีพาสเทล เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสารเพื่อให้เกิดความรู้สึก ผ่อนคลาย ดูแล้วสบายตา ไม่เครียดมากจนเกินไป เพื่อใช้ในการออกแบบ และใช้อินโฟกราฟิกแบบผสมผสาน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบ สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 จาก ข้อมูลและแนวทางการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาออกเป็นทั้งหมด 3 ชุดรูปแบบ สำหรับ นำไปใช้ในการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 2 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 3 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 รูปแบบที่ 3

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิก ระดับอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน

จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อประเมินรูปแบบ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ด้านองค์ประกอบ ด้านความสวยงาม ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอินโฟกราฟิกทั้ง 3 ชุดรูปแบบ มีความสวยงามเรียบง่ายตามหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอินโฟกราฟิก แต่ชุดรูปแบบที่ 1 กับ 2 มีความเป็นทางการมากเกินไปเมื่อเทียบกับรูปแบบ ที่ 3 ที่ใช้สีสันมีความสบายตากว่า ซึ่งเลือกใช้สีโทนอ่อนมากกว่าการใช้สีโทนเข้ม ซึ่งทำให้ดูลดความตึงเครียดในการเสพข้อมูลของผู้รับข้อมูลได้

ด้านความง่ายต่อการทำความเข้าใจ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า อินโฟกราฟิกทั้ง 3 ชุดรูปแบบ หากมีการปรับปรุง ควรปรับปรุงรูปแบบของการจัดองค์ประกอบการออกแบบภายในชุดรูปแบบ ให้การนำเสนอแต่ละชุดรูปแบบเป็นไปตามแนวคิด และแนวทางเดียวกัน ทั้งในเรื่องของการใช้รูปแบบตัวอักษร และการใช้ประเภทของภาพ เช่น ภาพการ์ตูน ภาพเสมือนจริง หรือภาพสัญลักษณ์ ควรใช้รูปแบบใดรูปแบบหนึ่งให้มีความชัดเจน เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และไม่สับสนในการพิจารณาสื่อประชาสัมพันธ์ในชุดรูปแบบเดียวกัน

ด้านเนื้อหาที่มีความดึงดูดน่าสนใจ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ชุดรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ชุดรูปแบบ มีเนื้อหาที่น่าสนใจ และทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของสังคมและบ้านเมือง ซึ่งวิถีชีวิตแบบปกติใหม่กับการรับมือภัยโรคระบาดอย่าง COVID-19 นั้น เป็นเนื้อหาที่มีผู้คนใจอยู่แล้วตามสถานการณ์ปัจจุบัน แต่ผู้ออกแบบควรออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้น่าดึงดูดผู้อ่านมากขึ้น เช่น การปรับกราฟิก และสีสันให้ดูสบายตา หรือดูสะดุดตามากขึ้น





ด้านความน่าสนใจในการเผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละชุดรูปแบบ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นชุดเดียวกัน เพื่อความต่อเนื่องของเนื้อหา และเพื่อความน่าสนใจในการติดตามข้อมูลในเนื้อหาถัด ๆ ไป ซึ่งผู้วิจัยจะต้องปรับปรุงชุดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความสอดคล้องกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ควรใช้กรณีศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ ชุดรูปแบบที่ 3 ในการปรับปรุงแก้ไข ให้เหมาะสมต่อการนำเสนอและเผยแพร่เป็นสื่ออินโฟกราฟิกเกี่ยวกับการใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ โดยให้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะตามกรอบความคิดที่กำหนด



ภาพที่ 4 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 รูปแบบที่ 3 ที่แก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ ของผู้ที่ได้รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19

ในการวิจัยเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 ผู้วิจัยได้ประเมินความพึงพอใจบุคคลทั่วไปจำนวน 100 คน โดยการใช้แบบประเมินออนไลน์ ควบคู่ไปกับการประเมินความพึงพอใจจากการจัดนิทรรศการ ณ ห้างสรรพสินค้า โรบินสัน ไลฟ์สไตล์ กำแพงเพชร เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ.2563 ใช้การวิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพบุคคลทั่วไป ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19

รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพ	จำนวน n=100	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	39	39.00
หญิง	61	61.00
รวม	100	100.00



ตารางที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพบุคคลทั่วไป ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 (ต่อ)

รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพ	จำนวน n=100	ร้อยละ
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	41	41.00
21 -30 ปี	39	39.00
31 - 40 ปี	13	13.00
41 - 50 ปี	7	7.00
51 ปี ขึ้นไป	0	0.00
<b>รวม</b>	100	100.00
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	43	43.00
ปริญญาตรี	56	56.00
ปริญญาโท	1	1.00
สูงกว่าปริญญาโท	0	0.00
<b>รวม</b>	100	100.00
<b>1.รายได้/เดือน (บาท)</b>		
ต่ำกว่า 10,000	35	35.00
10,000 – 15,000	28	28.00
15,000 - 20,000	27	27.00
20,000 ขึ้นไป	10	10.00
<b>รวม</b>	100	100

จากตารางที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพบุคคลทั่วไป ที่มีต่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39 ด้านอายุผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาผู้ตอบแบบประเมินมีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจการออกแบบ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้บริโภคน (n=100)		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1	ด้านองค์ประกอบด้านความสวยงาม	3.60	0.49	มาก
2	ด้านความง่ายต่อการทำความเข้าใจ	4.61	0.49	มากที่สุด



ตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจการออกแบบ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid-19 (ต่อ)

ลำดับ	เกณฑ์การประเมิน	ผู้บริโภคน (n=100)		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
3	ด้านเนื้อหาที่มีความดึงดูดน่าสนใจ	3.69	0.58	มาก
4	ด้านความน่าสนใจในการเผยแพร่	4.54	0.63	มากที่สุด
สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ		4.02	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจการออกแบบ การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 มีผลประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  =4.02) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.70) ด้านด้านองค์ประกอบด้านความสวยงาม มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  =3.60) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.49) ด้านความง่ายต่อการทำความเข้าใจ มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  =4.61) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.49) ด้านเนื้อหาที่มีความดึงดูดน่าสนใจ มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  =3.69) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.58) ด้านความน่าสนใจในการเผยแพร่ มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  =4.54) ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.63)

### อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัยเรื่องการออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่ หลังภัยโรค covid - 19 พบว่า วิเคราะห์แนวทางการนำเสนอเนื้อหาวิถีชีวิตปกติใหม่ 3 ด้าน พบว่ารูปแบบนำเสนอการใช้ชีวิตแบบวิถีชีวิตปกติใหม่ในด้าน วิถีชีวิตประจำวันเพื่อให้ผู้คนเข้าใจการใช้ชีวิตแบบใหม่ และนำเสนอรูปแบบการเรียนของด้านวิถีชีวิตปกติใหม่ด้านการศึกษาเพื่อทราบถึงระบบการเรียนแบบใหม่ และนำเสนอด้านเศรษฐกิจ โดยบอกถึงธุรกิจที่จะมาแรงในยุคของวิถีชีวิตปกติใหม่เพื่อให้ผู้คนได้คิดหาทางออก ซึ่งจากการวิเคราะห์โดยศึกษาจากอินโฟกราฟิกประเภทให้ความรู้ ก็มักใช้สีพาสเทล เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อสารเพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ดูแล้วสบายตา ไม่เครียดมากเกินไป เพื่อใช้ในการออกแบบ และใช้อินโฟกราฟิกแบบผสมผสาน สอดคล้องกับแนวคิดของ (สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ, 2557, หน้า 6) ได้อธิบายเกี่ยวกับการใช้สื่อ ว่าสื่อที่ดีจะต้องสามารถทุ่มทุนแรงในการนำเสนอข่าวสารได้ มีความน่าสนใจ และกระตุ้นความสนใจของผู้รับข้อมูล ทำให้เกิดการรับรู้ได้รวดเร็วขึ้น

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมวิถีชีวิตปกติใหม่หลังภัยโรค covid-19 มีผลประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านด้านองค์ประกอบ ด้านความสวยงาม มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านความง่ายต่อการทำความเข้าใจ มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเนื้อหาที่มีความดึงดูดน่าสนใจ มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านความน่าสนใจในการเผยแพร่ มีผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ (ธัญธัช นันทชนก, 2559 หน้า 29) ได้มีแนวคิดในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดี ต้องมีความเหมาะสมทั้งในด้านความสวยงาม ความเข้าใจ ความดึงดูดน่าสนใจ และความน่าสนใจในการเผยแพร่



### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาและออกแบบโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ covid-19 ให้กับกลุ่มคนที่ใช้ชีวิตประจำวันในช่วงวิกฤต covid-19 ซึ่งรูปแบบกราฟิก และเนื้อหาอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในทุก ๆ วัน

2. รูปแบบลวดลายกราฟิกบนโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ covid-19 สะท้อนให้เห็นเกี่ยวกับการใช้ชีวิต และที่มาของการป้องกันโรค covid-19 ดังนั้นรูปแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ จะใช้ลวดลายกราฟิกที่แตกต่างกันไป

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับที่มาของโรค covid-19 การใช้ชีวิตในแต่ละวัน และวิธีการป้องกันโรค covid-19 ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

2. ควรมีการส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานโปสเตอร์สื่อประชาสัมพันธ์ covid-19 ให้ได้รับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

ธัญชัช นันทชนก. (2559). *Infographic Design*. กรุงเทพฯ : วิตตี้กรุ๊ป

ผู้จัดการออนไลน์. (2563). *New Normal' คืออะไร? เมื่อ COVID-19 ผลักเราสู่ชีวิตปกติวิถีใหม่*[Online].

Available : <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/882508> [2563, , มิถุนายน 15]

สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ. (2557). *สัมมนา บันทึก : ศึกษาการออกแบบ (พิมพ์ครั้งที่2)*. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรี้นติ้งเฮ้าส์