

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	4
1.5 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	4
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อ	6
2.2. แนวคิดเกี่ยวกับการ โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์	29
2.3 นิติสาร	34
2.4. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์	37
2.5 แนวคิดด้านพฤติกรรมการบริโภค	37
2.6. แนวคิดและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ	44
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	50
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	55
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	55
3.2 วิธีการเก็บข้อมูล	55
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	75
3.4 รูปแบบการออกแบบสื่อโฆษณาในนิติสาร	76

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	77
4.1 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างขององค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ละโครงสร้าง	77
4.2 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างขององค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ เมื่อนำมารวมเข้าด้วยกัน เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างที่พบได้บ่อย และความนิยม ในการใช้โครงสร้างแบบต่างๆ	130
4.3 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างโฆษณาเมื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย	139
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ	184
5.1 สรุปผลการศึกษา	184
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	196
5.3 ปัญหาที่พบในการศึกษา	198
5.4 ข้อเสนอแนะ	199
บทที่ 6 รูปแบบการออกแบบ	202
6.1 สินค้าที่ 1: Sensifoot ถุงเท้าสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน	202
6.2 สินค้าที่ 2: Jobst ถุงน่องป้องกันเส้นเลือดขด	205
6.3 สินค้าที่ 3: Tubigrip ผ้ายืดสวมกระชับกล้ามเนื้อ	208
เอกสารอ้างอิง	212
ภาคผนวก	214
ภาคผนวก ก ตารางแสดงผลการแบ่งกลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพ ตามโครงสร้างขององค์ประกอบที่ใช้ในการโฆษณาทางนิตยสาร	215
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม เรื่อง แนวทางการออกแบบโฆษณาสินค้าสุขภาพ ทางนิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ	232
ประวัติผู้เขียน	238

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นโฆษณาสินค้าสุขภาพจากนิตยสาร	58
2 กลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทอาหาร และของขบเคี้ยว	58
3 กลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่ม	59
4 กลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และของใช้ส่วนตัว	61
5 กลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า	62
6 กลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยา และอาหารเสริม	63
7 กลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป	65
8 กลุ่มตัวอย่างภาพโฆษณาสินค้าประเภทโฆษณาแยกย่อย	66
9 ความหมายของภาพตามองค์ประกอบโฆษณาสินค้าประเภทอาหารและของขบเคี้ยว	80
10 ความหมายของภาพตามองค์ประกอบโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องดื่ม	83
11 ความหมายของภาพตามองค์ประกอบโฆษณาสินค้าเครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว	90
12 ความหมายของภาพตามองค์ประกอบโฆษณาสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า	96
13 ความหมายของภาพตามองค์ประกอบโฆษณาสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม	101
14 ความหมายของภาพตามองค์ประกอบโฆษณาสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วไป	110
15 ความหมายของภาพตามองค์ประกอบโฆษณาสินค้าประเภทโฆษณาแยกย่อย	117
16 ความถี่ของช่วงอายุ และเพศของผู้สูงอายุ ที่ตอบแบบสอบถาม	139
17 ความถี่ของอายุแยกเป็นอายุในแต่ละปีและเพศของผู้สูงอายุ ที่ตอบแบบสอบถาม	140
18 ความถี่ของรายได้โดยประมาณต่อเดือนของผู้สูงอายุ	141
19 ความถี่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุต่อเดือน	142
20 ความถี่เกี่ยวกับอาชีพของผู้สูงอายุ	143
21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ และชนิดของภาพที่เลือก	145
22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และชนิดของภาพที่เลือก	149
23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่ได้รับและรายจ่ายที่ใช้เกี่ยวกับด้านสุขภาพ	151
24 แสดงประเภทสินค้าสุขภาพที่ผู้สูงอายุรู้จัก	154
25 ประเภทสินค้าสุขภาพที่ผู้สูงอายุใช้	155
26 แหล่งที่มาของสื่อสินค้าสุขภาพที่ผู้สูงอายุรู้จัก	155

27	เหตุผลของการใช้สีนํ้าสุภาพของผู้สูงอายุ	156
28	ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสื่อ และลำดับของสื่อที่ผู้สูงอายุใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ	157
29	วัตถุประสงค์ในการหาข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ	158
30	แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการรับสีนํ้าสุภาพทางนิตยสาร ในผู้สูงอายุ	158
31	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี (Color) และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	160
32	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพ และตำแหน่งของภาพ	161
33	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	162
34	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร	163
35	สีและตำแหน่งที่ใช้ในการพาดหัว	164
36	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพ และตำแหน่งของภาพ	164
37	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	166
38	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	166
39	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพ และตำแหน่งของภาพ	167
40	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	168
41	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	169
42	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพ และตำแหน่งของภาพ	169
43	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สีและตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	171
44	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	171
45	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพ และตำแหน่งของภาพ	172

46	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	173
47	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	174
48	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพ และตำแหน่งของภาพ	174
49	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	176
50	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	176
51	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพและตำแหน่งของภาพ	177
52	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	178
53	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	178
54	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพและตำแหน่งของภาพ	179
55	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	180
56	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	180
57	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของภาพและตำแหน่งของภาพ	181
58	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษรรูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการแสดงข้อความ	182
59	ความเห็นของผู้สูงอายุเกี่ยวกับขนาดของตัวอักษร รูปแบบของตัวอักษร สี และตำแหน่ง ที่ใช้ในการพาดหัว	182
60	จำนวนโครงสร้างขององค์ประกอบที่พบในการโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร	183

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ลำดับที่ 1 Dorset cereal (00401)	136
2 ลำดับที่ 2 เครื่องดื่ม B-ing (02002)	136
3 ลำดับที่ 3 Amela-Ex (04203)	137
4 ลำดับที่ 4 Omega3 Plus (13207)	137
5 ลำดับที่ 5 Omron (04704)	137
6 ลำดับที่ 6 Sensifoot (09706)	137
7 ลำดับที่ 7 ทูบี่กริบ (08906)	137
8 ลำดับที่ 8 Blackmore (07305)	137
9 ลำดับที่ 9 An An (09106)	138
10 ลำดับที่ 10 Caltrate (06205)	138
11 โครงสร้างการออกแบบ แบบที่ 1	193
12 โครงสร้างการออกแบบ แบบที่ 2	194
13 โครงสร้างการออกแบบ แบบที่ 3	195
14 ผลิตภัณฑ์ Sensifoot	204
15 ผลิตภัณฑ์ Jobst	207
16 ผลิตภัณฑ์ Tubigrip	210