

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์ในการโน้มน้าวใจให้ทั้งกันบูห์ให้เป็นที่ มีวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นสื่อรณรงค์การทั้งกันบูห์ให้เป็นที่ และสามารถใช้เป็นแนวทางของการออกแบบสื่อรณรงค์ประเภทอื่น โดยใช้เครื่องมือที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น คือ แบบสำรวจความคิดเห็นพร้อมรูปสเก็ตช์ของทั้งกันบูห์ จำนวน 16 แบบ โดยเก็บรวบรวมจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 46 คน โดยการสุ่มจากสถานบันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่ และการสุ่มสัมภาษณ์ผู้สูบบุหรี่ จำนวน 24 คน และจึงนำผลของการศึกษามาสรุปรูปและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปออกแบบและผลิตทั้งกันบูห์ 1 ชิ้น โดยใช้คำร้อยละ และสรุปผลเชิงพรรณนา เพื่อนำแนวความคิดไปพัฒนา

โดยผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ทั้งกันบูห์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ เป็นแบบที่ผู้สูบบุหรี่ให้ความรู้สึกถึงความอยากที่จะใช้ โดยใช้ มีแรงจูงใจของผลิตภัณฑ์ และมีความน่าสนใจ ผู้สูบบุหรี่ส่วนใหญ่ พึงพอใจ และเข้าใจวัตถุประสงค์ของสื่อที่ใช้นำเสนอ ทำให้ทราบความสามารถในการนำผลิตภัณฑ์ทั้งกันบูห์มาใช้เป็นสื่อรณรงค์ให้ทั้งกันบูห์ให้เป็นที่ได้ในระดับที่ดี นอกจากการออกแบบที่สวยงามทำให้มีความสะดวกตามากขึ้นแล้ว ยังได้ส่งผลต่อการรับรู้ (perception) ของผู้สูบบุหรี่ที่มีต่อทั้งกันบูห์ที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ จากเดิมที่เคยเป็นแค่ทั้งกันบูห์เป็นการตีความตามความหมายตรง (Denotation) ในความหมายที่ปรากฏแจ่มแจ้งอยู่แล้วของสัญญาณ (Sign) และความสัมพันธ์ของสัญญาณกับสิ่งที่กล่าวถึง ในที่นี้ คือทั้งกันบูห์แบบเก่า ซึ่งผู้สูบบุหรี่จะรับรู้ถึงวิธีการใช้เพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นการตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation) ซึ่งเป็นสื่อรณรงค์ในการโน้มน้าวใจให้ทั้งกันบูห์ให้เป็นที่ อีกทั้งแฝงแนวคิดซึ่งถ่ายทอดความหมายในลักษณะของการรณรงค์ เท่ากับว่าผู้สูบบุหรี่ได้กระทำการรณรงค์ไปแล้ว คือการทั้งกันบูห์ให้เป็นที่ แสดงให้เห็นว่าสื่อมีความสามารถสร้างความตระหนักรู้ในด้านการรณรงค์ต่อกลุ่มผู้สูบบุหรี่ให้เกิดความรับผิดชอบ ต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมจากสิ่งที่กระทำได้

This Independent Study is on Product Design Used as a Campaign Medium in Motivation to Dispose Cigarette Butts Properly. The purposes of this study are to use creative item as media to encourage the habit of dispose cigarette butt at the proper location. This is to use the case as the example guideline in designing other campaign media. In this research, sixteen ashtray sketches were design to gain opinion from 46 people from different entertainment venues in downtown Chiang Mai together with opinion from 24 interviewees. All results, both statistics and descriptive data, were analyzed to design an ashtray.

The results of the study showed that most smokers feel satisfied with the ashtray designed according to data collected previously and understand the purposes of the campaign. They leaved cigarette butt at the proper place because of its attraction. The ashtray affects their perception from rather only an ashtray which denote only as an ashtray, but using the ashtray as the campaign to convey the connotation about leaving cigarette butt at the proper place is a quite successful mean. It can be concluded that product design such as this can help create meaning and learning campaign for smokers to be more responsible to our environment.