

K 45151304 : สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

คำสำคัญ : ดิสรัปชั่น

ชดัทพล ใจน้อม : บทบาทของทฤษฎีดิสรัปชั่นในงานโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย  
(THE ROLES OF DISRUPTION THEORY IN PUBLICATION IN THAILAND) อาจารย์ผู้  
ควบคุมวิทยานิพนธ์ : อ.กัญชลิกา กัมปนานนท์ และ อ.ธนพร เจียรกุล. 155 หน้า. ISBN 974 - 11  
- 5465 - 8

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาท ความเป็นมาของทฤษฎีดิสรัปชั่นที่มี  
ต่องานสิ่งพิมพ์โฆษณาในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 - 2545 และวิเคราะห์สิ่งพิมพ์โฆษณาใน  
ประเทศไทยโดยใช้ทฤษฎีดิสรัปชั่นเป็นกรอบแนวคิด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม  
และแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากแนวคิดของทฤษฎีดิสรัปชั่น กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้ง  
นี้ได้แก่ สิ่งพิมพ์โฆษณาที่ได้รับรางวัล TACT Awards ประเภทรางวัลสิ่งพิมพ์ โฆษณาเดี่ยวยอด  
เยี่ยม รางวัลสิ่งพิมพ์โฆษณาชุด (Campaign) ยอดเยี่ยม และรางวัลสิ่งพิมพ์โฆษณาประเภท  
โปสเตอร์ยอดเยี่ยม ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 - 2545 จำนวน 60 ชิ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ  
และ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์

ผลของการวิจัยสรุปได้ว่า ทฤษฎีดิสรัปชั่นมีบทบาทต่องานสิ่งพิมพ์โฆษณาในประเทศไทย  
โดยนักออกแบบงานโฆษณาได้นำวิธีการของทฤษฎีดิสรัปชั่นมาใช้ในการออกแบบ ถึงแม้จะมี  
ชื่อเรียกวิธีการที่แตกต่างกันไป ทฤษฎีดิสรัปชั่น เป็นแนวคิดที่มีกระบวนการคิดที่ชัดเจน สร้างสรรค์  
ผลงานที่แตกต่าง กล่าวคือ ไม่ใช่เพียงแค่สามารถสร้างความแตกต่างให้โดดเด่นเท่านั้น ยังทำให้  
เกิดการรับรู้ที่แตกต่างอีกด้วย อย่างไรก็ตาม พบว่างานสิ่งพิมพ์โฆษณาที่ใช้ทฤษฎีดิสรัปชั่นในการ  
ออกแบบอย่างแท้จริงมีจำนวนมาน้อยแตกต่างกันไปในแต่ละปีที่ทำการศึกษา

---

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์    บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร    ปีการศึกษา 2549  
ลายมือชื่อนักศึกษา.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ 1. .... 2. ....

K 45151304 : MAJOR : VISUAL COMMUNICATION DESIGN

KEY WORD : DISRUPTION

CHAKATPON JAINOM : THE ROLES OF DISRUPTION THEORY IN  
PUBLICATION IN THAILAND. THESIS ADVISORS : KANCHALIKA KAMPANANONDA  
AND THANATORN JIARAKUN. 155 pp. ISBN 974 - 11 - 5465 - 8.

The purpose of this research was to study roles, story of disruption theory in print advertising in Thailand from 1993 - 2002 and to analyze print advertising by using disruption concept. The samples were 60 advertisements which won the TACT Awards prize including best single print advertising , best campaign print advertising and best poster print advertising from 1993 - 2002. Data were collected by using the constructed questionnaire and interview which were analyzed by percentage, mean, standard deviation and interview analysis. The major findings of this study were as follows.

Disruption theory or concept played roles in print advertising in Thailand. It was used by creative staff to create advertisements although it was called in different other names. Disruption theory had its own clear procedures and created different outputs; that is, it did not only create the outstanding works but also differentiated consumers perception. However, during the years focused in this study, the full practice of disruption theory in print advertising in Thailand varied and did not increase each year.

---

Department of Visual Communication Design Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2006

Student's signature.....

Thesis Advisors' signature 1. .... 2. ....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของอาจารย์  
กัญชลิลา กัมปนานนท์ และอาจารย์ธนาทร เจียรกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์  
สุพิชญา เข้มทอง ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะคิดเห็นต่างๆ ของงานวิจัยมาโดยตลอด  
นอกจากนี้ ขอขอบคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ

บริษัท ทีบีดับบลิวเอ ประเทศไทย

บริษัท ครีเอทีฟ จูชจีวัน จำกัด

บริษัท โลว์ ประเทศไทย จำกัด

บริษัท เดนทัส ยัง แอนด์ รูบิคแคม ประเทศไทย จำกัด

บริษัท บีบีดีโอ กรุงเทพฯ จำกัด

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณพงศ์ธร เกษลาลี

คุณชลดา สิทธิวรรณ

คุณเบญจรัตน์ มารยาทอ่อน

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เพื่อนๆ น้องๆ ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

ท้ายสุด ขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวที่ให้งำลังใจมาโดยตลอด