

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	การออกแบบโฆษณาสินค้าสุขภาพทางนิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ
ผู้เขียน	นางสาว เกวริย์ จินะวงศ์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีรภัทร วรรณฤมล

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบสื่อโฆษณาในนิตยสารเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพในผู้สูงอายุ การศึกษามี 2 ขั้นตอน คือ 1) วิเคราะห์แนวทางจากภาพโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสารทั้งหมด 145 ภาพ โดยทำการวิเคราะห์โครงสร้างขององค์ประกอบดังต่อไปนี้ การพาดหัว (Head Line) รูปภาพ (Visual) และข้อความ (Body Copy) 2) เลือกภาพโฆษณาที่มีความถี่ของการใช้โครงสร้างขององค์ประกอบทางโฆษณาที่พบมากที่สุดจำนวน 10 ภาพ เพื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้สูงอายุ จำนวน 50 คน มีอายุอยู่ในช่วง 50-80 ปี โดยใช้แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1. ข้อมูลทั่วไป 2. ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสุขภาพ 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และ 4. ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบต่าง ๆ ในโฆษณาสินค้าสุขภาพในนิตยสาร และความชอบของผู้สูงอายุ

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ชอบโฆษณาสินค้าสุขภาพทางนิตยสารที่มีแนวทางการออกแบบสื่อโฆษณาครั้งนี้ สื่อโฆษณาสินค้าสุขภาพทางนิตยสารที่มีการใช้การพาดหัวแบบใช้คุณค่าของความเป็นข่าว โดยใช้ข้อเท็จจริงของสินค้า/บริการ โดยใช้ภาพประกอบที่แสดงความสุขจากการใช้สินค้า ร่วมกับการใช้ข้อความที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า และยังพบอีกว่าตำแหน่งของการพาดหัวที่ดีนั้นควรวางอยู่ด้านบนสุดของหน้านิตยสาร จากด้านซ้ายก่อนมาทางกึ่งกลางของหน้ากระดาษ ในส่วนของรูปภาพนั้น ผู้สูงอายุให้ความเห็นว่าควรมีขนาดใหญ่ สีสดใส และอยู่ในตำแหน่งกลางหน้ากระดาษ และในส่วนของข้อความผู้สูงอายุให้ความเห็นว่า ควร

ใช้ข้อความที่ไม่มากจนเกินไป ใช้สีตัวอักษรที่กลมกลืนกับภาพรวมทั้งหมด และควรวางไว้ด้านล่าง
ของหน้ากระดาษ หรือกึ่งกลางก่อนมาทางด้านขวามือ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Print Advertising Design of Health Product for Elderly People
Author	Miss Keavaree Jinawong
Degree	Master of Arts (Media Arts and Design)
Independent Study Advisor	Asst. Prof. Terapatt Vannaruemol

ABSTRACT

This independent study has an objective which is to study the print advertising design of health product for elderly people. The study has 2 processes which are 1) collects 145 health product print ads from magazines to analyse the structure of elements which are 1. head line 2. visual and 3. body copy; 2) selects 10 print ads which the structure of elements are the most used, to illustrate along with questionnaires to elderly which are 50 research participants, age between 50 -80 years old. The questionnaires consisted 4 parts that are 1. general information 2. health product information 3. media receptivity and 4. elements in print ads as the elderly people are satisfied.

The results of the analyse imply that almost elderly people satisfied with printed advertising design which use; “fact” headline that telling the fact of product and service; illustration that show the happiness due to using product and; body copy that giving product information. The position of the headline should be on the top from the left to the center of page. Illustration should be large, colorful and posed in the middle of page. Body copy should not be too long, use font color that support the overall and should be at the lower from center to the right of page.