

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงแนวความคิดในการออกแบบเลขนศิลป์บนซองบุหรี่และฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น คือ แบบสอบถามความคิดเห็น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน และจึงนำผลของการวิจัยมาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลตามระเบียบวิธีวิจัยคุณภาพ เพื่อนำแนวความคิดไปพัฒนา ผลงานสร้างสรรค์บนซองบุหรี่ จำนวน 9 ชุด ประกอบด้วยผลงาน 17 ชิ้น ผลงานสร้างสรรค์ฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำนวน 7 ชุด ประกอบด้วยผลงาน 12 ชิ้น และนำมาแบบสำรวจความคิดเห็นอีกครั้ง ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน และนำผลของการวิจัยมาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลตามระเบียบวิธีวิจัยคุณภาพ ผลของการวิจัยสรุปได้ว่า

1. คำเตือนผลงานสร้างสรรค์บนซองบุหรี่ ที่เกิดประสิทธิผลมากที่สุด คือ คำเตือนขึ้นที่มีการแสดงภาพให้เห็นว่าบุหรี่ได้ทำอันตรายกับอวัยวะภายในของผู้สูบบุหรี่มาสร้างสรรค์เพิ่มเติม และใช้ข้อความที่ดึงดูดงานสนใจ
2. คำเตือนบนฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ : โดยคำเตือนที่เกิดประสิทธิผลมากที่สุดคือ คำเตือนที่เสนอภาพผู้ประสบอุบัติเหตุจากการดื่มสุราและขับรถ แต่ใช้ข้อความที่เสียดสี
3. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่สรุปความคิดเห็นว่า คำเตือนที่สร้างสรรค์ใหม่สามารถสื่อสารเนื้อหาได้ชัดเจนขึ้น มีความสะดุดตามากขึ้น ความจดจำดีขึ้น และชักจูงให้เกิดการคิดที่จะลดหรือหยุดพฤติกรรมได้มากขึ้น
4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เสนอความคิดเห็นว่า ขนาดของเลขนศิลป์บนซองบุหรี่และฉลากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ควรจะมีขนาดใหญ่ที่สุดและใช้ภาพที่รุนแรงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

TE 158155

The purpose of this research was to study about the effective warning area on cigarette package and alcoholic drinks label. The research tool was the questionnaire towards the cigarette package and alcoholic drinks label nowadays from 30 random targets. Then data were collected base on content analysis as qualitative research to develop the new design. The new design were 9 campaign of cigarette package design (17 pieces of artwork) and 7 campaign of alcoholic drinks label (12 pieces of artwork). Then used the artwork for research again with 50 random targets.

Research results indicate that the new design for cigarette package which the target voted for the most influence was the campaign that show how harmful the cigarette effect the smoker's inner-organ, together with impactful copyline. The new design for alcoholic drinks label which the target voted for the most influence was the campaign that show the picture of injured from drunk-driving, with satired copyline. For overall the target thought that the new package and label designs can communicate clearer messages, more impactful, more memorable and convince to slow down or stop the smoking and drink-drinking behaviours. Most of the target recommended for the as big as possible size of warning area, and also the most powerful pictures.