



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ก

ตารางแสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพตามโครงสร้างของ
องค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาทางนิตยสาร ซึ่งได้แก่ การพาดหัว (Head line) รูปภาพ
(Visual) และข้อความ (Body copy)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพตามลักษณะการพาหนะ (Head line)

ลำดับ	รหัสภาพโฆษณาสินค้า	ลักษณะการพาหนะ (Head line)					
		01	02	03	04	05	06
1	00101	/					
2	00201						/
3	00301	/					
4	00401	/					
5	00501	/					
6	00601	/					
7	00701						/
8	00802	/					
9	00902	/					
10	01002		/				
11	01102						/
12	01202						/
13	01302	/					
14	01402						/
15	01502	/					
16	01602	/					
17	01702	/					
18	01802	/					
19	01902						/
20	02002	/					
21	02102						/
22	02202	/					
23	02302	/					
24	02402	/					
25	02502	/					
26	02602	/					

27	02702					/
28	02802				/	
29	02902				/	
30	03003	/				
31	03103	/				
32	03203				/	
33	03303	/				
34	03403					/
35	03503					/
36	03603	/				
37	03703					/
38	03803					/
39	03903			/		
40	04003	/				
41	04103					/
42	04203					/
43	04303				/	
44	04403					/
45	04503					/
46	04604					/
47	04704				/	
48	04804				/	
49	04904				/	
50	05004					/
51	05104					/
52	05204	/				
53	05304	/				
54	05404	/				
55	05504					/
56	05604	/				

57	05704	/				
58	05804				/	
59	05904	/				
60	06005	/				
61	06105					/
62	06205					/
63	06305					/
64	06405					/
65	06505					/
66	06605	/				
67	06705	/				
68	06805	/				
69	06905	/				
70	07005	/				
71	07105	/				
72	07205					/
73	07305					/
74	07405	/				
75	07505	/				
76	07605					/
77	07705					/
78	07805	/				
79	07905			/		
80	08005					/
81	08105	/				
82	08205	/				
83	08305	/				
84	08405	/				
85	08505	/				
86	08605	/				

87	08706	/				
88	08806	/				
89	08906	/				
90	09006	/				
91	09106	/				
92	09206					/
93	09306	/				
94	09406	/				
95	09506					/
96	09606	/				
97	09706					/
98	09806	/				
99	09906	/				
100	10006	/				
101	10106	/				
102	10206				/	
103	10306				/	
104	10406				/	
105	10506	/				
106	10606	/				
107	10706	/				
108	10807	/				
109	10907	/				
110	11007	/				
111	11107	/				
112	11207	/				
113	11307				/	
114	11407	/				
115	11507					/
116	11607					/

117	11707	/					
118	11807	/					
119	11907						/
120	12007						/
121	12107	/					
122	12207	/					
123	12307						/
124	12404	/					
125	12507	/					
126	12607	/					
127	12707	/					
128	12807	/					
129	12907	/					
130	13007	/					
131	13107	/					
132	13207	/					
133	13307						/
134	13407	/					
135	13507	/					
136	13607	/					
137	13707	/					
138	13807	/					
139	13907	/					
140	14007	/					
141	14107	/					
142	14207	/					
143	14307	/					
144	14407	/					
145	14507	/					
รวม		90	2	2	10	2	39

ตาราง แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพตามลักษณะการใช้ภาพ (Visual)

ลำดับ	รหัส ภาพ โฆษณา สินค้า	ลักษณะของการใช้ภาพ (Visual)										
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
1	00101	/										
2	00201						/					
3	00301						/					
4	00401	/										
5	00501	/										
6	00601	/										
7	00701						/					
8	00802						/					
9	00902	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	01002						/					
11	01102					/						
12	01202					/						
13	01302					/						
14	01402							/				
15	01502	/										
16	01602							/				
17	01702	/										
18	01802						/					
19	01902							/				
20	02002							/				
21	02102							/				
22	02202							/				
23	02302	/										
24	02402			/								

115	11507	/								
116	11607	/								
117	11707	/								
118	11807	/								
119	11907	/								
120	12007	/								
121	12107	/								
122	12207	/								
123	12307	/								
124	12404	/								
125	12507	/								
126	12607	/								
127	12707	/								
128	12807	/								
129	12907	/								
130	13007	/								
131	13107	/								
132	13207	/								
133	13307	/								
134	13407	/								
135	13507	/								
136	13607	/								
137	13707	/								
138	13807	/								
139	13907	/								
140	14007	/								
141	14107	/								
142	14207	/								
143	14307	/								
144	14407	/								

145	14507	/										
รวม		74	3	3	0	14	7	34	1	7	0	1

ตาราง แสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพตามลักษณะการใช้ข้อความ (Copy)

ลำดับ	รหัสภาพ โฆษณา สินค้า	ลักษณะการใช้ข้อความ (Copy)				
		01	02	03	04	05
1	00101	/				
2	00201			/		
3	00301					/
4	00401			/		
5	00501	/				
6	00601					/
7	00701				/	
8	00802				/	
9	00902				/	
10	01002				/	
11	01102			/		
12	01202					/
13	01302			/		
14	01402				/	
15	01502					/
16	01602			/		
17	01702			/		
18	01802					/
19	01902			/		
20	02002			/		
21	02102					/
22	02202			/		

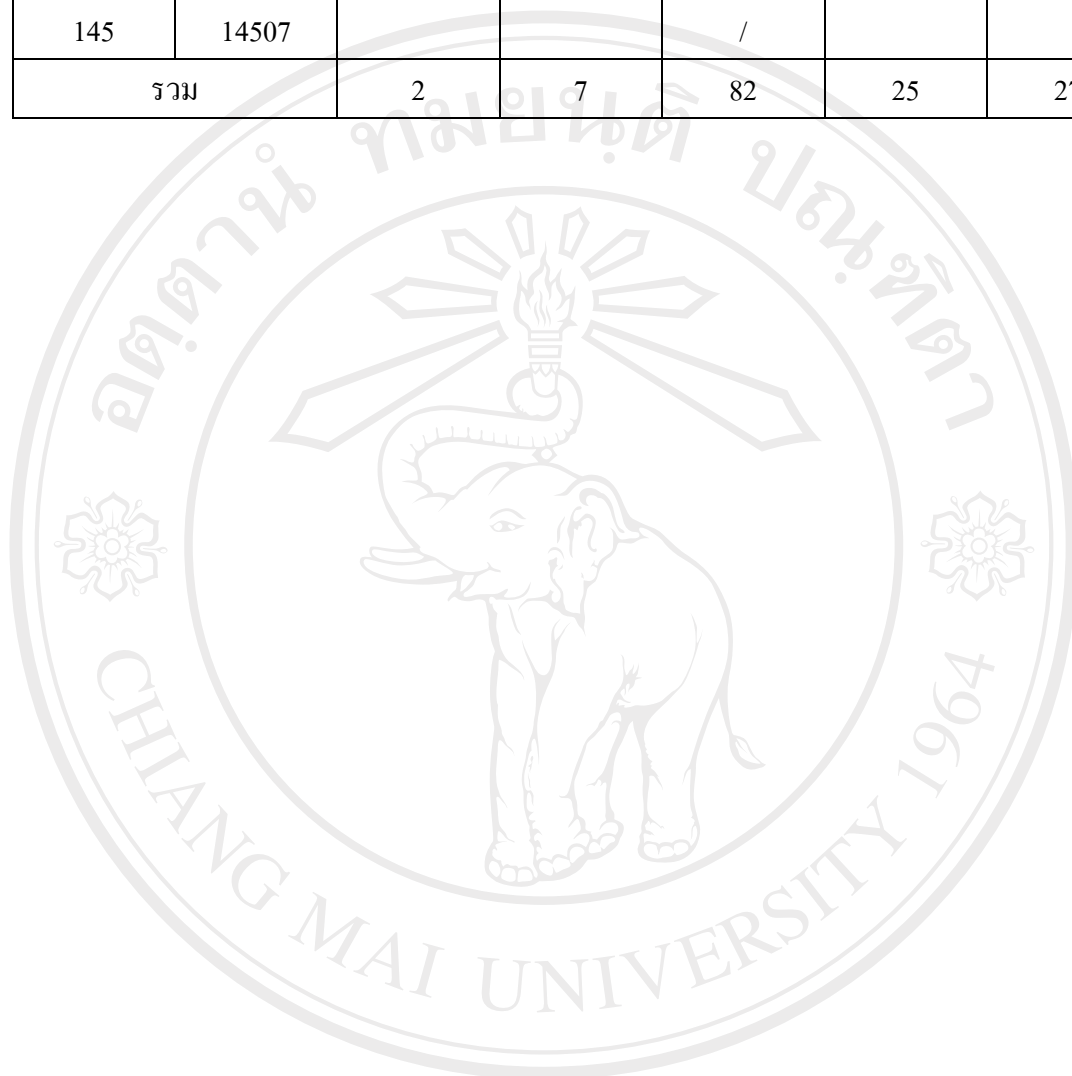
23	02302			/		
24	02402	-	-	-	-	-
25	02502	-	-	-	-	-
26	02602					/
27	02702					/
28	02802				/	
29	02902					/
30	03003					/
31	03103			/		
32	03203					/
33	03303					/
34	03403					/
35	03503					/
36	03603				/	
37	03703				/	
38	03803				/	
39	03903				/	
40	04003				/	
41	04103				/	
42	04203					/
43	04303			/		
44	04403					/
45	04503			/		
46	04604				/	
47	04704					/
48	04804					/
49	04904			/		
50	05004			/		
51	05104					/
52	05204			/		

53	05304			/		
54	05404				/	
55	05504			/		
56	05604			/		
57	05704		/			
58	05804			/		
59	05904			/		
60	06005			/		
61	06105				/	
62	06205			/		
63	06305			/		
64	06405			/		
65	06505			/		
66	06605			/		
67	06705				/	
68	06805			/		
69	06905		/			
70	07005			/		
71	07105			/		
72	07205				/	
73	07305				/	
74	07405			/		
75	07505			/		
76	07605					/
77	07705					/
78	07805			/		
79	07905			/		
89	08005				/	
81	08105			/		
82	08205			/		

83	08305			/		
84	08405			/		
85	08505			/		
86	08605			/		
87	08706					/
88	08806		/			
89	08906			/		
90	09006			/		
91	09106			/		
92	09206			/		
93	09306			/		
94	09406			/		
95	09506		/			
96	09606				/	
97	09706			/		
98	09806			/		
99	09906				/	
100	10006		/			
101	10106			/		
102	10206					/
103	10306					/
104	10406					/
105	10506		/			
106	10606			/		
107	10706			/		
108	10807			/		
109	10907			/		
110	11007			/		
111	11107			/		
112	11207			/		

113	11307					/
114	11407			/		
115	11507			/		
116	11607			/		
117	11707			/		
118	11807			/		
119	11907			/		
120	12007			/		
121	12107			/		
122	12207			/		
123	12307			/		
124	12404			/		
125	12507			/		
126	12607			/		
127	12707			/		
128	12807			/		
129	12907			/		
130	13007			/		
131	13107			/		
132	13207				/	
133	13307					/
134	13407				/	
135	13507				/	
136	13607			/		
137	13707			/		
138	13807			/		
139	13907				/	
140	14007			/		
141	14107		/			
142	14207			/		

143	14307			/		
144	14407			/		
145	14507			/		
รวม		2	7	82	25	27



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ภาคผนวก ข

แนวทางการออกแบบโฆษณาสินค้าสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถามประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ (Independent Study)

เรื่อง: “แนวทางการออกแบบโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร สำหรับผู้สูงอายุ” (Print Advertising Design of Health Product for Elderly People)

โดย: นางสาว เกวริย์ จินะวงศ์ รหัสนักศึกษา: 4840311

นักศึกษาปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย สาขาศิลปและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบโฆษณาในนิตยสารที่เกี่ยวกับสินค้าสุขภาพ ในผู้สูงอายุ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบการโฆษณาสินค้าสุขภาพ ในนิตยสาร สำหรับผู้สูงอายุ
2. ข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บเป็นความลับ และใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น
3. แบบสอบถามนี้แบ่งได้เป็น 4 ส่วน ได้แก่
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป 6 ข้อ
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพ 4 ข้อ
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ 8 ข้อ
 - ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับขององค์ประกอบต่าง ๆ ในโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร ความชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อเสนอแนะ 15 ข้อ
4. สามารถเลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ เท่านั้น ยกเว้นข้อที่ระบุเพิ่มเติมว่า สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

นิยามศัพท์

สินค้าสุขภาพ: ในที่นี้กำหนดให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อ บำรุง ส่งเสริมสุขภาพ นอกเหนือจากอาหารปกติทั่วไป และเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้ความควบคุมของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือเป็นวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้บำรุง รักษา หรือใช้ประกอบการป้องกัน ดูแลรักษาสุขภาพ แต่ไม่รวมถึงการให้บริการอื่น ๆ

กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ในส่วนที่เป็น () และตอบคำถามในส่วนที่เป็น ส่วนที่ 1
ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ ปี
3. อาชีพ
4. รายได้โดยประมาณ
5. ค่าใช้จ่ายเพื่อสุขภาพโดยประมาณ
6. โรคประจำตัว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพ

7. ท่านรู้จักสินค้าสุขภาพประเภทใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------------|----------------------------|
| () อาหารและของขบเคี้ยว | () เครื่องดื่ม |
| () เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว | () อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า |
| () ผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม | |
| () ผลิตภัณฑ์ทั่วไป อื่น ๆ ระบุ | |

8. ปัจจุบันท่านใช้สินค้าสุขภาพประเภทใดบ้าง (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------------|----------------------------|
| () อาหารและของขบเคี้ยว | () เครื่องดื่ม |
| () เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว | () อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า |
| () ผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม | |
| () ผลิตภัณฑ์ทั่วไป อื่น ๆ ระบุ | |

9. ท่านรู้จักสินค้าสุขภาพดังกล่าวจากแหล่งใด (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|-----------------------------|
| () สื่อโทรทัศน์ | () สื่อวิทยุ |
| () สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ | () สื่อออนไลน์ เช่น |
| นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว | อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ |
| () อื่น ๆ ระบุ | |

10. เหตุใดท่านจึงใช้สินค้าสุขภาพดังกล่าว (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|-----------------------------------|
| () มีความจำเป็นต้องใช้ | () เห็นผู้อื่นใช้/แนะนำจึงใช้ตาม |
| () เห็นสินค้าดังกล่าวในโฆษณา จึงซื้อมาใช้ | |
| () อื่น ๆ ระบุ | |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

11. ในชีวิตประจำวันท่านรับข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพจากสื่อประเภทใด (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ และกรุณาเรียงลำดับสื่อที่ท่านใช้มากที่สุดในการหาข้อมูล)

ลำดับที่ () โทรทัศน์

ลำดับที่ () วิทยู

ลำดับที่ () สิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วารสาร ฯลฯ

ระบุ

ลำดับที่ () อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ

ลำดับที่ () อื่น ๆ

ระบุ

12. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการรับข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพต่าง ๆ อย่างไร (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

() เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพทั่วไป

() เพื่อหาข้อมูลสุขภาพเกี่ยวกับตนเอง

() เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพ เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ ยา ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ อุปกรณ์/เครื่องมือดูแลสุขภาพ ฯลฯ

() อื่น ๆ ระบุ

13. ท่านอ่านนิตยสารเกี่ยวกับสุขภาพบ้าง หรือไม่

() อ่าน ระบุ

() ไม่อ่าน

14. ในนิตยสารสุขภาพที่ท่านอ่าน ท่านพบการโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพหรือไม่

() พบ

() ไม่พบ

15. ท่านเคยหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพ ในนิตยสารดังกล่าวหรือไม่

() เคย

() ไม่เคย

16. ท่านคิดว่าข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพที่ท่านต้องการ ในนิตยสารเพียงพอหรือไม่

() เพียงพอ

() ไม่เพียงพอ

17. ท่านคิดว่าข้อมูลดังกล่าว มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสุขภาพของท่านหรือไม่

() มี

() ไม่มี

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับขององค์ประกอบต่าง ๆ ในโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร

18. ท่านคิดว่าลักษณะการพาดหัว (Head Line) ของภาพโฆษณาสินค้าดังกล่าวเป็นอย่างไร

- ☐ เสนอประโยชน์ (Benefits) หรือเหตุผลที่ต้องใช้สินค้า
- ☐ ประกาศถึงสิ่งใหม่
- ☐ ระบุกลุ่มเป้าหมาย
- ☐ เร่งเร้าความอยากรู้ แต่ไม่ก่อความสับสน
- ☐ สอดคล้องกับภาพ (Visual) และ โยงความอยากรู้ไปสู่ ข้อความ (Copy)
- ☐ เอ่ยชื่อสินค้า (Brand name)
- ☐ ระบุประเภทของสินค้า
- ☐ อื่น ๆ ระบุ

19. ท่านคิดว่าขนาดของตัวอักษร (Size) ที่ใช้ในการพาดหัว (Head Line) มีความเหมาะสมหรือไม่

- ☐ เหมาะสม
- ☐ ไม่เหมาะสม

20. ท่านคิดว่ารูปแบบของตัวอักษร (Font) ที่ใช้ในการพาดหัว (Head Line) มีความเหมาะสมหรือไม่

- ☐ เหมาะสม
- ☐ ไม่เหมาะสม

21. ท่านคิดว่าสี (Color) ที่ใช้ในการพาดหัว (Head Line) มีความเหมาะสม หรือไม่

- ☐ เหมาะสม
- ☐ ไม่เหมาะสม

22. ท่านคิดว่าตำแหน่ง (Position) ที่วางพาดหัว (Head Line) นั้นเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

- ☐ เหมาะสม
- ☐ ไม่เหมาะสม

23. ท่านคิดว่าลักษณะภาพ (Visual) ที่ใช้ในภาพโฆษณาสินค้าดังกล่าวเป็นอย่างไร

- ☐ สร้างความน่าสนใจ โดยจับเอาความแปลก, ใหม่, เร้าใจ, ชั่วชวน
- ☐ มีความสัมพันธ์กับพาดหัว (Head Line) และ ข้อความ (Copy)
- ☐ เห็นตัวสินค้า
- ☐ ไม่เห็นสินค้า แต่แสดงข้อดีเพื่อให้เห็นเป็นเด่นชัด
- ☐ นาย/นางแบบเหมาะกับเนื้อหา, สินค้า และกลุ่มเป้าหมาย
- ☐ อื่น ๆ ระบุ

24. ท่านคิดว่าขนาด (Size) ของภาพ (Visual) ที่ใช้ในประกอบการโฆษณา มีความเหมาะสมหรือไม่

- ☐ เหมาะสม
- ☐ ไม่เหมาะสม

25. ท่านคิดว่าตำแหน่ง (Position) ที่วางภาพ (Visual) นั้นเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

- ☐ เหมาะสม
- ☐ ไม่เหมาะสม

26. ท่านคิดว่าลักษณะของข้อความ (Body Copy) ที่ใช้ในภาพโฆษณาสินค้าดังกล่าวเป็นอย่างไร

- () แบ่งบรรทัดให้อ่านง่าย
- () หลีกเลี่ยงคำที่ซับซ้อน เข้าใจยาก เว้นแต่จะมีการอธิบายเพิ่มเติม
- () ใช้คำว่า “คุณ” เพื่อสร้างความมีส่วนร่วม
- () จบลงด้วยการกระตุ้นให้เกิดความอยากใช้/บริโภค หรือซื้อสินค้า
- () บอกบางสิ่งที่ยากจะให้อ่านได้รู้ โดยไม่ทำให้เขาเบื่อ
- () ให้เหตุผลว่าทำไมผู้อ่านต้องอยากใช้/บริโภค หรือซื้อสินค้า
- () เรียกซื้อสินค้าบ่อย ๆ
- () อื่น ๆ ระบุ

27. ท่านคิดว่าขนาดของตัวอักษร (Size) ที่ใช้เป็นข้อความ (Body Copy) ในการให้ข้อมูลสินค้ามีความเหมาะสมหรือไม่

- () เหมาะสม
- () ไม่เหมาะสม

28. ท่านคิดว่ารูปแบบของตัวอักษร (Font) ที่ใช้เป็นข้อความ (Body Copy) ในการให้ข้อมูลสินค้ามีความเหมาะสมหรือไม่

- () เหมาะสม
- () ไม่เหมาะสม

29. ท่านคิดว่าสีของตัวอักษร (Font) ที่ใช้เป็นข้อความ (Body Copy) ในการให้ข้อมูลสินค้ามีความเหมาะสมหรือไม่

- () เหมาะสม
- () ไม่เหมาะสม

30. ท่านคิดว่าภาพโฆษณาสินค้าสุภาพนี้ สามารถให้ข้อมูลกับท่านได้พอเพียงหรือไม่

- () เพียงพอ
- () ไม่เพียงพอ

31. ท่านชอบหรือไม่ชอบภาพโฆษณาสินค้าดังกล่าว เพราะอะไร กรุณาให้เหตุผล

.....

32. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบคุณ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นางสาวเกวริย์ จินะวงศ์

วัน เดือน ปี เกิด

17 พฤษภาคม 2525

ประวัติการศึกษา

วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาถ่ายภาพบำบัด
คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2546

ประวัติการทำงาน

นักถ่ายภาพบำบัดประจำบริษัทฟาร์ม้าช้อยซ์อินเตอร์
เนชั่นแนลจำกัด (2547 - 2550)
นักถ่ายภาพบำบัดนอกเวลา โรงพยาบาลลานนา,
โรงพยาบาลช้างเผือก (2549 - 2550)

สถานที่ติดต่อ

83/1 ม.3 ต.ท่าศาลา อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000

Email

pt_235@hotmail.com