

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
สารบัญแผนภูมิ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	3
1.4 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์	6
2.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์	14
2.3 สัญญาวิทยา (Semiotic)	39
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและแรงจูงใจ	43
2.5 สุนทรียศาสตร์ (Aesthetics)	49
2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	65
3.1 การศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล	65
3.2 การสร้างสรรค์เครื่องมือในการวิจัย	66
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	67
3.4 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	68
3.5 วิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	68
บทที่ 4 ผลการศึกษาและการดำเนินการสร้างสรรค์	74
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นก่อนการออกแบบจากการสัมภาษณ์ผู้สูบบุหรี่	74

	หน้า
4.2 การออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์	92
4.3 การวิเคราะห์จาก การทดสอบผลิตภัณฑ์ที่เขียนหรือ ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่	94
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	99
5.1 สรุปผลการศึกษา	100
5.2 อภิปรายผล	102
5.3 ข้อค้นพบจากการศึกษา	103
5.4 ข้อเสนอแนะ	104
5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	104
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	106
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	108
ภาคผนวก ข ภาพสเก็ทซ์ของลักษณะของมือทำทางต่างๆ ของการสูบบุหรี่	115
ภาคผนวก ค กระบวนการออกแบบ	118
ภาคผนวก ง ภาพจากการเปรียบเทียบ และทดสอบงาน	122
ภาคผนวก จ ภาพโปสเตอร์ประกอบการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ	128
ประวัติผู้เขียน	131

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวน และร้อยละของผู้สูบบุหรี่ จำแนกลักษณะทางประชากรโดยการสัมภาษณ์	75
4.2 จำนวน และร้อยละของผู้สูบบุหรี่ จำแนกตามลักษณะประชากรโดยใช้แบบสอบถาม	78
4.3 ความรู้สึกต่อสื่อรณรงค์ในปัจจุบัน ของผู้สูบบุหรี่โดยจำแนกเป็นร้อยละ	79
4.4 สาเหตุที่ทำให้ผู้สูบบุหรี่ ไม่รู้สึกตื่นตัวต่อสื่อรณรงค์ โดยจำแนกเป็นร้อยละ	80
4.5 แสดงผลการประเมินความต้องการ คุณลักษณะของสื่อรณรงค์ ในความคิดเห็นของผู้สูบบุหรี่ด้านเนื้อหา	80
4.6 แสดงผลการประเมินความต้องการ คุณลักษณะของสื่อรณรงค์ ในความคิดเห็นของผู้สูบบุหรี่ด้านรูปแบบ	81
4.7 แสดงผลการประเมินความต้องการ คุณลักษณะของสื่อรณรงค์ ในความคิดเห็นของผู้สูบบุหรี่ในด้านการสื่อความหมายตรงตามวัตถุประสงค์	81
4.8 แสดงผลการประเมินความต้องการ คุณลักษณะของสื่อรณรงค์ ในความคิดเห็นของผู้สูบบุหรี่ในด้านความหลากหลาย	81
4.9 จำนวนความถี่ในการสูบบุหรี่ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูบบุหรี่ จำแนกจำนวนและร้อยละ	82
4.10 ความต้องการและความจำเป็นของที่เชิญบุหรี่ ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูบบุหรี่ โดยจำแนกเป็นจำนวนและร้อยละ	83
4.11 แสดงพฤติกรรมกรทึงกันบุหรี่ของกลุ่มเป้าหมายในขณะที่สูบบุหรี่ โดยจำแนกเป็นจำนวนและร้อยละ	83
4.12 ที่เชิญบุหรี่มีความสำคัญเพียงใดในการทึงกันบุหรี่ ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูบบุหรี่	84
4.13 ความต้องการด้านสีและวัสดุ โดยจำแนกตามจำนวนและร้อยละ ของผู้สูบบุหรี่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย	84
4.14 รายละเอียดการประเมินระดับความพึงพอใจของรูปสเก็ตช์ อันดับที่ 1	86
4.15 รายละเอียดการประเมินระดับความพึงพอใจของรูปสเก็ตช์ อันดับที่ 2	87
4.16 รายละเอียดการประเมินระดับความพึงพอใจของรูปสเก็ตช์ อันดับที่ 3	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.17	รายละเอียดการประเมินระดับความพึงพอใจของรูปสเก็ตซ์ อันดับที่ 4	89
4.18	รายละเอียดการประเมินระดับความพึงพอใจของรูปสเก็ตซ์ อันดับที่ 5	90

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
2.1	ภาพแสดงการแบ่งสัดส่วนของมนุษย์	24
2.2	แสดงภาพขยายอัตราส่วนของมนุษย์	25
2.3	แสดงขนาดและช่องว่างสำหรับผู้ใหญ่	26
2.4	แสดงสัดส่วนของมนุษย์กับเครื่องเรือน	26
2.5	แสดงการวัดขนาดสำหรับผู้ชายและผู้หญิงขณะกำลังยืนและนั่ง	27
2.6	แสดงขนาดสัดส่วนทำขึ้นด้านหน้าของผู้ใหญ่เพศชายทั่วไป	27
2.7	แสดงสัดส่วนทำขึ้นด้านข้างของผู้ใหญ่เพศชายทั่วไป	28
2.8	แสดงขนาดสัดส่วนทำขึ้นด้านหน้าของผู้ใหญ่เพศหญิงทั่วไป	28
2.9	แสดงสัดส่วนทำขึ้นด้านข้างของผู้ใหญ่เพศหญิงทั่วไป	29
2.10	แสดงข้อมูลตัวเลขของผู้ใหญ่เพศชาย ขณะยืนที่แผงควบคุม	29
2.11	แสดงข้อมูลตัวเลขของผู้ใหญ่เพศหญิง ขณะยืนที่แผงควบคุม	30
2.12	แสดงหุ่นจำลองของผู้ชายด้านข้างโดยเฉลี่ยสำหรับใช้เป็นแบบทดสอบ	30
2.13	ตัวอย่างของรูปแบบ Anthropomorphic ใน เรือโบราณของชนเผ่า Inca	53
2.14	Anthropomorphic perfume and soap bottles. รูปแบบที่ 2 รูปแบบของขวดน้ำหอมและขวดสบู่เหลว	57
2.15	Koziol Pot scrubber. กระจก Koziol ถู	57
2.16	Macintosh startup icons. ไอคอน ต่างๆเพื่อใช้เปิดโปรแกรมใน แมคอินทอช	58
2.17	บันไดลาดอัตโนมัติในรถบัส	58
2.18	หุ่น ASIMO โดยบริษัท ฮอนด้า	59
2.19	Volkswagen Beetle and Dodge Ram truck. โฟล์คสวาเก้นด้วง และรถบรรทุกคอดจี้	60
2.20	The quality of anthropomorphism in design : คุณค่าของรูปแบบ การออกแบบเหมือนมนุษย์	62
3.1	กรอบความคิดของการศึกษา	72

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูป		หน้า
3.2	แผนผังวิธีดำเนินการศึกษา	73
4.1	รูปสเก็ตซ์ที่ได้ความพึงพอใจอยู่ในอันดับที่ 1	86
4.2	รูปสเก็ตซ์ที่ได้ความพึงพอใจอยู่ในอันดับที่ 2	87
4.3	รูปสเก็ตซ์ที่ได้ความพึงพอใจอยู่ในอันดับที่ 3	88
4.4	รูปสเก็ตซ์ที่ได้ความพึงพอใจอยู่ในอันดับที่ 4	89
4.5	รูปสเก็ตซ์ที่ได้ความพึงพอใจอยู่ในอันดับที่ 5	90
4.6	แบบร่างแสดงลักษณะของที่เขียนหรี	92
4.7	การเขียนแบบแสดงภาพเหมือนจริง	93
ข.1	ลักษณะของมือทำทางต่างๆ ของการสูบบุหรี่	115
ข.2	ลักษณะของมือทำทางต่างๆ ของการสูบบุหรี่	115
ข.3	ลักษณะของมือทำทางต่างๆ ของการสูบบุหรี่	115
ข.4	ลักษณะของมือทำทางต่างๆ ของการสูบบุหรี่	116
ค.1	โปรแกรม Illusstrator และการใช้อุปกรณ์ Elipse Tool	118
ค.2	ขั้นตอนการกรอบและขนาดของจานรองและ ถาดรองก้นหรี	118
ค.3	ขั้นตอนขีดเส้นตรงเพื่อกำหนดขนาดของจานรองและ ถาดรองก้นหรี	119
ค.4	รูปด้านข้างพร้อมกำหนดขนาดสัดส่วน	119
ค.5	ขั้นตอนการเขียนแบบแสดงภาพเหมือนจริง	120
ค.6	ขั้นตอนการใส่แสงเงา เพื่อแสดงลักษณะภาพเหมือนจริงของที่เขียนหรี	120
ง.1	การนำที่เขียนหรีที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่มาทดสอบในสถานที่บันเทิง lism café	122
ง.2	บรรยากาศรอบๆ บริเวณที่นำที่เขียนหรีไปทดสอบ	122
ง.3	ระยะแรกที่เขียนหรียังไม่มีควมคุ้นชินกับบริบทของสถานบันเทิง	122
ง.4	ที่เขียนหรีเริ่มมีความคุ้นชินกับสถานบันเทิงแล้วผู้สูบบุหรี่เริ่มมีการใช้เกิดขึ้น	123
ง.5	ผู้สูบบุหรี่ขณะกำลังเขียนหรี	123
ง.6	ลักษณะการใช้งานที่เขียนหรีที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่	123
ง.7	ลักษณะของก้นหรี ที่อยู่บนถาดรอง	124
ง.8	บริเวณ โดยรอบของที่เขียนหรีที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ สังเกตเห็นว่าไม่มีก้นหรีตกอยู่	124

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูป		หน้า
ง.9	บริเวณพื้นที่ที่ตั้งของที่เข็บบุหรี่แบบเดิม	124
ง.10	สังเกตเห็นว่ามีก้นบุหรี่ตกอยู่โดยรอบ	125
ง.11	ที่เข็บบุหรี่แบบเดิมเมื่อมองอีกมุมหนึ่ง	125
ง.12	ภาพการใช้งานอีกมุมหนึ่ง	125
ง.13	แสดงออกถึงสุนทรีย์ะในการผู้สูบบุหรี่ สังเกตได้จากท่วงท่าและสีหน้าของผู้สูบบุหรี่	126
จ.1	ภาพโปสเตอร์แบบที่ 1	128
จ.2	ภาพโปสเตอร์แบบที่ 2	129

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า	
2.1	ขั้นตอนก่อนที่ข้าวงจะบรรจุเป้าหมาย	10
2.2	แสดงการสื่อสารเพื่อจูงใจให้ผู้รับสารสนใจในข่าวสาร	48