

การออกแบบแคมเปญการเที่ยวในสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่นหญิง  
CLUB GOING CAMPAIGN FOR TEENAGE GIRLS



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชานิตศิลป์ ภาควิชานิตศิลป์

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบแคมเปญการเที่ยวในสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่นหญิง  
CLUB GOING CAMPAIGN FOR TEENAGE GIRLS

นักศึกษา ลลิต รุจทิฆัมพร

รหัสประจำตัว 63020275

หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา นิเทศศิลป์

ภาควิชา นิเทศศิลป์

คณะ สถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. มนวดี ศิริเปรมฤดี

( ดร. มนวดี ศิริเปรมฤดี )

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ 3 เดือน 6 พ.ศ. 2567

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบแคมเปญการเที่ยวในสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่นหญิง CLUB GOING CAMPAIGN FOR TEENAGE GIRLS
นักศึกษา	ลลิต รุจทิษฐ์มพร
รหัสประจำตัว	63020275
หลักสูตร	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. มนวดี ศิริเปรมฤดี

### บทคัดย่อ

สถานบันเทิงเป็นสถานที่ที่มีการรวมตัวของวัยรุ่นเพื่อไปสังสรรค์ ซึ่งเวลาที่สถานบันเทิงจะเปิดบริการคือช่วงกลางคืน และเป็นสถานที่ที่ปิด ผู้ปกครองหลายคนไม่สามารถที่จะปล่อยบุตรหลานไปสถานบันเทิงโดยเฉพาะบุตรหลานที่เป็นเพศหญิง โดยกล่าวว่าเป็นสถานที่อันตรายสำหรับเพศหญิงอย่างมาก โดยขาดการสั่งสอนถึงการเอาตัวรอด ดูแลและรักษาตัวเอง ทำให้ตัวเด็กยิ่งอยากรู้อย่างลองและไปโดยที่ขาดความรู้และความเข้าใจ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงตั้งใจจะนำปัญหาที่พบและประเด็นดังกล่าวมาศึกษาเพื่อค้นหาวิธีส่งเสริมความตระหนักรู้ ผ่านการนำเสนอภายใต้แคมเปญรณรงค์ที่มีชื่อว่า "Lady Ready" ซึ่งมีจุดประสงค์ในการสร้างความตระหนักรู้และเสริมสร้างความรู้ในการเที่ยวสถานบันเทิงในยามค่ำคืนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยรุ่นผู้เพศหญิง

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดีเนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.มนวดี ศิริเปรมฤดี ท่านได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำปรึกษาการดำเนินงานวิจัย ตลอดจนได้ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการจัดทำครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเพื่อนและครอบครัวของผู้วิจัย ที่ได้ให้กำลังใจและส่งเสริมสนับสนุนกำลังทรัพย์ในการศึกษาเล่าเรียนครั้งนี้จนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุก ๆ ท่านที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงเพื่อนและพี่น้องที่เป็นผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลในการศึกษาเป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณ บูรพาจารย์ และผู้มีอุปการคุณทุกท่านที่มีส่วนส่งเสริมให้ผู้ศึกษาประสบความสำเร็จในการดำเนินชีวิตและก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ลลิต รุจทิฆัมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ .....	IV
สารบัญรูปภาพ .....	VI
บทที่ 1 บทนำ.....	10
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	10
1.2 วัตถุประสงค์ .....	11
1.3 ขอบเขตของงาน .....	11
1.4 ขั้นตอนของการดำเนินงาน .....	12
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	13
2.1 การออกแบบแคมเปญ .....	13
2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ .....	14
2.3 วิทยุรุ่น.....	18
2.4 เพศหญิงกับสังคมไทย .....	21
2.5 การทำแท้งในประเทศไทย .....	22
2.6 โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่นและเยาวชน.....	22
2.7 สถานบันเทิง .....	23
2.8 สารเสพติด .....	24
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย .....	27
3.1 วัตถุประสงค์ของแคมเปญ.....	27
3.2 กลุ่มเป้าหมายของแคมเปญ .....	27
3.3 วิธีการเก็บข้อมูล .....	27
บทที่ 4 การดำเนินการออกแบบ .....	28
4.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	28
4.2 แนวคิดและการออกแบบ .....	28
4.3 การออกแบบโลโก้แคมเปญ.....	33
4.4 การออกแบบโปสเตอร์เพื่อใช้ในการโปรโมตแคมเปญ.....	34
4.5 การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์.....	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.6 การออกแบบชุดคู่มือ .....	40
4.7 การออกแบบสิ่งของในชุดสื่อการเรียนรู้.....	43
4.8 การออกแบบโปสเตอร์บนอินสตาแกรม .....	48
บทที่ 5 ผลงานสำเร็จ.....	50
5.1 โลโก้.....	49
5.2 โปสเตอร์.....	49
5.3 กล่องบรรจุภัณฑ์.....	52
5.4 ป้ายห้อยกล่องบรรจุภัณฑ์.....	52
5.5 ชุดคู่มือ.....	53
5.6 สิ่งของในชุดสื่อการเรียนรู้.....	77
5.7 โปสเตอร์อินสตาแกรม.....	82
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	83
6.1 บทสรุป .....	83
6.2 ปัญหาและข้อจำกัด.....	83
6.3 ข้อเสนอแนะ .....	83
บรรณานุกรม.....	84
ประวัติผู้วิจัย.....	87

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพประกอบการแสดงการเจริญเติบโตของสมองในอายุ 24 ปีแรกของชีวิต .....	19
ภาพที่ 2 ตารางแสดงอัตราการกระทำแท้งในประเทศไทยจำแนกตามกลุ่มอายุ.....	22
ภาพที่ 3. แผนภาพแสดงอัตราป่วยด้วยโรคติดต่อเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่นและเยาวชน.....	23
ภาพที่ 4 มู้ดบอร์ด (Moodboard) ของแคมเปญในแนวความคิดที่ 1.....	29
ภาพที่ 5 ชุดสีที่ใช้ (Color Palette) ภายในแคมเปญในแนวความคิดที่ 1 .....	30
ภาพที่ 6 การกำกับศิลป์ (Art Direction) ภายในแคมเปญในแนวความคิดที่ 1 .....	30
ภาพที่ 7 มู้ดบอร์ด (Moodboard) ของแคมเปญ .....	31
ภาพที่ 8 ชุดสีที่ใช้ (Color Palette) ภายในแคมเปญ.....	31
ภาพที่ 9 การกำกับศิลป์ (Art Direction) ภายในแคมเปญ.....	32
ภาพที่ 10 แบบร่างโลโก้ของแคมเปญ ครั้งที่ 1.....	33
ภาพที่ 11 แบบร่างโลโก้ของแคมเปญ ครั้งที่ 2 .....	33
ภาพที่ 12 แบบร่างโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 1.....	34
ภาพที่ 13 แบบร่างโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 2.1.....	35
ภาพที่ 14 แบบร่างโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 2.2.....	35
ภาพที่ 15 แบบร่างชุดโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 3.....	36
ภาพที่ 16 แบบร่างชุดโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 4.....	36
ภาพที่ 17 แบบร่างของแบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 .....	37
ภาพที่ 18 โแบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 เมื่อประกอบรูปแบบจำลอง .....	38
ภาพที่ 19 โแบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 .....	39
ภาพที่ 20 โแบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 เมื่อประกอบรูปแบบจำลอง .....	39
ภาพที่ 21 แบบร่างป้ายห้อยสำหรับกล่องบรรจุภัณฑ์ .....	40
ภาพที่ 22 แบบร่างเนื้อหาภายในคู่มือทั้ง 3 เล่ม.....	40
ภาพที่ 23 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 1 .....	41
ภาพที่ 24 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 2 .....	42
ภาพที่ 25 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 3 .....	42
ภาพที่ 26 พวงกุญแจเบอร์ดูเคิน.....	43
ภาพที่ 27 พวงกุญแจที่อยู่.....	44
ภาพที่ 28 สติกเกอร์สำหรับปิดปากแก้ว .....	44
ภาพที่ 29 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ลูกอม .....	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 30	กล่องบรรจุภัณฑ์ยาคุม .....	46
ภาพที่ 31	บรรจุภัณฑ์ถุงยางอนามัย .....	46
ภาพที่ 32	บรรจุภัณฑ์ของถุงยางอนามัย .....	47
ภาพที่ 33	กำไลข้อมือสำหรับการตรวจสารเสพติดในแก้ว .....	47
ภาพที่ 34	ชุดสติ๊กเกอร์ที่อยู่ในชุดสื่อการเรียนรู้ .....	48
ภาพที่ 35	แบบร่างโปสเตอร์บนอินสตาแกรม .....	49
ภาพที่ 36	โลโก้สำเร็จ .....	50
ภาพที่ 37	โปสเตอร์สำเร็จอันที่ 1 .....	50
ภาพที่ 38	โปสเตอร์สำเร็จอันที่ 2 .....	51
ภาพที่ 39	โปสเตอร์สำเร็จอันที่ 3 .....	51
ภาพที่ 40	กล่องบรรจุภัณฑ์สำเร็จ .....	52
ภาพที่ 41	ป้ายห้อยกล่องบรรจุภัณฑ์สำเร็จ .....	52
ภาพที่ 42	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้าปกหลังและหน้าปก .....	53
ภาพที่ 43	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 2-3 .....	53
ภาพที่ 44	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 4-5 .....	54
ภาพที่ 45	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 6-7 .....	55
ภาพที่ 46	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 8-9 .....	55
ภาพที่ 47	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 10-11 .....	55
ภาพที่ 48	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 12-13 .....	56
ภาพที่ 49	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 14-15 .....	56
ภาพที่ 50	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 16-17 .....	57
ภาพที่ 51	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 18-19 .....	57
ภาพที่ 52	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 20-21 .....	58
ภาพที่ 53	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 22-23 .....	58
ภาพที่ 54	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 24-25 .....	59
ภาพที่ 55	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 26-27 .....	59
ภาพที่ 56	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 28-29 .....	60
ภาพที่ 57	เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 30-31 .....	60
ภาพที่ 58	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าปกหลังและหน้าปก .....	61
ภาพที่ 59	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้า 2-3 .....	61
ภาพที่ 60	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้า 4-5 .....	62
ภาพที่ 61	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้า 6-7 .....	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 62	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 7-8.....	63
ภาพที่ 63	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 9-10.....	63
ภาพที่ 64	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 11-12 .....	64
ภาพที่ 65	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 13-14 .....	64
ภาพที่ 66	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 15-16 .....	65
ภาพที่ 67	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 17-18.....	65
ภาพที่ 68	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 19-20 .....	66
ภาพที่ 69	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 21-22.....	66
ภาพที่ 70	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 23-24 .....	67
ภาพที่ 71	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 25-26.....	67
ภาพที่ 72	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 27-28 .....	68
ภาพที่ 73	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 29-30 .....	68
ภาพที่ 74	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 30-31 .....	69
ภาพที่ 75	เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club	หน้าที่ 32-33 .....	69
ภาพที่ 76	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าปกหลังและหน้าปก.....	70
ภาพที่ 77	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 2-3.....	70
ภาพที่ 78	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 4-5.....	71
ภาพที่ 79	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 6-7.....	71
ภาพที่ 80	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 8-9.....	72
ภาพที่ 81	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 10-11 .....	72
ภาพที่ 82	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 12-13.....	73
ภาพที่ 83	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 14-15 .....	73
ภาพที่ 84	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 16-17.....	74
ภาพที่ 85	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 18-19 .....	74
ภาพที่ 86	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 20-21 .....	75
ภาพที่ 87	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 22-23 .....	75
ภาพที่ 88	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 24-25 .....	76
ภาพที่ 89	เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club	หน้าที่ 26-27 .....	76
ภาพที่ 90	พวงกุญแจเบอร์ฉุกฉิน.....		77
ภาพที่ 91	พวงกุญแจที่อยู่.....		77
ภาพที่ 92	สติ๊กเกอร์สำหรับปิดปากแก้วสำหรับป้องกัน .....		78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 93	บรรจุภัณฑ์ลูกอม.....	78
ภาพที่ 94	กล่องบรรจุภัณฑ์ยาคุม.....	79
ภาพที่ 95	กล่องบรรจุภัณฑ์ถุงยางอนามัย.....	79
ภาพที่ 96	กล่องบรรจุภัณฑ์ซองถุงยางอนามัย.....	80
ภาพที่ 97	กำไลข้อมือสำหรับการตรวจสอบสารเสพติดในแก้ว.....	80
ภาพที่ 98	ชุดสติ๊กเกอร์ที่อยู่ในชุดสื่อการเรียนรู้.....	81
ภาพที่ 99	กล่องบรรจุภัณฑ์ซองถุงยางอนามัย.....	82



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

วัยรุ่น (Adolescence) เป็นวัยที่เชื่อมระหว่างความเป็นเด็กกับการเป็นผู้ใหญ่ เป็นวัยที่มีการปรับพฤติกรรมวัยเด็กไปสู่พฤติกรรมแบบผู้ใหญ่ที่สังคมนั้นยอมรับ เด็กวัยรุ่นจึงไม่ใช่เป็นเพียงการเจริญเติบโตทางด้านร่างกาย แต่หมายถึงการเจริญเติบโตทางสังคม นอกจากนี้วัยรุ่นมีความรู้สึกนึกคิดเป็นของตัวเอง สนใจสิ่งแปลกใหม่มีความอยากรู้อยากเห็น ชอบท้าทาย กล้าแสดงออก ต้องการความ เป็นอิสระจากพ่อแม่ ให้ความสำคัญกับเพื่อนมาก ต้องการให้สังคมยอมรับ ชอบอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม และชอบทำตาม เพื่อนจึงมีโอกาสดูถูกชักชวนให้มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมได้ เช่น สูบบุหรี่ ดื่มสุรา การใช้สารเสพติด และการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย เป็นต้น

พ่อแม่ส่วนใหญ่ไม่กล้าสอนเรื่องเพศเพราะไม่รู้ว่าจะต้องเริ่มอย่างไร ถึงแม้สังคมในปัจจุบันจะเปิดกว้างและมีการพูดถึงเรื่องเพศศึกษากันมากขึ้น โดยเฉพาะวัยรุ่น แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าเด็กหลายคนยังไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ดีพอจนเป็นสาเหตุให้เกิดปัญหาเรื่องเพศอยู่บ่อยไม่ว่าจะเป็น การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การตั้งครรภ์โดยไม่พร้อม จากจำนวนการทำแท้งในวัยรุ่นในประเทศไทย สถิติงานวิจัยตัวเลขสถิติการทำแท้งมีประมาณ 300,000 ราย ต่อปี (มูลนิธิเพื่อสุขภาพและสิทธิอนามัยการเจริญพันธุ์ของสตรี (แห่งประเทศไทย), 2562) และการเกิดโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ไปจนถึงการข่มขืนซึ่งสำรวจหนังสือพิมพ์ไทยทั้งหมด 9 ฉบับพบว่า มีข่าวข่มขืนคิดเป็น ร้อยละ 43.9 จากข่าวทั้งหมด (อังคณา อินทสา, 2562) และเมื่อเกิดเรื่องเด็กก็มักไม่กล้าพูดไม่กล้าบอกใครเพราะอายและกลัวโดนตัดสินจากคนรอบตัวและสังคม

ในปัจจุบันการเลี้ยงดูลูกของพ่อแม่ในประเทศไทยนอกจากไม่กล้าพูดสอนลูกเรื่องเพศแล้ว ยังมีการเลี้ยงดูในรูปแบบเข้มงวดอีกด้วย กล่าวคือ คอยควบคุมลูกให้อยู่ในอวาท ห้ามทำในสิ่งที่ตัวเองคิดว่าไม่ดี ที่คิดว่ามีแนวโน้มให้ลูกเสียคน อย่างการห้ามไปสถานบันเทิงในยามค่ำคืน ยิ่งเป็นเพศหญิงโอกาสในการที่พ่อแม่จะอนุญาตให้ไปยิ่งน้อยกว่าเพศชาย ทำให้ลูกยิ่งอยากรู้อยากลองเมื่อมีโอกาส เมื่อวัยรุ่นได้ไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืนมักมีการดื่มสุราหรือแอลกอฮอล์ด้วยและด้วยความมืดของสถานบันเทิงประกอบกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้ผู้ที่เข้าใช้บริการขาดสติเมื่อเจอคนที่พูดคุยถูกคอ สุดท้ายก็จะไปจบลงที่การมีเพศสัมพันธ์กัน ที่เพิ่งรู้จักกันได้ไม่นาน และเมื่อผ่านพ้นไปก็ต่างคนต่างไปไม่มีอะไรเป็นข้อผูกมัดต่อกันทั้งนี้สาเหตุส่วนหนึ่งอาจจะมาที่จากสังคมไทยรับวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวกับเรื่องเสรีทางเพศของตะวันตกเข้ามาทำให้เกิดปัญหาตามมาอย่างโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ การตั้งครรภ์ไม่พร้อม นอกจากเรื่องการมาไว้สติจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วยังมีการมาไว้สติที่มาจากคนที่ถูกผู้ไม่ประสงค์ดีมอมยาอีกด้วย ซึ่งจุดประสงค์ของการมอมยาคือการที่ต้องการข่มขืน

ในสังคมไทยผู้หญิงนั้นมักตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงเพราะ 'ความเป็นหญิง' มากกว่าเพศสภาพอื่น ๆ เพียงเพราะเป็นเพศที่สังคมตั้งไว้ว่า อ่อนแอ จากการศึกษาเรื่อง ความรุนแรงทางเพศบทสะท้อนความไม่เสมอภาคระหว่างเพศ โดย ดร.สุขมา อรุณจิต ปี 2565 คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระบุว่า ความรุนแรงทางเพศไม่ได้เกิดขึ้นจากผู้กระทำ และผู้ถูกกระทำเพียงอย่างเดียว แต่สาเหตุที่แท้จริง เกิดจากบริบทแวดล้อมทางสังคมที่เคลือบแฝงในโครงสร้างทางสังคม จนก่อให้เกิดความรุนแรงกับเพศหญิง แม้สังคมยุคใหม่จะยึดถือความเท่าเทียมกันมากขึ้น แต่ในระดับบรรทัดฐานของสังคม ค่านิยมหลายอย่างก็ไม่เคยเปลี่ยนแปลง ผู้คนในสังคมยังคงยกย่องอำนาจของผู้ชายให้เป็นใหญ่ กดทับและมีอคติต่อผู้หญิง เกิดความรุนแรงทางเพศที่ฝ่ายชายเป็นผู้กระทำ ซึ่งการแก้ปัญหาจากสังคมเป็นไปได้ยากที่จะแก้ไขได้อย่างทันทีทางเลือกในการแก้ไขปัญหาละเลยมาตกที่ตัวผู้หญิงเอง การแก้ปัญหาที่กล่าวมา คือการป้องกันตัวเองจากอันตรายที่จะเกิดขึ้นและรับมืออย่างไร เมื่อเกิดเหตุการณ์อันตรายในสถานบัน เช่น การถูกมอมยาหรือลวนลามถ้าตัวเด็กมีความรู้ที่จะรับมือ และแก้ไขจะทำให้สามารถหลุดพ้นจากความสัมพันธ์ที่รุนแรงได้อย่างปลอดภัย

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเห็นได้ว่าเพศหญิงนั้นต้องมีการเรียนรู้และรับมือกับสิ่งต่าง ๆ มากมาย เพื่อลดปัญหาที่จะเกิดตามมาซึ่งการออกแบบสื่อชุดการเรียนรู้การเป็นวัยรุ่นนั้นจะช่วยให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องผู้หญิงควรรู้และต้องเจอที่ย่อยข้อมูลออกมาให้ไม่ซับซ้อนน่าเบื่อ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาวิธีการออกแบบแคมเปญการไปเที่ยวในสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่นหญิง
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการออกแบบกราฟิกบนสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือ บรรจุภัณฑ์และโปสเตอร์ ให้เหมาะสมกับแคมเปญการไปเที่ยวในสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่นหญิง

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- 1.3.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ วัยรุ่นเพศหญิงที่อายุ 20 - 26 ปี ที่มีความต้องการหรือมีพฤติกรรมชอบไปเที่ยวสถานบันเทิงตอนกลางคืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2 เนื้อหาภายในสื่อมีการออกแบบและให้ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมตัว การรับมือ และการป้องกันในการไปเที่ยวสถานบันเทิงในยามค่ำคืน

1.3.3 เป็นแคมเปญและชุดสื่อการเรียนรู้ ประกอบด้วย

1.3.3.1 บรรจุภัณฑ์ที่ใส่สื่อการเรียนรู้ทั้งหมด 1 ชั้น

1.3.3.2 บรรจุภัณฑ์สำหรับใส่สื่อประกอบการเรียนรู้ เช่น กล่องยาคุม กล่องถุงยาง

อนามัย

1.3.3.3 คู่มือ 3 เล่ม

1.3.3.4 โปสเตอร์ 3 ชั้น

1.3.3.5 สื่อประชาสัมพันธ์บน Instagram 9 ชั้น

#### 1.4 ขั้นตอนของการวิจัย

1.4.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของแคมเปญและวิธีเล่าเรื่องตามลำดับ

1.4.2 รวบรวมข้อมูลการเตรียมตัว การรับมือ และการป้องกันในการไปเที่ยวสถานบันเทิงในยามค่ำคืน

1.4.3 วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด เพื่อนำเนื้อหาแยกประเภท ย่อยข้อมูลให้เข้าใจได้มากขึ้น

1.4.4 เรียบเรียงเนื้อหา เพื่อกำหนดว่าส่วนไหนควรทำออกมาเป็นสื่ออย่างไรในสื่อชุดการเรียนรู้

1.4.5 กำหนดแนวทางการออกแบบให้เหมาะสมกับเนื้อหาแต่ละประเภท และสื่อประชาสัมพันธ์

1.4.6 ดำเนินงานออกแบบ

1.4.7 สรุปผลการดำเนินการของชุดสื่อการสอน และประโยชน์ที่ได้รับหลังจากการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้

#### 1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.5.1 มีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบแคมเปญการเที่ยวสถานบันเทิงของวัยรุ่นหญิงให้เหมาะสมกับวัยรุ่นเพศหญิงได้

1.5.2 มีความรู้ความเข้าใจในการนำข้อมูลเกี่ยวกับวัยรุ่นหญิง ออกมาเป็นงานออกแบบกราฟิกบนสื่อต่าง ๆ ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

# วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 การออกแบบแคมเปญ

#### 2.1.1 แคมเปญ

คือ การใช้เครื่องมือสื่อสารเข้ามาส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เป็นที่รู้จัก ด้วยเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไปเป็นแผนกิจกรรมที่มีการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ไว้ชัดเจน โดยมีข้อมูลหลักที่จะส่งไปให้กลุ่มเป้าหมาย

แคมเปญเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการรับรู้และการมีส่วนร่วมกับผลิตภัณฑ์ และบริการของลูกค้า ด้วยการสร้างกลยุทธ์แคมเปญที่กำหนดไว้อย่างดี ทำให้สามารถมั่นใจได้ว่าแคมเปญมุ่งเน้นไปที่ผู้ชมที่เหมาะสมพร้อมข้อความที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสมด้วยการวางแผนและดำเนินการอย่างรอบคอบ (VENDASTA, 2023)

#### 2.1.2 สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาองค์ประกอบแคมเปญ

##### 2.1.2.1 ผู้ชม ใครคือกลุ่มเป้าหมายของแคมเปญนี้

##### 2.1.2.2 ข้อความ ข้อความใดที่ควรสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

##### 2.1.2.3 ระยะเวลา แคมเปญควรเปิดตัวเมื่อใด

##### 2.1.2.4 แพลตฟอร์ม ควรใช้แพลตฟอร์มใดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

##### 2.1.2.5 งบประมาณ ควรจัดสรรให้กับแคมเปญเท่าใด

##### 2.1.2.6 การวัดผล จะวัดความสำเร็จของแคมเปญได้อย่างไร

#### 2.1.3 การกำหนดกลยุทธ์แคมเปญ

เมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายและข้อความที่จะสื่อแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการกำหนดเวลาที่ดีที่สุดสำหรับแคมเปญ สิ่งนี้ควรคำนึงถึงกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นซึ่งอาจส่งผลต่อความสำเร็จของแคมเปญ ตัวอย่างเช่น หากลูกค้ากำลังเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ แคมเปญควรกำหนดเวลาให้ตรงกับเปิดตัว นอกจากนี้ ควรปรับจังหวะเวลาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้วย ตัวอย่างเช่น หากกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่นแคมเปญควรเปิดตัวในช่วงเย็นซึ่งเป็นช่วงที่มีแนวโน้มจะออนไลน์มากที่สุดขั้นตอน

ต่อไปคือการตัดสินใจว่าควรใช้แพลตฟอร์มใดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย แพลตฟอร์มที่ต่างกันมีจุดแข็งและจุดอ่อนที่ต่างกัน ดังนั้นการเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมสำหรับแคมเปญจึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นสิ่งสำคัญ ตัวอย่างเช่น หากกลุ่มเป้าหมายคือคนหนุ่มสาว แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเช่น Instagram และ TikTok อาจเป็นตัวเลือกที่ดี ในทางกลับกันหากกลุ่มเป้าหมายคือผู้สูงอายุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ก็อาจมีประสิทธิภาพมากกว่า (VENDASTA, 2023)

## 2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

### 2.2.1 ความหมาย

บรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งที่ผลิตขึ้นมาเพื่อจะนำมาห่อหุ้มสิ่งของหรือสินค้าชนิดต่าง ๆ เพื่อทำการปกป้องหรือป้องกันสินค้าเหล่านั้นจากการขนส่งและช่วยเก็บรักษาสินค้าจากปัจจัยภายนอกที่อาจทำให้เกิดความเสียหาย ทั้งยังสามารถยืดอายุสินค้าได้ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังมีประโยชน์อื่น ๆ ทั้งยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้หลากหลาย เพราะฉะนั้นการใช้งานจึงอยู่ที่ความต้องการของแต่ละบุคคล (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, 2565)

### 2.2.2 ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับรูปร่างลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น การออกแบบแก้วน้ำให้มีรูปร่างเหมือนรองเท้า เป็นต้น ต้องเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่ออุตสาหกรรมหรือหัตถกรรม คือเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีใช้แพร่หลายในประเทศหรือยังไม่ได้เปิดเผยสาระสำคัญหรือรายละเอียดในเอกสาร หรือสิ่งพิมพ์ ก่อนวันขอรับสิทธิบัตร หรือไม่คล้ายกับแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว (TGC THAILAND, ม.ป.ป)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้ต้องประกอบด้วยลักษณะ 2 ประการ คือ

1. ต้องเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
2. ต้องเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรมหรือหัตถกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

พ.ร.บ.สิทธิบัตร ไม่ได้ให้คำนิยามไว้โดยตรงว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่คืออะไร หรือมีลักษณะอย่างไร เพียงแต่ระบุถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถือว่าเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ไว้ 4 ประเภทดังนี้

1. แบบผลิตภัณฑ์ที่มีหรือใช้แพร่หลายอยู่แล้ว คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์หรือมีการใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลายอยู่แล้วในประเทศก่อนวันขอรับสิทธิบัตร ตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เช่นผู้ออกแบบได้นำผลิตภัณฑ์นั้นไปผลิตผลิตภัณฑ์และวางขายจำหน่ายก่อนที่จะยื่นขอรับสิทธิบัตรก็ถือว่าไม่ใช่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะขอรับสิทธิบัตรได้

2. แบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการเปิดเผยภาพ สารระสำคัญ หรือรายละเอียดในเอกสาร หรือ สิ่งพิมพ์ที่ได้เผยแพร่อยู่แล้วไม่ว่าในหรือนอกราชอาณาจักรก่อนวันขอรับสิทธิบัตร ถือว่าไม่เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งนี้ไม่รวมถึงการเปิดเผยต่อสาธารณชนโดยวิธีในลักษณะอื่น เช่น การนำแบบผลิตภัณฑ์ออกแสดงในนิทรรศการ หรือการประชุมวิชาการ เป็นต้น

3. แบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการประกาศโฆษณามาก่อนวันขอรับสิทธิบัตร คือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการยื่นขอรับสิทธิบัตรในประเทศไทย และได้มีการพิมพ์ประกาศโฆษณาแล้วกฎหมายถือว่าไม่ใช่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

4. แบบผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกับแบบผลิตภัณฑ์ประเภทที่ (1) - (3) มากจนเห็นได้ว่าเป็นการเลียนแบบคือแบบผลิตภัณฑ์ที่แม้จะไม่เหมือนกับแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วทุกประการแต่มีสาระสำคัญเหมือนหรือคล้ายกันมากให้ถือว่าไม่ใช่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หลักเกณฑ์นี้คล้ายกับหลักเกณฑ์ในเรื่องชั้นการประดิษฐ์สูงซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของการประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้

### 2.2.3. ประเภทบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ ในแต่ละประเภทจะถูกแบ่งออกโดยดูจากสิ่งทีนำมาใช้ผลิต ซึ่งในแต่ละประเภทก็จะมีความสามารถในการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป โดยบรรจุภัณฑ์จะถูกแบ่งออกเป็น 4 ประเภทดังต่อไปนี้ (หนังสือพิมพ์แพคเกจจิ้ง, 2565)

#### 2.2.3.1 บรรจุภัณฑ์กระดาษ

บรรจุภัณฑ์กระดาษ ถูกผลิตขึ้นมาจากเยื่อกระดาษชนิดต่าง ๆ โดยตัวบรรจุภัณฑ์จะมีคุณสมบัติแตกต่างกันขึ้นอยู่กับคุณภาพของกระดาษที่นำไปใช้ ทั้งยังเป็นบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกที่ถูกแบบมาให้สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติได้ หรือสามารถนำไปรีไซเคิลก็ได้ ทำให้บรรจุภัณฑ์กระดาษนี้ถูกสร้างขึ้นมาใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือ บรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ที่ย่อยสลายไม่ได้หรือย่อยสลายได้ยาก เนื่องจากปัญหาของการเกิดโลกร้อนในตอนนี้นั้นนับว่ารุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ และหนึ่งในเหตุผลที่เกิดขึ้นนั้นมาจากผลพิษทางขยะที่เกิดขึ้นจากพลาสติกนั่นเอง

#### ข้อดีของ บรรจุภัณฑ์กระดาษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. บรรจุภัณฑ์กระดาษ นับเป็นบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดมลพิษแก่โลก
2. ตัวบรรจุภัณฑ์มีความปลอดภัยไร้สารพิษเจือปน
3. สามารถนำกลับมารีไซเคิลใช้งานใหม่ได้
4. ตัวบรรจุภัณฑ์สามารถใช้ในการด้านโฆษณา และกระตุ้นยอดขาย
5. สามารถออกแบบ และเหมาะสำหรับงานพิมพ์ชนิดต่าง ๆ ได้ดี

#### 2.2.3.2 บรรจุภัณฑ์พลาสติก

บรรจุภัณฑ์พลาสติกเป็นประเภทที่ทุกคนต่างเคยพบเห็นและใช้งานมาแล้วโดยตัวบรรจุภัณฑ์พลาสติกนั้นส่วนมากจะทำมาจากพลาสติกที่แบ่งออกได้เป็น 6 ด้วยกัน ได้แก่

1. พลาสติกโพลีเอทิลีนเทอพาทาเลท
2. พลาสติกโพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นสูง
3. พลาสติกโพลีไวนิลคลอไรด์
4. พลาสติกโพลีเอทิลีนชนิดความหนาแน่นต่ำ
5. พลาสติกโพลีโพรพิลีน
6. พลาสติกโพลีสไตรีน

ข้อดีของ บรรจุภัณฑ์พลาสติก

1. บรรจุภัณฑ์พลาสติกมีราคาที่ค่อนข้างถูก ช่วยลดต้นทุนได้
2. ตัวพลาสติกมีความเหนียว น้ำหนักเบา
3. พลาสติกจะไม่นำความร้อนและกระแสไฟฟ้า
4. บรรจุภัณฑ์พลาสติกสามารถป้องกันการรั่วซึมของอากาศ และน้ำได้ดี
5. มีความสามารถทนทานต่อความชื้นและสภาพอากาศได้ทั้งยังไม่เป็นสนิม
6. สามารถพิมพ์ลวดลายต่าง ๆ ลงบนบรรจุภัณฑ์ได้เช่นกัน

#### 2.2.3.3 บรรจุภัณฑ์แก้ว

บรรจุภัณฑ์แก้วถูกผลิตขึ้นมาโดยผ่านกระบวนการความร้อนเพื่อขึ้นรูปทรงต่าง ๆ ตามต้องการ โดยตัวแก้วจะมีความใสและยังสามารถนำไปทำเป็นสีต่าง ๆ ที่ต้องการได้ง่าย จึงถือได้ว่าเป็นบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภัณฑ์ที่จะเน้นความสวยงาม และความหรูหราเป็นหลัก แต่เนื่องจากความที่เป็นแก้วแตกหักได้ง่าย จึงไม่สามารถนำไปใช้เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งได้

ข้อดีของ บรรจุภัณฑ์แก้ว

1. มีความเป็นกลางและไม่ทำปฏิกิริยาใด ๆ กับสิ่งของที่อยู่ด้านใน ทำให้มีความปลอดภัยสูง
2. สามารถนำกลับมาสร้างใหม่ขึ้นเป็นรูปแบบต่าง ๆ ได้โดยไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณภาพ
3. มีความสามารถทนทานต่อความร้อนและความเย็นได้ดี
4. กระบวนการผลิตแก้ว สามารถใช้เศษชิ้นส่วนแก้วมาหลอมเข้าทำใหม่ได้ ช่วยลดต้นทุนและทรัพยากรในการผลิต

2.2.3.4 บรรจุภัณฑ์โลหะ

บรรจุภัณฑ์โลหะ เป็นประเภทที่ความแข็งแรงมากที่สุดแล้วยังคงมีความคงทนต่อปัจจัยอื่นๆเช่น สภาพอากาศ แสง และสิ่งแปลกปลอมอื่น ๆ ทำให้มีอายุการใช้สูงและยาวนาน จะพบเห็นได้บ่อยครั้งในสินค้าจำพวก เครื่องดื่มกระป๋องและอาหารสำเร็จรูป เป็นต้น

ข้อดีของ บรรจุภัณฑ์โลหะ

1. บรรจุภัณฑ์ มีความแข็งแรงและทนทานที่สูงมาก
2. มีความทนทานต่อความร้อนระดับที่สามารถฆ่าเชื้อด้วยกระบวนการความร้อนได้
3. บรรจุภัณฑ์โลหะ สามารถนำไปหลอมรวม หรือแปรรูปขึ้นมาใช้ใหม่ได้
4. ส่วนของบรรจุภัณฑ์ สามารถป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำ และก๊าซต่าง ๆ ได้
5. หากต้องการยังมีวิธีการเคลือบผิวส่วนนอกเพื่อป้องกันการสึกกร่อนของโลหะได้

(หนังสือไทยฟู้ดแพคเกจจิ้ง, 2565)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 วัยรุ่น

วัยรุ่นเป็นช่วงวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพ เช่น ฮอร์โมน การทำงานของสมอง มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการคิดที่ซับซ้อนขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงทางจิตสังคม เริ่มมีความผูกพันใกล้ชิดกับบุคคลนอกครอบครัว มีความต้องการการยอมรับจากสังคมมากขึ้น (ชนมณีภา บุตรวงษ์, ม.ป.ป)

### 2.3.1 ช่วงอายุของวัยรุ่น

โดยวัยรุ่นแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ

#### 1. วัยรุ่นตอนต้น (อายุ 10-13 ปี)

เดิมทีวัยรุ่นจะเริ่มต้นที่อายุ 12 หรือ 13 ปี แต่การศึกษาในยุคปัจจุบันเกี่ยวกับพัฒนาการทางร่างกาย และระบบประสาทพบว่าช่วงอายุ 10 – 13 ปี เป็นจุดเริ่มต้นที่แท้จริงของวัยรุ่น ซึ่งในช่วงอายุนี้อาจเห็นการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายที่รวดเร็ว ทั้งการเปลี่ยนแปลงของฮอร์โมนที่ส่งผลต่ออารมณ์และสภาพจิตใจ และมีการเปลี่ยนแปลงของส่วนสูง น้ำหนัก และรูปร่าง

#### 2. วัยรุ่นตอนกลาง (อายุ 14 – 17 ปี)

วัยรุ่นตอนกลาง อารมณ์จะค่อนข้างสงบขึ้น เมื่อเทียบกับวัยรุ่นตอนต้น มีพัฒนาการในด้านความคิดที่ลึกซึ้งขึ้น คิดว่าความลดลง เริ่มคิดรอบคอบ และเป็นเหตุเป็นผลมากขึ้น สามารถปรับตัวตามสถานการณ์และมีความยืดหยุ่น เริ่มค้นหาตนเอง รู้ถึงข้อดีและพัฒนาข้อบกพร่องของตนเอง มีการหาเอกลักษณ์ ความต้องการของตนเอง มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย สำหรับเพศหญิงเมื่อหมดลูกเจริญเติบโตจากการทำงานของฮอร์โมนที่ผลิตขึ้นที่รังไข่ ทำให้มีหน้าอกใหญ่ขึ้น มีขนใต้แขน สะโพกผายขึ้น และมีขนในที่ลับ อวัยวะเพศเจริญเติบโต เริ่มตกขาว หรือระดูขาว และมีประจำเดือนและในเพศชายการทำงานของฮอร์โมนเพศชายที่ผลิตขึ้นที่อัณฑะกล้ามเนื้อและกระดูกเจริญเติบโตและแข็งแรงขึ้น เสียงเปลี่ยน ลูกกระเดือกใหญ่ขึ้นมีขนขึ้นที่ใต้แขน หน้าแข้ง และที่ลับ อวัยวะเพศพัฒนาและมีการหลั่งน้ำอสุจิ

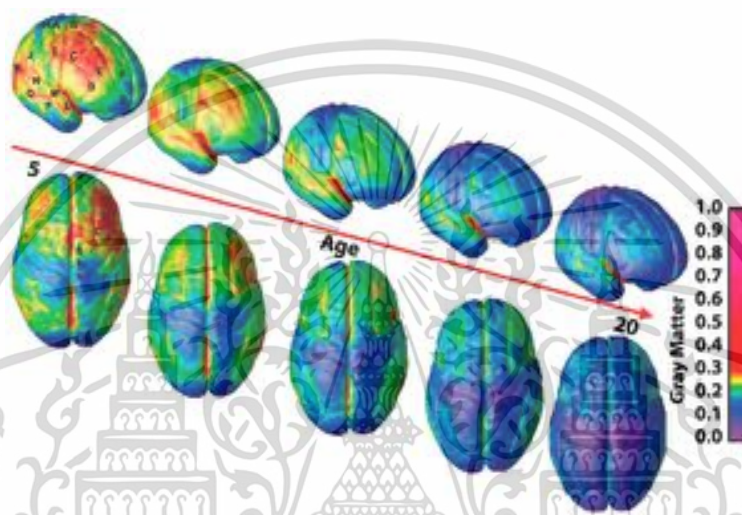
#### 3. วัยรุ่นตอนปลาย (อายุ 18 – 24 ปี)

แม้ว่าช่วงอายุ 18 ปีจะเป็นช่วงที่เราถือว่าเป็นผู้ใหญ่ตามกฎหมาย แต่ในทางเทคนิคแล้วยังคงเป็นวัยรุ่นจนกว่าพัฒนาการทางระบบประสาทจะสมบูรณ์เมื่ออายุประมาณ 24 ปี (ภาพที่ 1) ซึ่งเป็นช่วงวัยเปลี่ยนผ่านระหว่างวัยรุ่นกับผู้ใหญ่ โดยทั่วไปวัยรุ่นตอนปลายจะมีพัฒนาการทางร่างกายที่สมบูรณ์และมีการเติบโตเต็มที่พร้อมก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ สามารถควบคุมตัวเองเมื่อถูกแรงกระตุ้น และอาจคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการกระทำสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เช่น การมีเพศสัมพันธ์ ควรสวมถุงยางอนามัยทุกครั้ง แม้ว่าคูรักรจะคุมกำเนิดด้วยการกินยาคุมก็ตาม เพราะการคุมกำเนิดทุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชนิดไม่สามารถป้องกันการตั้งครรภ์ได้ 100% นอกจากนี้ การสวมถุงยางอนามัยยังอาจช่วยป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ด้วย

ภาพที่ 1 ภาพประกอบการแสดงการเจริญเติบโตของสมองในอายุ 24 ปีแรกของชีวิต การตัดแต่งกิ่งของเซลล์ประสาทและไซแนปส์ซึ่งได้จากการลดลงของสารสีแดงในเปลือกสมอง



ที่มา: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC419576/>

### 2.3.2 รูปแบบการเลี้ยงลูก

ได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเด็กและรูปแบบการอบรมเลี้ยงดู ซึ่งแบ่งได้ทั้งหมด 4 ประเภทด้วยกัน ใน ค.ศ. 1960 นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน Diana Baumrind ได้ระบุรูปแบบการเลี้ยงดูหลัก ๆ ไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่ แบบเข้มงวด (Authoritarian Parenting Style) แบบดูแลเอาใจใส่ (Authoritative Parenting Style) และแบบตามใจ (Permissive Parenting Style) และใน ค.ศ. 1980 นักวิจัยจาก Stanford Eleanor Maccoby และ John Martin ได้เพิ่มรูปแบบการเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย (Uninvolved Parenting Style) ซึ่งรูปแบบการเลี้ยงดูแต่ละรูปแบบมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของเด็กแตกต่างกัน

#### 1. แบบดูแลเอาใจใส่ (Authoritative Parenting Style)

มักจะเป็นพ่อแม่ที่คอยสนับสนุนให้ความช่วยเหลือลูก ให้ลูกมีพัฒนาการตามธรรมชาติ มีอิสระในการทำสิ่งต่าง ๆ เลี้ยงให้อยู่ระหว่างความมีเหตุผลของตนเองและการรับฟังเหตุผลของลูก แต่ก็ไม่ได้อ่อนตามใจทุกอย่าง รับฟังความคิดเห็นของลูกแต่ก็ไม่ได้อนุญาตให้ลูกทำตามใจตัวเองไปหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุกครั้ง (Kind But Firm) เด็กที่โตมากับพ่อแม่แบบนี้มักจะมีลักษณะร่าเริงแจ่มใส เข้ากับคนอื่นได้ดี ควบคุมตัวเองได้ ให้ความร่วมมือกับคนอื่นหรือทำงานเป็นทีมได้ และเป็นคนที่มีความเป้าหมายในชีวิต

## 2. แบบตามใจ (Permissive)

พ่อแม่แบบนี้มักมีลักษณะอบอุ่น ใจดี แต่หละหลวมไม่มีการบอกลูกว่าอะไรที่ลูกทำได้หรือทำไม่ได้ ทำให้ลูกไม่รู้ขอบเขตของตัวเองว่าอะไรที่ควรหรือไม่ควรทำ โดยเฉพาะลูกในวัยเด็กจะยังต้องการพ่อแม่ที่ช่วยอบรมสั่งสอนว่าพฤติกรรมที่เหมาะสมคืออะไรบ้าง เด็กที่เติบโตมากับรูปแบบการเลี้ยงดูแบบนี้มักมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นไปเป็นคนที่หุนหันพลันแล่น อยากรดอะไรก็ได้ ขาดการควบคุมตัวเอง ชอบควบคุมบงการคนอื่น ก้าวร้าว เป็นคนที่เชื่อถือไม่ได้ และมักจะทำอะไรไม่เป็นชิ้นเป็นอัน

## 3. แบบปล่อยปละละเลย (Uninvolved)

พ่อแม่แบบนี้มักจะไม่ค่อยมีเวลาให้ลูก ไม่ใส่ใจดูแลรับผิดชอบลูกตามบทบาทของพ่อแม่ หรืออาจจะมีลักษณะท่าทีที่ปฏิเสธลูก เด็กที่เติบโตมากับพ่อแม่สไตล์แบบนี้มักมีความภาคภูมิใจในตนเองต่ำ (Low Self-esteem) เป็นคนไม่ค่อยมั่นใจ (Low Self-confidence) ไม่ค่อยกล้าเข้าหาคนอื่น ซึ่งเป็นไปได้สูงที่เมื่อพ่อแม่แก่ตัวลงพวกเขาจะไม่เข้ามาดูแลพ่อแม่ เนื่องจากขาดความผูกพันกับพ่อแม่ และไม่เคยมีแบบอย่างที่ดีในการดูแลใส่ใจคนในครอบครัว

## 4. แบบเข้มงวด (Authoritarian)

พ่อแม่แบบนี้มักเต็มไปด้วยความวิตกกังวล ถ้ามองอย่างผิวเผินสไตล์การเลี้ยงดูแบบนี้ก็น่าจะเป็นพ่อแม่ที่น่ายกย่องมาก ๆ เพราะดูแลลูกอย่างไม่คลาดสายตา แต่ในขณะเดียวกันพ่อแม่แบบนี้ก็มักจะควบคุมบงการลูก โดยใช้เหตุผลต่าง ๆ มาอธิบายว่าเพราะอะไรพ่อแม่ถึงห้ามหรือสั่งให้ลูกทำ และแม้ว่าพ่อแม่จะรับรู้เข้าใจว่าลูกมีเหตุผลในแบบของลูกยังไงแต่ก็ไม่คิดว่าเหตุผลของลูกจะดีพอหรือดีมาก

ไปกว่าเหตุผลของพ่อแม่ ลูกจึงต้องทำตามทีพ่อแม่บอกเสมอ พ่อแม่รูปแบบเข้มงวดมักไม่ค่อยมีปัญหาเมื่อลูกยังอยู่ในวัยเด็ก แต่เมื่อลูกเข้าสู่วัยรุ่นมักจะเกิดความขัดแย้งกันได้ง่าย เนื่องจากลูกวัยรุ่นเริ่มต้องการที่จะเป็นตัวของตัวเองแต่พ่อแม่ไม่อนุญาต

### 2.3.3 การเลี้ยงลูกในครอบครัวเอเชีย

#### 1. ความเหลื่อมล้ำทางสังคมกับรูปแบบการเลี้ยงดู

นักเศรษฐศาสตร์ (Matthias Doepke & Fabrizio Zilibotti, 2019) หยิบข้อมูลจากแบบสำรวจคุณค่าทั่วโลก (World Values Survey) ที่สามารถสะท้อนสไตล์การเลี้ยงดูของแต่ละประเทศ ผลการสำรวจดังกล่าวพบว่าพ่อแม่ในแถบสแกนดิเนเวียจะให้ความสำคัญกับเสรีภาพและจินตนาการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของเด็ก ๆ ดังนั้นการเลี้ยงลูกแบบปล่อยให้ทำตามใจจึงเป็นแนวทางหลัก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามจากประเทศ เช่น รัสเซีย จีน ตุรกี และสหรัฐอเมริกาจะให้ความสำคัญกับแง่มุมดังกล่าวค่อนข้างน้อย แต่จะสอนเด็ก ๆ ให้ยึดมั่นในการทำงานหนัก นำไปสู่การเลี้ยงลูกแบบคอยกำกับดูแลหรืออาจถึงขั้นการเลี้ยงลูกแบบเข้มงวด

ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการเลี้ยงลูกนั้นมีความสัมพันธ์กับความเหลื่อมล้ำทางรายได้ของแต่ละประเทศ โดยพ่อแม่ที่อาศัยอยู่ในประเทศที่มีความเหลื่อมล้ำต่ำก็มักจะเลี้ยงลูกแบบปล่อยให้ทำตามใจ ส่วนประเทศที่มีความเหลื่อมล้ำสูง พ่อแม่ก็มักจะเข้มงวดกับลูก ๆ

## 2.4 เพศหญิงกับสังคมไทย

ในสังคมไทยผู้หญิงนั้นมักตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงเพราะ 'ความเป็นหญิง' มากกว่าเพศสภาพอื่น ๆ เพียงเพราะเป็นเพศที่สังคมตั้งไว้ว่า อ่อนแอ จากการศึกษาเรื่อง ความรุนแรงทางเพศบนสะท้อนความไม่เสมอภาคระหว่างเพศ

ดร.สุชมา อรุณจิต (2565) คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระบุว่า ความรุนแรงทางเพศไม่ได้เกิดขึ้นจากผู้กระทำ และผู้ถูกกระทำเพียงอย่างเดียว แต่สาเหตุที่แท้จริงเกิดจากบริบทแวดล้อมทางสังคมที่เคลือบแฝงในโครงสร้างทางสังคม จนก่อให้เกิดความรุนแรงกับเพศหญิง แม้สังคมยุคใหม่จะยึดถือความเท่าเทียมกันมากขึ้น แต่ในระดับบรรทัดฐานของสังคม ค่านิยมหลายอย่างก็ไม่เคยเปลี่ยนแปลง ผู้คนในสังคมยังคงยกย่องอำนาจของผู้ชายให้เป็นใหญ่ กดทับและมีอคติต่อผู้หญิง เกิดความรุนแรงทางเพศที่ฝ่ายชายเป็นผู้กระทำ

หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ มูลนิธิหญิงชายก้าวไกล กล่าวว่า จากการรวบรวมข่าวหนังสือพิมพ์ 11 ฉบับ และข่าวจากสื่อออนไลน์ตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม 2564 มีข่าวความรุนแรงในครอบครัว 372 ข่าว มีเครื่องตีแม่แอลกอฮอล์เป็นตัวกระตุ้น 92 ข่าว คิดเป็น ร้อยละทั้งหมด 24.7 และยาเสพติด 64 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 17.2 จะเห็นว่าสถิติไม่ได้ลดลงเลย โดยเฉพาะการฆ่ากันตายในครอบครัวมีถึง 195 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 52.4 ทำร้ายกัน 82 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 22 และฆ่าตัวตาย 52 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 14 โดยความสัมพันธ์แบบสามีฆ่าภรรยาสูงสุด 57 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 63.4 สาเหตุมาจาก หึงหวง ระแวงว่าภรรยานอกใจ 45 ข่าว คิดเป็น ร้อยละทั้งหมด 60 ง้อไม่สำเร็จ 11 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 14.7 วิธีการที่ใช้มากที่สุดคือปืนยิง 34 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 43 ใช้มีดหรือของมีคม 27 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 34.2 และตบตีทำร้ายร่างกายจนเสียชีวิต 7 ข่าว คิดเป็นร้อยละทั้งหมด 8.8

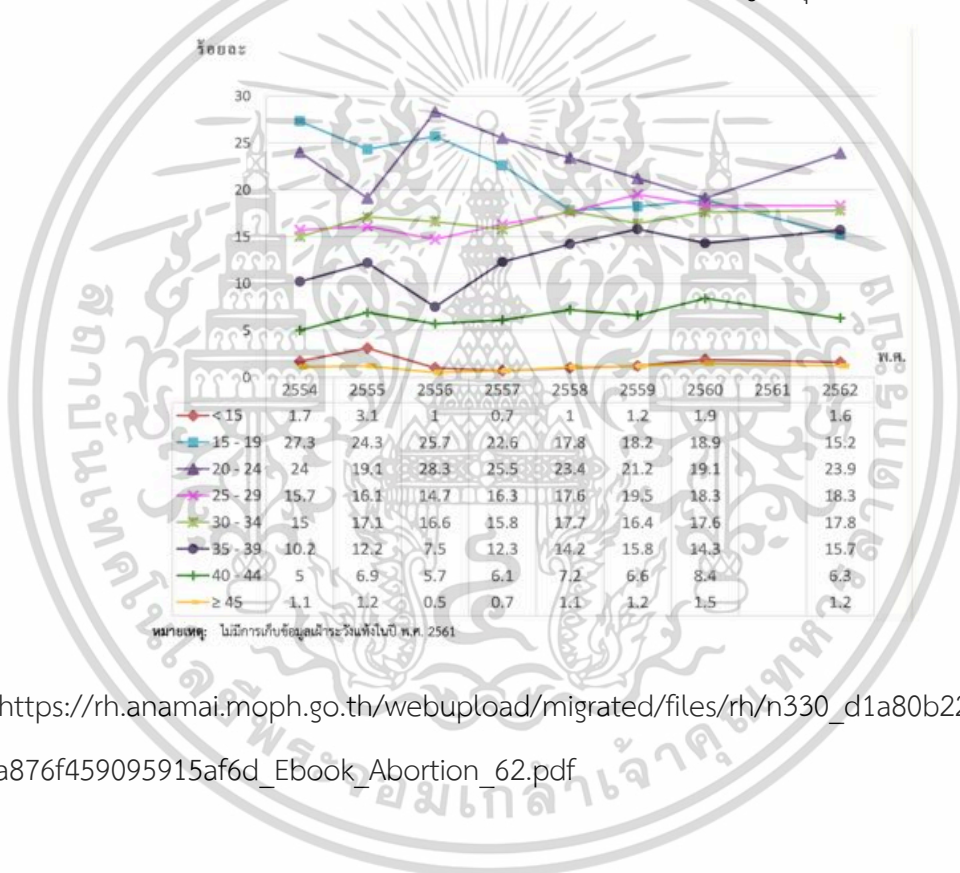
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 การทำแท้งในประเทศไทย

จากข้อมูลเฝ้าระวังการแท้งฯ พ.ศ. 2554 – 2562 พบว่าจำนวนผู้ป่วยทาแท้งตั้งแต่กลุ่มอายุ 25 – 29 ปี จนถึงกลุ่มอายุ 35 – 39 ปี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่กลุ่มอายุต่ำกว่า 15 ปี และ 15 - 19 ปี แนวโน้มค่อนข้างคงที่แต่ก็ยังมีอยู่ (ภาพที่ 2)

ภาพที่ 2 ตารางแสดงอัตราการทำแท้งในประเทศไทยจำแนกตามกลุ่มอายุ

ในปี พ.ศ. 2554 – 2562 โดย สำนักอนามัยการเจริญพันธุ์ กรมอนามัย



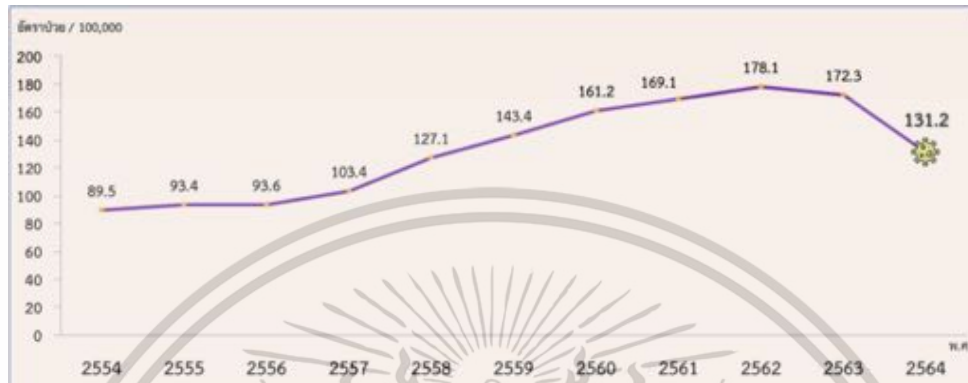
ที่มา: [https://rh.anamai.moph.go.th/webupload/migrated/files/rh/n330\\_d1a80b22d8a4daa876f459095915af6d\\_Ebook\\_Abortion\\_62.pdf](https://rh.anamai.moph.go.th/webupload/migrated/files/rh/n330_d1a80b22d8a4daa876f459095915af6d_Ebook_Abortion_62.pdf)

## 2.6 โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่นและเยาวชน

อัตราป่วยสูงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง จากอัตรา 89.5 ต่อประชากรอายุ 15-24 ปี แสนคน เป็น อัตรา 178.1 ต่อประชากรอายุ 15-24 ปี แสนคน ใน พ.ศ. 2562 จนใน พ.ศ. 2563 อัตราป่วยฯ เริ่มลดลง เท่ากับ 172.3 ต่อประชากรอายุ 15-24 ปี แสนคน และใน พ.ศ. 2564 อัตราป่วยฯ เท่ากับ 131.2 ต่อประชากร อายุ 15-24 ปี 100,000 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3 แผนภาพแสดงอัตราป่วยด้วยโรคติดต่อเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่นและเยาวชน



\*\*โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ที่ได้รับรายงาน 7 โรค ได้แก่ ซิฟิลิส หนองใน หนองในเทียม แผลริมอ่อน กามโรคของต่อมและ ท่อน้ำเหลือง เริ่มที่อวัยวะเพศ และหูดอวัยวะเพศและทวารหนัก  
ที่มา: [https://rh.anamai.moph.go.th/webupload/migrated/files/rh/n330\\_d1a80b22d8a4daa876f459095915af6d\\_Ebook\\_Abortion\\_62.pdf](https://rh.anamai.moph.go.th/webupload/migrated/files/rh/n330_d1a80b22d8a4daa876f459095915af6d_Ebook_Abortion_62.pdf)

## 2.7 สถานบันเทิง

### 2.7.1 ความหมาย

สถานบันเทิง ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2503 มาตรา 3 ให้นิยามว่า “สถานบริการ” หมายถึง สถานที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บริการโดยหวังประโยชน์ให้การค้า (เกสร สิทธิพันธุ์, 2545)

### 2.7.2 ประเภทของสถานบริการ

พ.ร.บ.สถานบริการ พ.ศ.2509 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2546 แบ่งสถานบริการเป็น 6 ประเภท โดยใช้องค์ประกอบ ดังนี้

2.7.2.1 สถานบริการประเภทที่ใช้องค์ประกอบในเรื่องลักษณะของการประกอบกิจการ ได้แก่

1. สถานบริการตามมาตรา 3(1) คือ สถานเต้นรำ รำวง หรือรองเชิงเป็นปกติธุระประเภทที่มีและประเภทที่ไม่มีคูบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สถานบริการตามมาตรา 3(2) คือ สถานที่ที่มีการจำหน่ายสุรา น้ำชาหรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่ายและบริการ โดยมีผู้บําเรอสำหรับปรนนิบัติลูกค้า

3. สถานบริการตามมาตรา 3(3) คือ สถานอาบน้ำ นวด หรืออบตัวซึ่งมีผู้บริการให้แก่ลูกค้า เว้นแต่

(ก) สถานที่ซึ่งผู้บริการได้ขึ้นทะเบียนและรับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบโรคศิลปะสาขาการแพทย์แผนไทยประเภทการนวดไทยตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ หรือได้รับยกเว้นไม่ต้องขึ้นทะเบียนและรับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบโรคศิลปะสาขาการแพทย์แผนไทยประเภทการนวดไทยตามกฎหมายดังกล่าวหรือสถานพยาบาลตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล

(ข) สถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยที่กระทรวงสาธารณสุขประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยซึ่งจะต้องมีลักษณะของสถานที่การบริการหรือผู้ให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยด้วย ประกาศดังกล่าวจะกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานนั้นด้วยก็ได้ หรือ

(ค) สถานที่อื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

สถานบริการตามมาตรา 3(4) คือ สถานที่ที่มีอาหาร สุรา หรือเครื่องดื่มอย่างอื่นจำหน่ายหรือให้บริการ โดยมีรูปแบบอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(ก) มีดนตรี การแสดงดนตรี หรือการแสดงอื่นใดเพื่อการบันเทิง และยินยอมหรือปล่อยให้ละเลยให้นักร้อง นักแสดง หรือพนักงานอื่นใดนั่งกับลูกค้า

(ข) มีการจัดอุปกรณ์การร้องเพลงประกอบดนตรีให้แก่ลูกค้า โดยจัดให้มีผู้บริการขับร้องเพลงกับลูกค้า หรือ ยินยอมหรือปล่อยให้พนักงานอื่นใดนั่งกับลูกค้า

(ค) มีการเต้นหรือยินยอมให้มีการเต้น หรือจัดให้มีการแสดงเต้น เช่น การเต้นบนเวทีหรือการเต้นบริเวณโต๊ะอาหารหรือเครื่องดื่ม

(ง) มีลักษณะของสถานที่ การจัดแสงหรือเสียง หรืออุปกรณ์อื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

## 2.8 สารเสพติด

### 2.8.1 ความหมาย

องค์การอนามัยโลก (สุพัฒน์ ชีรเวชเจริญชัย, 2536) ได้ให้คำนิยามยาเสพติดไว้ว่า ยาเสพติด คือ ยาที่เสพแล้วเป็นเหตุให้ผู้เสพเกิดความต้องการเสพอย่างไม่รู้จักหยุดหย่อน และต้องการอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รุนแรง ทั้งร่างกายและจิตใจ ยาเสพติดเป็นปัญหาที่มีความซับซ้อน และมีผลโดยตรงต่อผู้ใช้ และเป็นปัญหา สำหรับบุคคลหลายอาชีพ อาทิเช่น ตำรวจ นักกฎหมาย นักเศรษฐกิจ นักการเมือง ตลอดจนนักศึกษา

## 2.8.2 ประเภทของยาเสพติด

แบ่งประเภทของยาเสพติดอาจแบ่งออกตามหลักเกณฑ์ ต่าง ๆ (สุพัฒน์ ธีรเวชเจริญชัย, 2536) ได้ดังนี้

### 1. แบ่งตามคุณสมบัติของยาเสพติด

1.1 ยาที่ออกฤทธิ์กดประสาท (Depressant) ได้แก่ ฝิ่น มอร์ฟิน เฮโรอีน เซโดนัล บาร์บิโนบาร์บิทัล โบรไมด์ พาราดีไฮด์ และเมธาโดน เป็นต้น ยาเสพติดเหล่านี้จะกดประสาทส่วนกลางหรือสมอง ทำให้ประสาทมึนงง ง่วงซึมและหมดแรง นอกจากนี้ ยังกดศูนย์ประสาท การหายใจ ทำให้หายใจช้าลง จนถึงขั้นหยุดหายใจได้

1.2 ยาที่ออกฤทธิ์กระตุ้นประสาท (Stimulant) ได้แก่ ไบโครท่อม โคเคอีน แอมเฟตามีน เป็นต้น ยาเสพติดเหล่านี้จะกระตุ้นประสาทส่วนกลางหรือสมอง ทำให้ประสาทตื่นตัวและ กระวนกระวายไม่่วงนอน แต่เมื่อหมดฤทธิ์ยาแล้วจะหมดแรง เพราะร่างกายไม่ได้รับการพักผ่อนและอาจเกิดอาการตัวสั่น ตึงเครียดถึงกับหมดสติจนถึงขั้นเสียชีวิตได้

1.3 ยาที่ออกฤทธิ์หลอนจิตประสาท (Hallucinogen) ได้แก่ กัญชา แอลเอสดี (L.S.D. = Lysergic acid Diethylamide) ดีเอ็มที (D.M.T. = Dimethyl Trytamine) เอสทีพี (S.T.T. = Serenity Tranquility Peace) เป็นต้น ยาเสพติดเหล่านี้จะทำให้เกิดประสาทหลอนเห็นภาพผิดปกติ รสสัมผัส เปลี่ยนแปลง รวมทั้งอายตนะทั้งห้าของร่างกายแปรปรวน มีปฏิกิริยาผิดไปจากความจริงทั้งหมด

1.4 ยาที่ออกฤทธิ์ผสมผสานกัน (Mixed) ได้แก่ กัญชา ถ้าเสพจำนวนน้อย จะกดประสาทอยู่ชั่วระยะหนึ่ง ต่อเมื่อเสพเพิ่มเข้าไปมากจะกลายเป็นพิษหลอนประสาทได้

### 2. แบ่งตามที่มาของยาเสพติด

2.1 ยาเสพติดธรรมชาติ ได้แก่ ยาเสพติดที่ได้มาจากต้นพืช เช่น ฝิ่น โคเคอีน กัญชา รวมทั้งที่ได้ปรุงแปรสภาพลักษณะอย่างอื่นโดยกรรมวิธีทางเคมีแล้ว เช่น มอร์ฟิน เฮโรอีน เป็นต้น

2.2 ยาเสพติดสังเคราะห์ ได้แก่ ยาเสพติดที่ได้มาจากการปรุงขึ้นโดยกรรมวิธีทางเคมีโดยตรง และนำมาใช้แทนยาเสพติดธรรมชาติได้ เช่น แอมเฟตามีน เฮอร์อีน ไซโคบาร์บิทัล เมธาโดน เป็นต้น

2.8.3 ประเภทของยาเสพติดที่แบ่งตามการออกฤทธิ์ แบ่งตามแหล่งที่มา แบ่งตามกฎหมาย และแบ่งตามองค์การอนามัยโลก (พริ้มเพรา ผลเจริญสุข, 2545) ดังนี้

1. แบ่งตามวิธีการออกฤทธิ์ต่อระบบประสาทส่วนกลาง

1.1 ประเภทกดประสาท เช่น กลุ่มฝิ่น (ฝิ่นยา มอร์ฟีน โคเคอิน เฮโรอีน) ยาระงับประสาทและยานอนหลับ (เซโคบาร์บิทัล อะโนบาร์บิทัล) ยากล่อมประสาท (เมโพรบามेट ไดอะซีแพมคลอไดอาซีพอกไซด์) สารระเหย (ทินเนอร์ น้ำมันเบนซิน) เครื่องดื่มมีน้ำตาล

2.2 ประเภทกระตุ้นประสาท เช่น แอมเฟตามีน เมทแอมเฟตามีน กระท่อม โคเคน บุหรี่ กาแฟ เป็นต้น

2.3 ประเภทหลอนประสาท เช่น แอลเอสดี (LSD = Lysergic acid Diethylamide) ดีเอ็มที (DMT = Dimethyltryptamine) เห็ดขี้ควาย

2.4 ประเภทออกฤทธิ์ผสมผสาน อาจกด กระตุ้น หรือหลอนประสาทผสมร่วมกัน เช่น กัญชา

2. แบ่งตามแหล่งที่มา

2.1 ประเภทที่ได้จากธรรมชาติ เช่น ฝิ่น มอร์ฟีน กระท่อม กัญชา ฯลฯ

2.2 ประเภทที่ได้จากการสังเคราะห์ เช่น เฮโรอีน เซโคบาร์บิทัล แอมเฟตามีน ฯลฯ

3. แบ่งตามกฎหมาย

3.1 ประเภทถูกกฎหมาย เช่น ยาแก้ไอ น้ำดำ บุหรี่ เหล้า กาแฟ ฯลฯ

3.2 ประเภทผิดกฎหมาย พวักยาเสพติดให้โทษ เช่น มอร์ฟีน ฝิ่น เฮโรอีน กระท่อม แอมเฟตามีน เมทแอมเฟตามีน แอลเอสดี เอ็คซ์ตาซี

- วัตถุออกฤทธิ์ เช่น เซโคบาร์บิทัล เพมโกลีน ดีเฟดรีน

- สารระเหย เช่น ทินเนอร์ กาว แล็กเกอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### การดำเนินการวิจัย

#### 3.1 วัตถุประสงค์ของแคมเปญรณรงค์

การออกแบบแคมเปญการเที่ยวในสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่นหญิงนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้ความรู้เกี่ยวกับการไปสถานบันเทิงว่าต้องเจอและรับมือกับอะไรบ้าง รวมถึงการเตรียมตัวก่อนไปและหลังจากที่กลับมาแล้วเพื่อลดปัญหาเหตุการณ์ที่อันตรายแก่วัยรุ่นเพศหญิง

#### 3.2 กลุ่มเป้าหมายของแคมเปญ

กลุ่มเป้าหมายของแคมเปญจะถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง

##### 3.2.1 กลุ่มเป้าหมายหลัก

1. อายุ 20 – 26 ปี
2. เพศหญิง
3. รายได้ประมาณ 20,000 – 50,000 ต่อเดือน
4. พฤติกรรมอื่น ๆ และไลฟ์สไตล์
  - 1) ชอบเที่ยวสถานบันเทิงยามกลางคืน
  - 2) ชอบการเข้าสังคม

##### 3.2.2 กลุ่มเป้าหมายรอง

ผู้ชอบเที่ยวสถานบันเทิงยามกลางคืนกลุ่มอื่น ๆ

#### 3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

3.3.1 กำหนดข้อมูลว่าข้อมูลต้องมีอะไรบ้างโดยศึกษาจากวัตถุประสงค์หรือปัญหาของการวิจัย

3.3.2 กำหนดแหล่งข้อมูลว่าผู้ให้ข้อมูลจะต้องตรงกับกลุ่มเป้าหมายและเป็นผู้มีประสบการณ์การไปสถานบันเทิงบ่อย

3.3.3 ทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูล โดยแยกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 การเตรียมตัวก่อนไปสถานบันเทิง

ส่วนที่ 2 การดูแลและรักษาตัวเองตอนอยู่ในสถานบันเทิง

ส่วนที่ 3 การดูแลและรักษาตัวเองหลังจากการเที่ยวสถานบันเทิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### การดำเนินการออกแบบ

จากการทำแบบสอบถามการเที่ยวในสถานบันเทิงของวัยรุ่นหญิงทั้งหมด 12 คน ได้ข้อมูลดังนี้

#### 4.1 สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล

##### 4.1.1 การปฏิบัติตนเมื่อเริ่มมีเมาแอลกอฮอล์ในสถานบันเทิง

1. นิ่งพักในห้องน้ำจนกว่าจะมีสติ
2. ไม่ทานสิ่งที่ให้ความหวาน เช่น ลูกอม เพราะจะทำให้เมากว่าเดิมเลือกเป็นลูกอมเปรี้ยว จำพวกวิตามินซี
3. ดื่มน้ำให้เยอะ เพื่อที่จะปัสสาวะออก จนกว่าจะมีสติกลับได้
4. ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ช่วยเรื่องการเมา
5. เรียก Cabb ในการกลับบ้าน
6. จองห้องสำหรับนอนแถวสถานบันเทิง
7. โทรศัพท์กับคนที่ไว้ใจตลอดการเดินทาง
8. ทำบัตรที่อยู่สำหรับยื่นให้คนขับรถตอนไม่มีสติ

โดยเพื่อนคือบุคคลสำคัญที่สุดในการไปเที่ยวสถานบันเทิง ต้องมีเพื่อนที่ไว้ใจได้เท่านั้น บางคนเลือกที่จะไม่ไปถ้าในกลุ่มไม่มีเพื่อนผู้ชายที่ไว้ใจได้ไปดื่มด้วยเพราะเหตุการณ์การมีเพศสัมพันธ์ในวัยรุ่นมาจากคนรู้จักกันอยู่แล้วหรือเพื่อนของเพื่อน

##### 4.1.2 เหตุการณ์ที่เจอในสถานบันเทิง

1. การถูกบังคับให้กินแอลกอฮอล์ จากการทำท้าย หรือการเล่นเกม
2. การถูกเลี้ยงเครื่องดื่มจากคนแปลกหน้า
3. การถูกลวนลาม ใช้จิ้งหะตอนคนเยอะ
4. ขอดื่มเหล้าฟรี

##### 4.1.3 วิธีป้องกันในการมีเพศสัมพันธ์ในสถานบันเทิง

1. ใช้วิธีการทานยาคุมรายเดือน เพื่อการมีเพศสัมพันธ์แบบไม่ได้เตรียมตัว
2. ใช้วิธีการทานยาคุมฉุกเฉินภายหลังจากมีเพศสัมพันธ์แบบไม่ป้องกัน
3. ใช้วิธีหลั่งนอกเมื่อมีเพศสัมพันธ์แบบไม่ป้องกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. ใช้วิธีการมีเพศสัมพันธ์ภายนอกแทน

##### 4.1.4 การป้องกันอันตรายจากการไปสถานบันเทิง

1. พกเสื้อแขนยาว หรือผ้า ไปห่มเวลาไป-กลับสถานบันเทิง ในกรณีแต่งตัวโป้
2. มีคนเฝ้าโต๊ะตลอดเพื่อป้องกันการใส่สิ่งแปลกปลอมในภาชนะ
3. พกสิ่งที่คาดว่าจะช่วยเอาตัวรอดได้ เช่น ปากกา นกกวีด

## 4.2 แนวคิดและการออกแบบ

เริ่มต้นผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด “การเอาตัวรอด” โดยมีภาพสื่อสารหลักเป็นการเดินทางและหนังสือคู่มือเป็นหลัก ทำให้ขาดภาพความเป็นสถานบันเทิงไป โดยภายหลังได้ปรับให้มีความเบลอ ความสนุกของแสงสีให้เข้าสถานบันเทิงมากขึ้น

### 4.2.1 แนวคิดและแนวทางในการออกแบบ

#### 4.2.1.1 แนวความคิดที่ 1

เป็นแนวความคิดที่มาจากการเดินทางเอาชีวิตรอดโดยใช้องค์ประกอบเรื่องอุปกรณ์ยังชีพ การใช้ป้ายฉุกเฉิน

#### 1. มู้ดบอร์ด

Blur, Drunk, Sign

ภาพที่ 4 มู้ดบอร์ด ของแคมเปญในแนวความคิดที่ 1



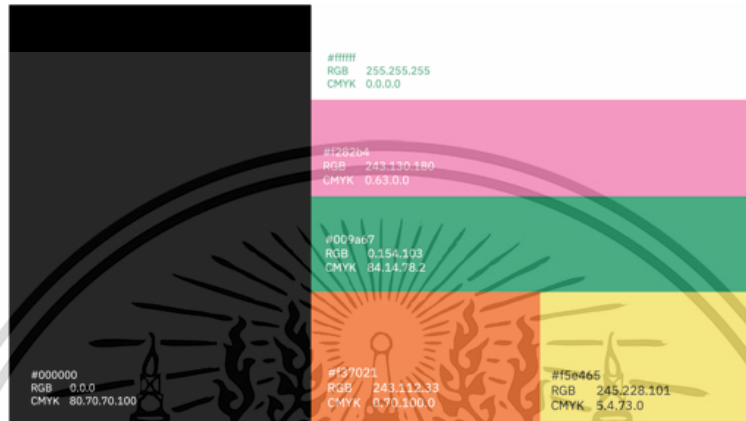
ที่มา: ลลิล รุจทีขัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ชุดสีที่ใช้ (Color Palette)

Colorful, Active, Feminine

ภาพที่ 5 ชุดสีที่ใช้ (Color Palette) ภายในแคมเปญในแนวความคิดที่ 1



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

## 3. การกำกับศิลป์

Symbol, Outline, Grid

ภาพที่ 6 การกำกับศิลป์ ภายในแคมเปญในแนวความคิดที่ 1



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งหลังจากได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการศิลปนิพนธ์ผู้จัดทำได้เปลี่ยนแนวความคิดและแนวทางในการออกแบบใหม่ เนื่องจากแนวทางดังกล่าวยังไม่สามารถสื่อถึงความเป็นสถานบันเทิงได้เท่าที่ควร และขาดความสนุกไป

#### 4.2.1.2 แนวความคิดหลังจากได้รับคำแนะนำ

ผู้วิจัยได้เปลี่ยนแนวความคิดเป็นการเอาชีวิตรอดในสถานบันเทิง การเอาตัวเองให้รอดจากความเมาและแสงสีที่เกิดขึ้นในสถานบันเทิง

ทำให้ผู้วิจัยได้เปลี่ยนแนวทางการออกแบบเป็นการเน้นใช้รูปจริงดั่งสีจากแสงไฟในสถานบันเทิงยามกลางคืน และเพิ่มองค์ประกอบภายในสถานบันเทิง

##### 1. มู้ดบอร์ด

Blur, Drunk, Neon

ภาพที่ 7 มู้ดบอร์ด ของแคมเปญ

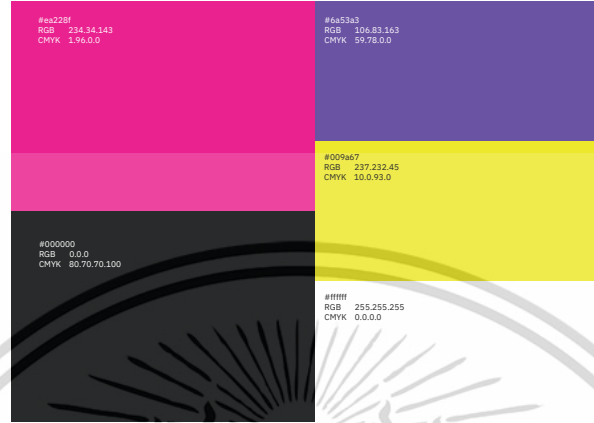


ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ชุดสีที่ใช้ Neon, Dark

ภาพที่ 8 ชุดสีที่ใช้ภายในแคมเปญ



ที่มา: ลลิต รุจทิซัมพร, 2567

## 3. การทำกับศิลป์ Blur, Hand writing, Real Image

ภาพที่ 9 การทำกับศิลป์ภายในแคมเปญ



ที่มา: ลลิต รุจทิซัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.2 ชื่อของแคมเปญ

ในส่วนของชื่อผู้วิจัยได้มีการตั้งชื่อต่าง ๆ โดยใช้คีย์เวิร์ด (Keyword) ที่สามารถสื่อถึงผู้หญิงและการเตรียมพร้อม เอาไว้ 2 ชื่อ ได้แก่

##### 1. Lady Ready

ชื่อแคมเปญนี้เป็นการใช้คำที่ออกเสียงและเขียนคล้ายกันเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ โดยแปลได้ว่าผู้หญิงที่พร้อมออกไปเผชิญกับสิ่งต่าง ๆ ตอนเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืนแล้ว

##### 2. Don't Worry To Party

ชื่อแคมเปญนี้เป็นการต่อยอดจากประโยค Don't worry be happy (อย่ากังวลเลย มีความสุขไว้) ซึ่งเป็นประโยคให้กำลังใจ โดยเปลี่ยนเป็น To Party ที่สื่อถึงว่าอย่ากังวลเลยที่จะปาร์ตี้

โดยสุดท้ายผู้วิจัยได้เลือกชื่อที่ 1 มาเป็นชื่อแคมเปญ เนื่องจากชื่อดังกล่าวเป็นชื่อที่สามารถสื่อถึงความพร้อมของผู้หญิง และจดจำได้ง่าย

#### 4.3 การออกแบบโลโก้แคมเปญ

ผู้วิจัยได้มีการวางแผนที่จะออกแบบโลโก้ของแคมเปญเป็นโลโก้ตัวอักษร (Wordmark) โดยใช้ชื่อของแคมเปญ “Lady Ready” โดยมีแนวความคิดว่าโลโก้ตัวอักษรนี้จะต้องสามารถสื่อถึงความ เป็นสถานบันเทิงและความพร้อมที่จะเผชิญหน้า

ผู้วิจัยได้ทดลองร่างแบบโลโก้ต่าง ๆ โดยอ้างอิงจากชื่อแคมเปญ

ภาพที่ 10 แบบร่างโลโก้ของแคมเปญ ครั้งที่ 1

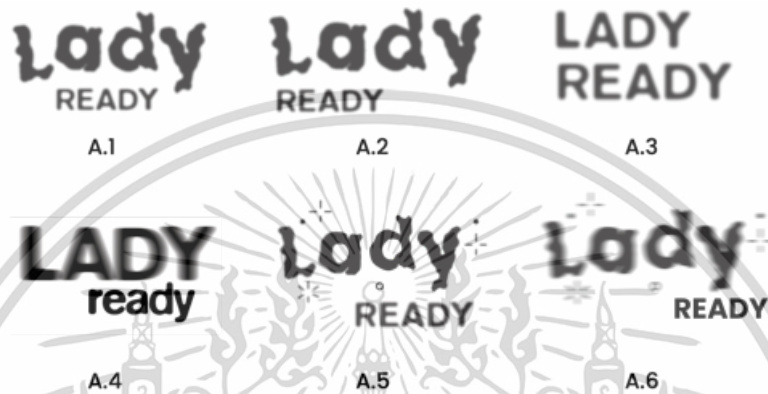


ที่มา: ลลิล รุจทิษฐ์มพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากการนำเสนอและได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์และคณะกรรมการ แล้วผู้จัดทำได้เลือกแบบร่างโลโก้แบบ E มาพัฒนาต่อ เนื่องจากโลโก้ดังกล่าวสื่อถึงความมั่นใจที่ให้ความรู้สึกเป็นสถาบันที่ชัดเจนกว่าในแบบร่างทั้งหมด และได้พัฒนาต่อโดยเพิ่มความมินามา

ภาพที่ 11 แบบร่างโลโก้ของแคมเปญ ครั้งที่ 2



ที่มา: ลลิต รุจติชิมพร, 2567

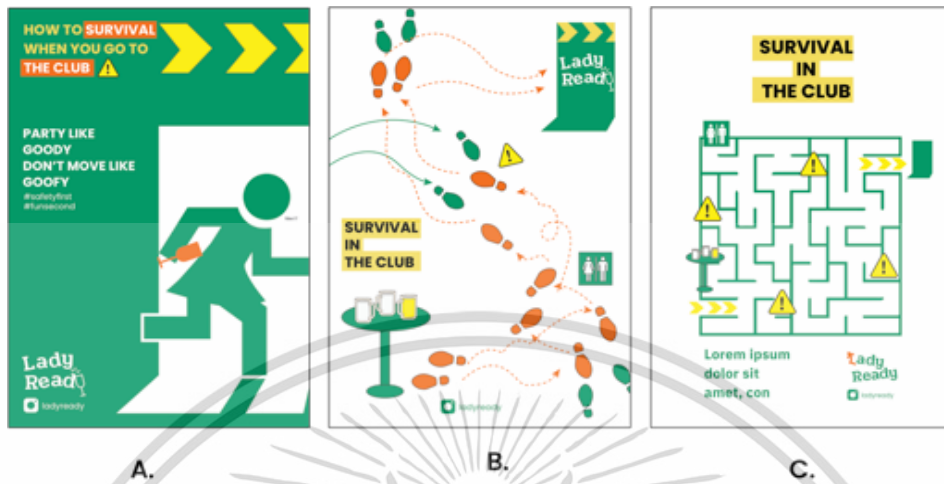
และหลังจากได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์อีกครั้ง ผู้วิจัยได้เลือกแบบ A.6 เป็นโลโก้ในแคมเปญ

#### 4.4 การออกแบบโปสเตอร์เพื่อใช้ในการโปรโมตแคมเปญ

##### 4.4.1 แบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 1

การออกแบบแบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 1 อิงมาจากแนวความคิดและแนวทางการออกแบบครั้งแรกก่อนที่จะเปลี่ยนในภายหลังเนื่องจากยังขาดความเป็นสถาบันที่

ภาพที่ 12 แบบร่างโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 1



ที่มา: ลลิต รุจทิซั่มพร, 2567

4.4.2 แบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 2

แบบร่างโปสเตอร์ครั้งที่ 2 ผู้จัดทำได้ทำออกมา 2 แนวทางโดยใช้รูปจริงเป็นหลัก ผสมกับกราฟิก แนวทาง 1

ภาพที่ 13 แบบร่างโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 2.1



ที่มา: ลลิต รุจทิซั่มพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวทาง 2

ใช้ภาพจริงและมีข้อความพาดหัวที่เชื่อมโยงกับแคมเปญ

ภาพที่ 14 แบบร่างโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 2.2



ที่มา: ลลิต รุจทิชัมพร, 2567

### 4.4.3 แบบร่างชุดโปสเตอร์ครั้งที่ 3

ภายหลังออกแบบเป็นโปสเตอร์จำนวน 3 แผ่นโดยใช้ภาพจริงย้อนสีให้สอดคล้องกับชุดหนังสือคู่มือทั้ง 3

ภาพที่ 15 แบบร่างชุดโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 3



ที่มา: ลลิต รุจทิชัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4.4 แบบร่างชุดโปสเตอร์ครั้งที่ 4

ผู้จัดทำได้นำแบบร่างชุดโปสเตอร์ครั้งที่ 3 มาพัฒนาต่อให้มีภาพที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจนและดูเป็นชุดเดียวกันมากขึ้น

ภาพที่ 16 ชุดโปสเตอร์แคมเปญ ครั้งที่ 3



ที่มา: ลลิล รุจทิษฐ์มพร, 2567

#### 4.5 การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์

##### 4.5.1 แบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1

ขนาด 22 x 30.7 x 10 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 17 แบบคลี่ของแบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1

ด้านหน้า

ด้านหลัง



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

แบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 เมื่อประกอบรูปแบบจำลอง

ภาพที่ 18 แบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 เมื่อประกอบรูปแบบจำลอง



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งหลังจากได้รับคำแนะนำจากกรรมการมาให้ปรับให้สอดคล้องกับความเป็นผู้หญิงกับ  
สถานบันเทิงมากกว่านี้ จึงได้ออกแบบใหม่มาเป็นแบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์แบบที่สอง

#### 4.5.2 แบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2

ผู้จัดทำได้ปรับรูปทรงให้เป็นรูปกระเป๋าสที่สามารถสะพายข้าง และสะพายไหล่ให้สอดคล้อง  
กับกระเป๋าสผู้หญิงที่จะนำไปสถานบันเทิงได้

ขนาด 15 x 21.5 x 5 เซนติเมตร

ภาพที่ 19 แบบคลี่ของแบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2

ด้านหน้า

ด้านหลัง



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

แบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 เมื่อประกอบรูปแบบจำลอง

ภาพที่ 20 แบบร่างกล่องบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 เมื่อประกอบรูปแบบจำลอง

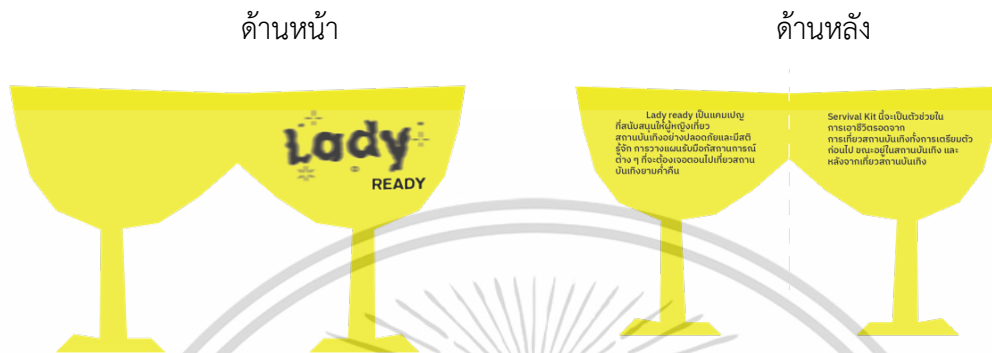


ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.5.3 แบบร่างป้ายห้อย (Tag) สำหรับกล่องบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 21 แบบร่างป้ายห้อยสำหรับกล่องบรรจุภัณฑ์ ขนาด 5 x 6 เซนติเมตร



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

### 4.6 การออกแบบชุดคู่มือ Survival Guide Book

Survival Guide Book เป็นชุดคู่มือให้ความรู้และวิธีการเตรียมตัวก่อนไปสถาบันเทিং มีจำนวนทั้งหมด 3 เล่ม ขนาด 14.8 x 21 เซนติเมตร หรือ A5

โดยผู้วิจัยจะเริ่มจากการเขียนหัวข้อเนื้อหาว่าต้องการจะเล่าเรื่องอะไรบ้างและวางโครงสร้างของชุดคู่มือเพื่อกำหนดขอบเขต จำนวนหน้า และทิศทางของเนื้อหาทั้งหมด

#### 4.6.1 เนื้อหาภายในคู่มือทั้ง 3 เล่ม

ภาพที่ 22 แบบร่างเนื้อหาภายในคู่มือทั้ง 3 เล่ม

การเตรียมตัวก่อนไป	ถอนอยู่ในสถานบันเทিং	หลังจากสถานบันเทিং
<b>จุดประสงค์การไป</b> - เอาสนุก - เศร้า อหกถัก - เพื่อมี sex <b>Check สภาพร่างกาย</b> - โรคประจำตัว, ปัญหาสุขภาพต่างๆ (คนเยอะ, เสียงดัง, แสงวูบวาบ) - โรคต่างๆ ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในสถานบันเทিং - ประจำเดือน <b>การเลือกร้าน</b> <b>เพื่อน, คนที่จะไปร่วมโต๊ะกับเรา</b> <b>สายด่วน / องค์กรที่เกี่ยวข้อง</b> <b>กรณีอื่น ๆ</b> - พรั่งนี้มีเพื่อน - ไม่มีเพื่อนไป	<b>ถอนอยู่ในสถานบันเทিং</b> <b>การเลือกคิง, โต๊ะ</b> <b>ชี้เป้าคนที่ควรระวัง, รูปแบบ</b> <b>เครื่องดื่ม, การดื่ม ที่คนคงจ้องควรระวัง</b> <b>เมื่อเริ่มเมาไม่มีสติ</b> - รับมือต่างๆ <b>การถูกขอมข่า</b> <b>กรณีคู่ sex, คู่นอน</b>	<b>หลังจากสถานบันเทিং</b> <b>กรณีถ้ามี sex</b> - ข้อควรระวัง - การป้องกันต่างๆ - โรค <b>การกลับ</b> - กรณีมีสติ ไม่มีสติ - กลับกับใคร แกรป cabb

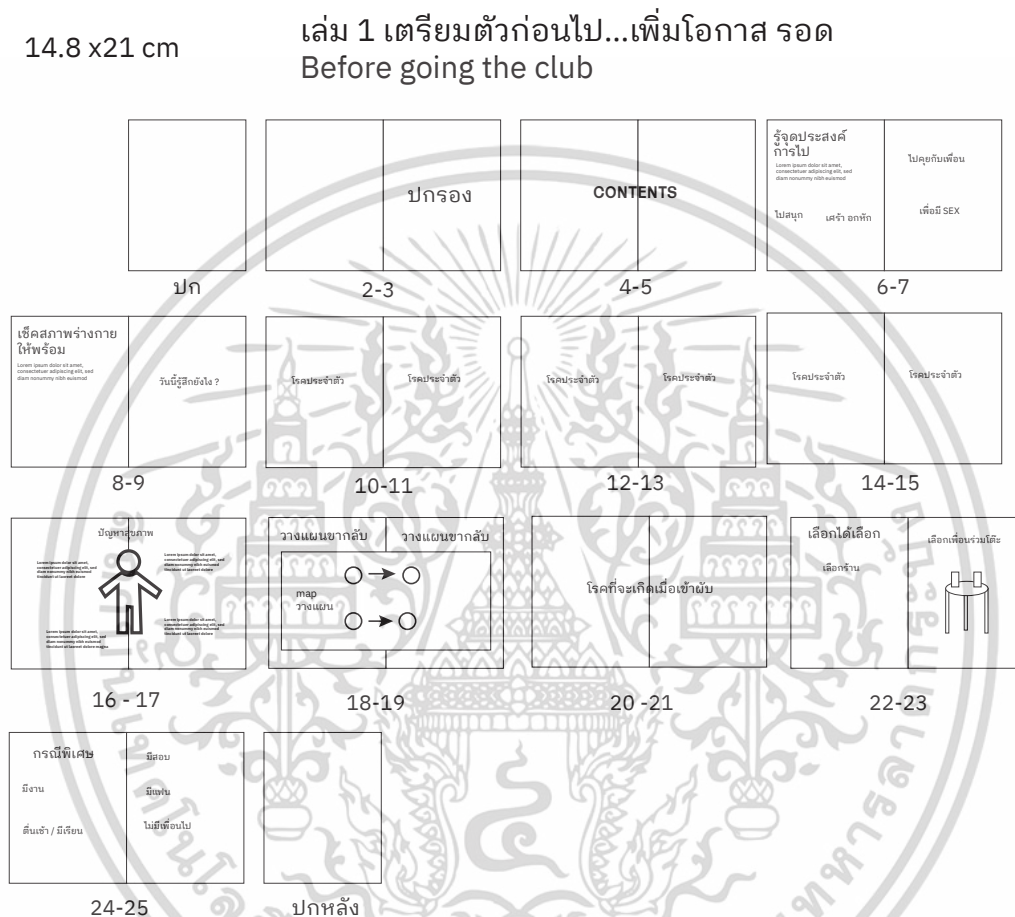
ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.6.2 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 1

ในเนื้อหาเล่มที่ 1 จะเกี่ยวกับการเตรียมตัวตอนไปสถานบันเทิง

ภาพที่ 23 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 1



ที่มา: สลิล รุจทิษฐ์พร, 2567

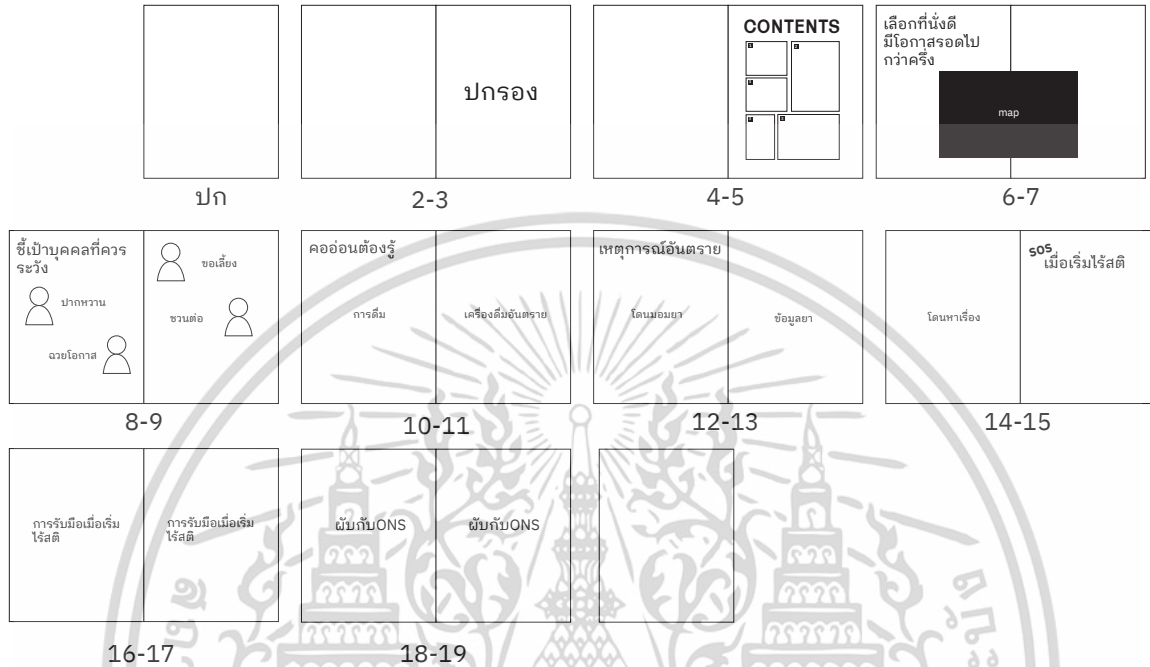
## 4.6.3 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 2

ในเนื้อหาเล่มที่ 2 จะเกี่ยวกับการรับมือจากสถานการณ์ต่าง ๆ ในสถานบันเทิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 24 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 2

เล่ม 2 วิธีเอาตัวรอดในฝัน  
While in the club



ที่มา: สลิล รุจทิษฐ์มพร, 2567

4.6.4 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 3

ในเนื้อหาเล่มที่ 3 จะเกี่ยวกับการรับมือจากสถานการณ์ต่าง ๆ หลังเที่ยวสถานบันเทิง

เสร็จ

## ภาพที่ 25 แบบร่างเนื้อหาเล่มที่ 3

**เล่ม 3**  
**After the club**

ปก	2-3	4-5	6-7
วิธีที่ 3 หาโรงแรม	วิธีที่ 4 ห้องเพื่อน	กรณีมี SEX ข้อควรระวัง	กรณีไม่มี SEX ข้อควรระวัง
8-9	10-11	12-13	14-15
	ปกกรอง	CONTENTS	กลับบ้านยังไง ? วิธีที่ 1 ให้คนมารับ
		วิธีที่ 2 เรียกรถ	
		การป้องกัน	โรคที่ตามมา /การแก้ไข
		การป้องกัน	โรคที่ตามมา /การแก้ไข

ที่มา: ลลิล รุจทิฆัมพร, 2567

ซึ่งภายหลังผู้วิจัยก็ได้มีการออกแบบรายละเอียดส่วนอื่น ๆ โดยต่อยอดมาจากแบบร่างแบบจำลองดังกล่าวจนได้เป็นชุดคู่มือ Survival Guide Book ที่เสร็จสมบูรณ์

#### 4.7 การออกแบบสิ่งของในชุดสื่อการเรียนรู้

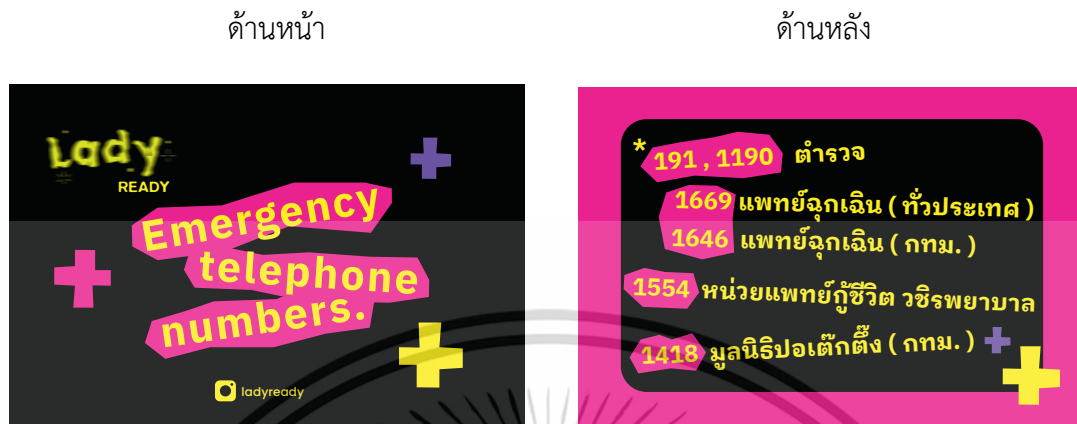
ผู้วิจัยได้มีการออกแบบสื่ออื่น ๆ ภายในชุดสื่อการเรียนรู้ ได้แก่

##### 4.7.1 พวงกุญแจเบอร์ฉุกฉิน

ในการออกแบบพวงกุญแจเบอร์ฉุกฉิน ผู้วิจัยได้ทำการจัดวางให้อ่านง่ายและมองเห็นได้ชัดเจน ขนาด 5.4 x 8.6 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 26 พวงกุญแจเบอร์ฉุกเฉิน



ที่มา: ลลิต รุจทิชมพร, 2567

## 4.7.2 พวงกุญแจที่อยู่

ในการออกแบบพวงกุญแจที่อยู่ ผู้จัดทำได้ทำการจัดวางให้อ่านง่ายและมองเห็นได้ชัดเจน สามารถเขียนข้อมูลส่วนตัวลงไปได้ ขนาด 5.4 x 8.6 เซนติเมตร

ภาพที่ 27 พวงกุญแจที่อยู่



ที่มา: ลลิต รุจทิชมพร, 2567

## 4.7.3 สติกเกอร์สำหรับปิดปากแก้วสำหรับป้องกัน

ในการออกแบบสติกเกอร์สำหรับปิดปากแก้ว ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยการใส่สีจากชุดสีของแคมเปญจำนวน 4 แบบ มีกราฟิกบอกวิธีใช้ ขนาด 11 x 12 เซนติเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 28 สติกเกอร์สำหรับปิดปากแก้ว

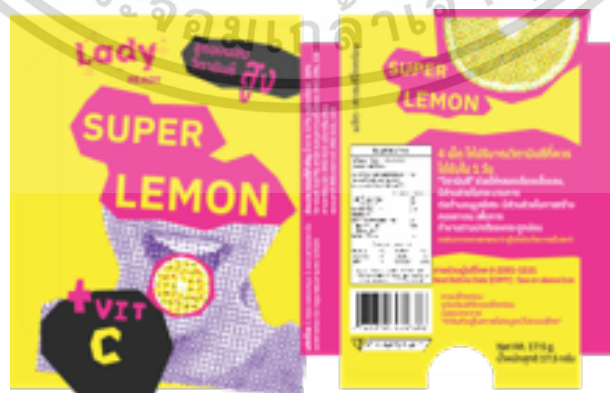


ที่มา: ลลิต รุจทิชม์พร, 2567

#### 4.7.4 บรรจุภัณฑ์ลูกอม

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ลูกอม ผู้วิจัยได้ออกแบบให้สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบของแคมเปญ โดยการใช้สีและภาพกราฟิกต่าง ๆ ขนาด 6 x 9 x 1 เซนติเมตร

ภาพที่ 29 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ลูกอม



ที่มา: ลลิต รุจทิชม์พร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.7.5 กล่องบรรจุภัณฑ์ยาคุม

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ยาคุม ผู้วิจัยได้ออกแบบให้สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบของแคมเปญ โดยการใช้สีและภาพกราฟิกต่าง ๆ ขนาด 5 x 13 x 1.5 เซนติเมตร

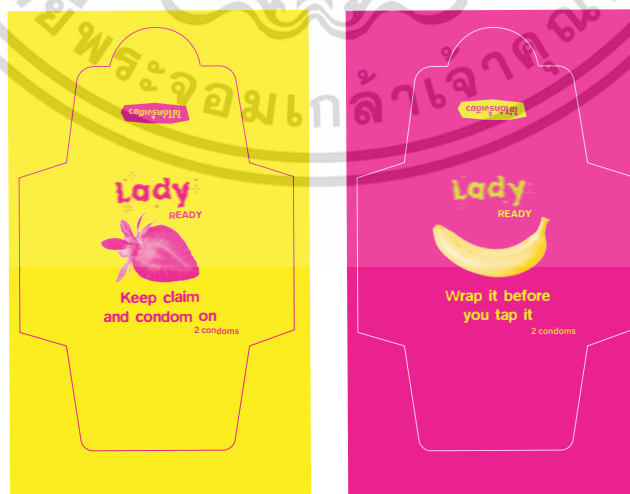
ภาพที่ 30 บรรจุภัณฑ์ยาคุม



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

#### 4.7.6 บรรจุภัณฑ์ถุงยางอนามัย ขนาด 6.5 x 6.5 เซนติเมตร

ภาพที่ 31 บรรจุภัณฑ์ถุงยางอนามัย



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.7.7 บรรจุภัณฑ์ของถุงยางอนามัย ขนาด 6 x 6 เซนติเมตร

ภาพที่ 32 บรรจุภัณฑ์ของถุงยางอนามัย



ที่มา: ลลิต รุจทีพิมพ์, 2567

#### 4.7.8 การออกแบบกำไลข้อมือสำหรับการตรวจสอบสารเสพติดในแก้วขนาด 2 x 25 เซนติเมตร

ภาพที่ 33 กำไลข้อมือสำหรับการตรวจสอบสารเสพติดในแก้ว



ที่มา: ลลิต รุจทีพิมพ์, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.7.9 การออกแบบสติ๊กเกอร์

การออกแบบชุดสติ๊กเกอร์ ผู้จัดทำได้ดึงองค์ประกอบกราฟิกต่าง ๆ มาจากหนังสือชุดคู่มือ ขนาด 14.8 x 21 เซนติเมตร

ภาพที่ 34 ชุดสติ๊กเกอร์ที่อยู่ในชุดสื่อการเรียนรู้



ที่มา: ลลิล รุจทิฆัมพร, 2567

#### 4.8 การออกแบบโพสต์บนอินสตาแกรม

ภายในแคมเปญ จะมีการใช้โพสต์บนอินสตาแกรมในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและให้ข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย

##### 4.8.1 การวางแผนขอบเขตเนื้อหาภายในอินสตาแกรม

เนื้อหาภายในอินสตาแกรมจะถูกแบ่งย่อยเป็น 4 หมวดหมู่หลัก ๆ ได้แก่

1. แนะนำให้รู้จักแคมเปญ
2. คำคมเกี่ยวกับแคมเปญ
3. เนื้อหาที่เป็นความรู้
4. การโปรโมตชุดสื่อการเรียนรู้
5. การเล่นเกม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.8.2 กำหนดแนวทางการออกแบบ

เมื่อได้ขอบเขตเนื้อหาที่จะใช้โพสต์บนอินสตาแกรมแล้ว จึงจัดทำกร่างแบบโพสต์บนอินสตาแกรม ให้มีรูปแบบตามความเหมาะสมกับเนื้อหานั้น ๆ โดยจะมีการใช้ภาพถ่าย กับ ภาพกราฟิก หรือบางโพสต์ก็มีการใช้ภาพกราฟิกในการสื่อสารอย่างเดียว ขนาด 1080 x 1080 px

ภาพที่ 35 แบบร่างโพสต์บนอินสตาแกรม



ที่มา: ลลิล รุจทิษฐ์พร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### ผลงานสำเร็จ

#### 5.1 โลโก้

ภาพที่ 36 โลโก้สำเร็จ

ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

#### 5.2 โปสเตอร์

ภาพที่ 37 โปสเตอร์สำเร็จอันที่ 1



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 38 โปสเตอร์สำเร็จอันที่ 2



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

ภาพที่ 39 โปสเตอร์สำเร็จอันที่ 3



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 กล่องบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 40 กล่องบรรจุภัณฑ์สำเร็จ



ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

### 5.4 ป้ายห้อยกล่องบรรจุภัณฑ์

ภาพที่ 41 ป้ายห้อยกล่องบรรจุภัณฑ์สำเร็จ



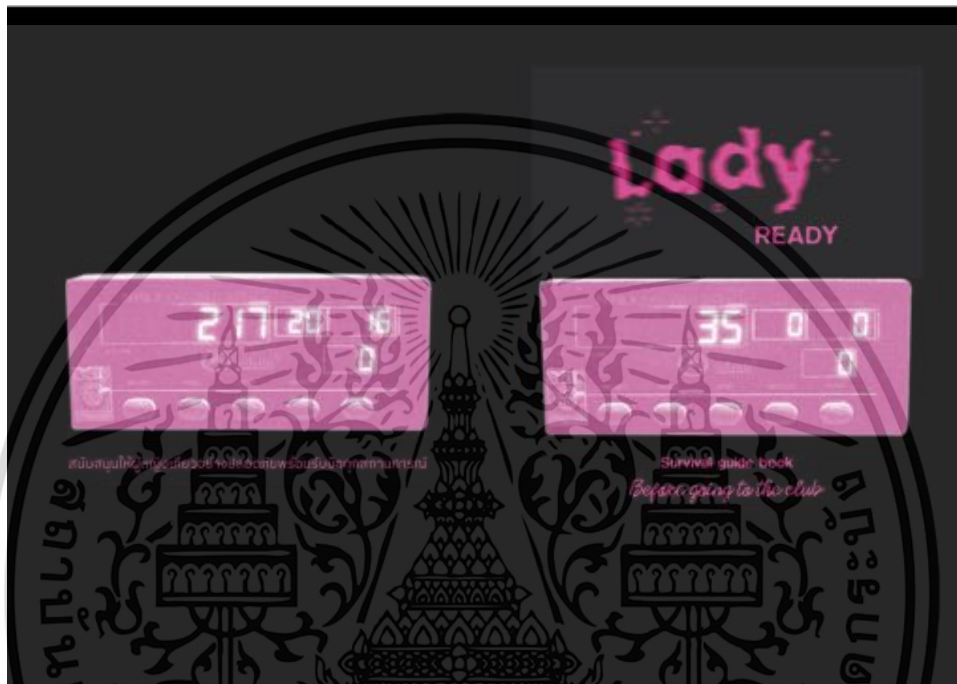
ที่มา: ลลิต รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

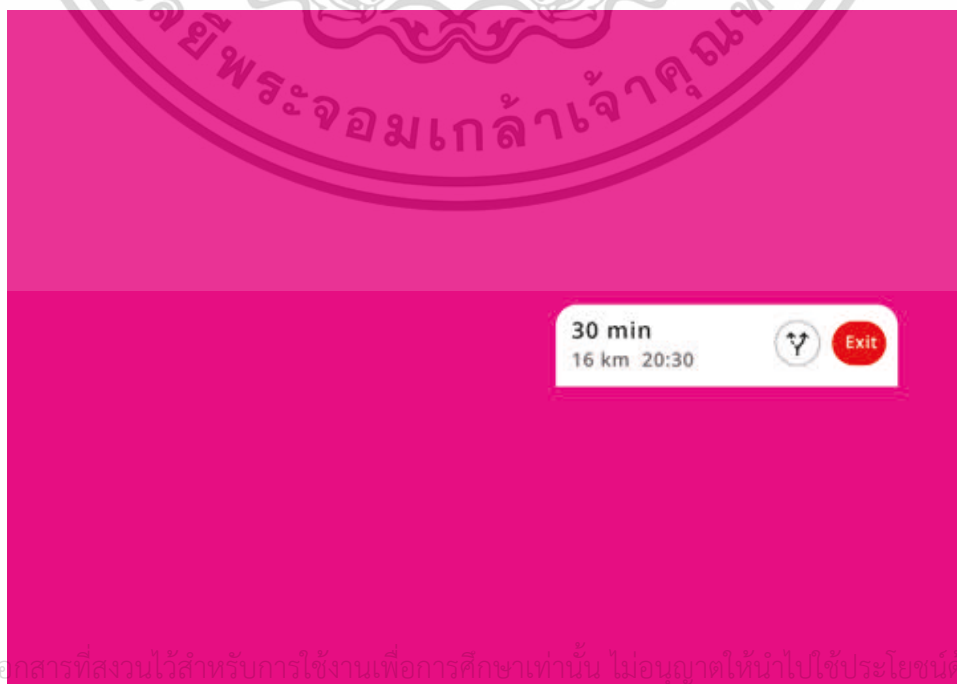
## 5.5 ชุดคู่มือ

### 5.5.1 เล่มที่ 1 Before going to the club

ภาพที่ 42 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้าปกหลังและหน้าปก

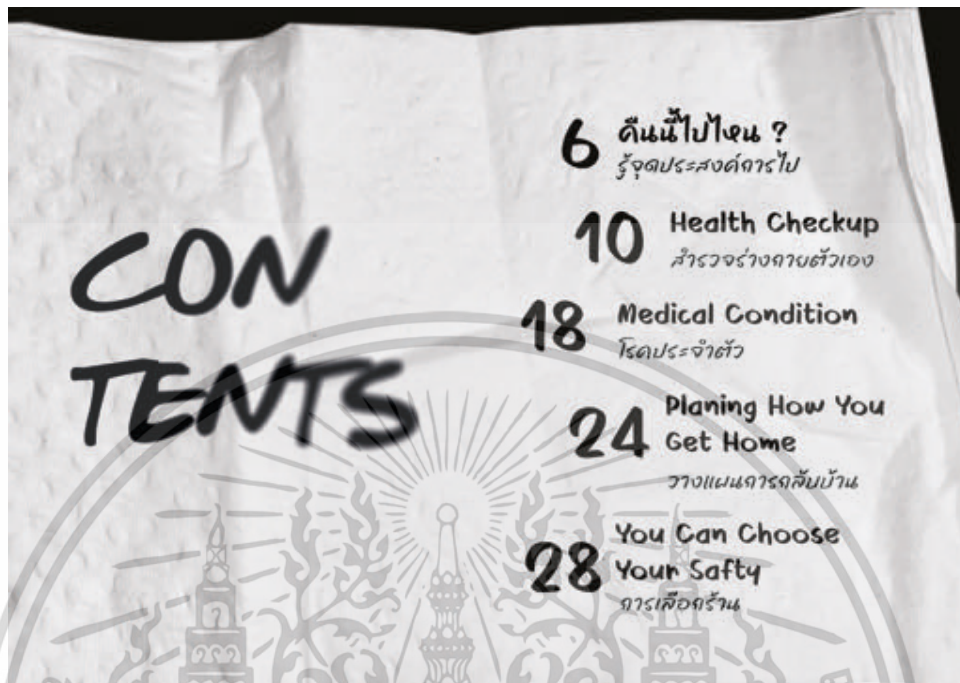


ภาพที่ 43 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 2-3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 44 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 4-5



ภาพที่ 45 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 6-7



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 46 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 8-9



ภาพที่ 47 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 10-11



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 48 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 12-13



ภาพที่ 49 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 14-15



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 50 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 16-17



ภาพที่ 51 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 18-19



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 52 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 20-21



ภาพที่ 53 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 22-23



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 54 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 24-25

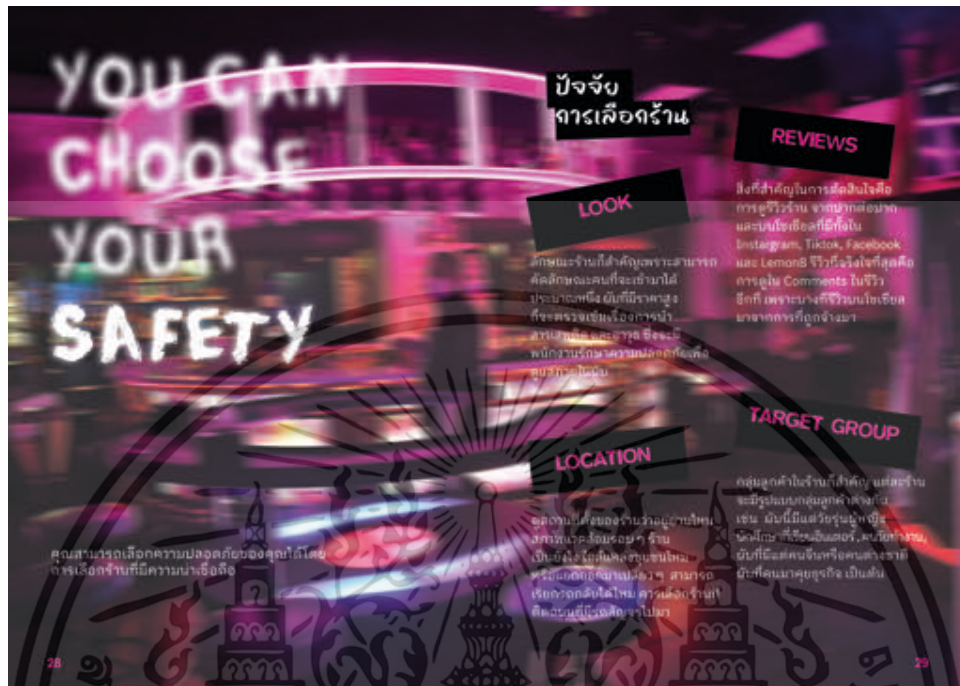


ภาพที่ 55 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 26-27

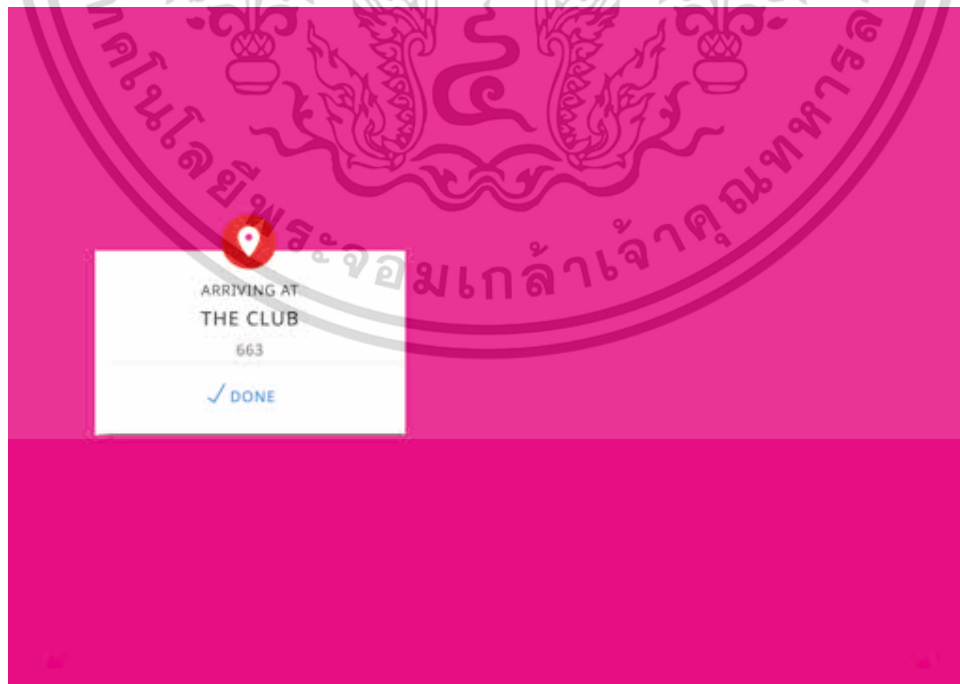


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 56 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 28-29



ภาพที่ 57 เนื้อหาเล่มที่ 1 Before going to the club หน้า 30-31



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.5.1 เล่มที่ 2 In the club

ภาพที่ 58 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าปกหลังและหน้าปก



ภาพที่ 59 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที 2-3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 60 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที 4-5

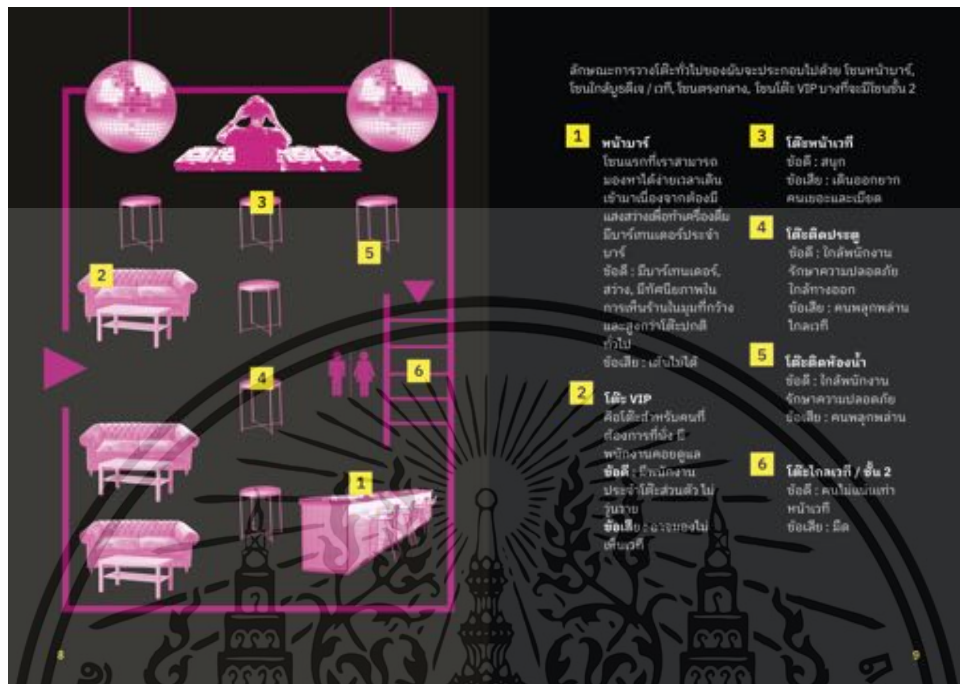
<b>Contents</b>	<b>6</b>	<i>Reserved your table</i> การจองโต๊ะ
		<i>Red flags person to Avoid</i> ชี้เป้าคนที่ควรระวัง
	<b>10</b>	
	<b>14</b>	<i>การดื่มที่ควรระวัง</i>
		<i>When you start to feel tipsy</i> เมื่อคุณเริ่มเมา
	<b>20</b>	
	<b>26</b>	<i>If your drink was spiked</i> ถ้าคุณถูกมอมเมา

ภาพที่ 61 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที 6-7



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 62 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที 8-9



ภาพที่ 63 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที 10-11



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

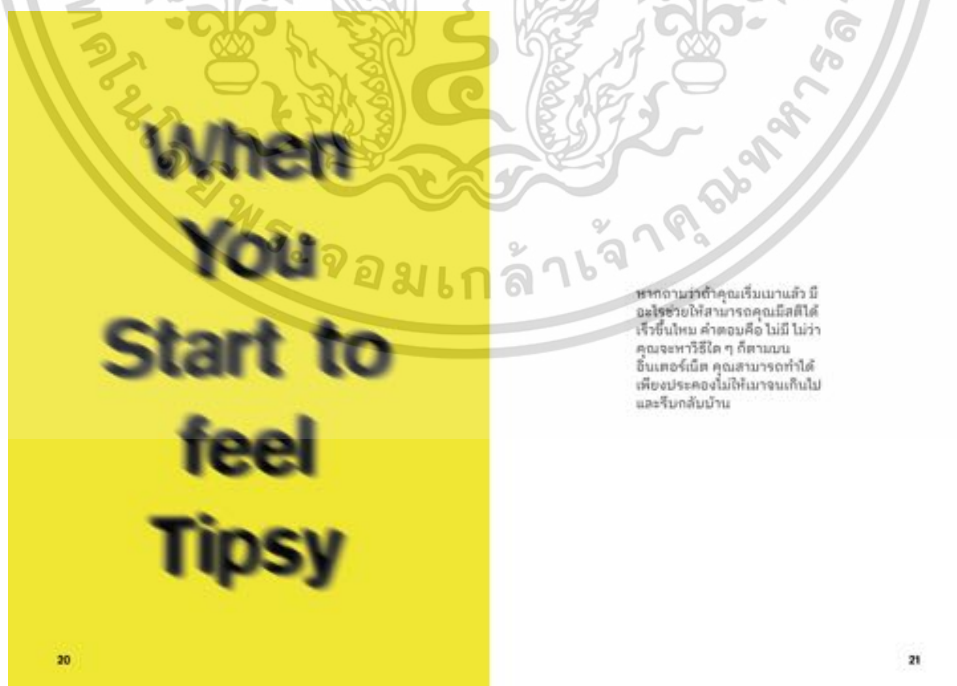




ภาพที่ 68 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที่ 18-19



ภาพที่ 69 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที่ 20-21

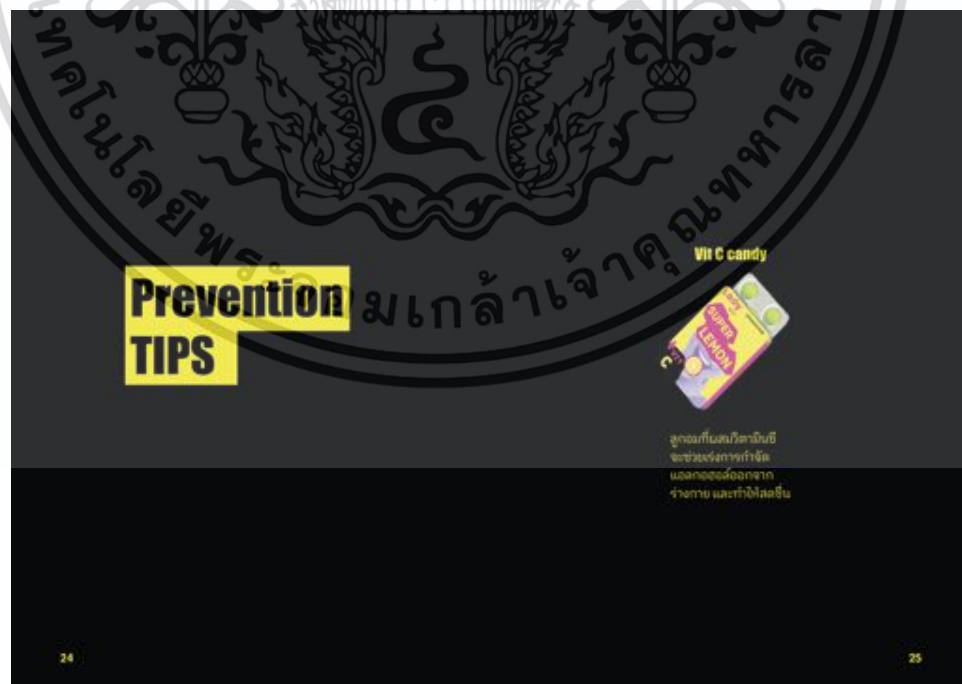


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 70 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที 22-23

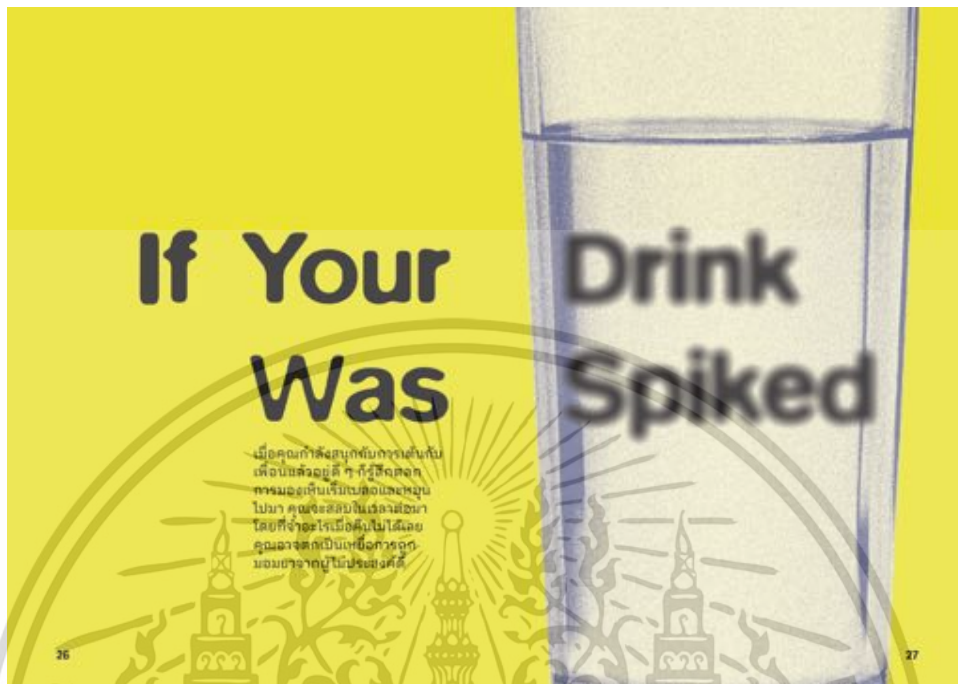


ภาพที่ 71 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที 24-25



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 72 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที่ 26-27



ภาพที่ 73 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที่ 28-29



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 74 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที่ 30-31



ภาพที่ 75 เนื้อหาเล่มที่ 2 In the club หน้าที่ 32-33



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.5.1 เล่มที่ 3 After The club

ภาพที่ 76 เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club หน้าปกหลังและหน้าปก



ภาพที่ 77 เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club หน้า 2-3



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 78 เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club หน้าที่ 4-5



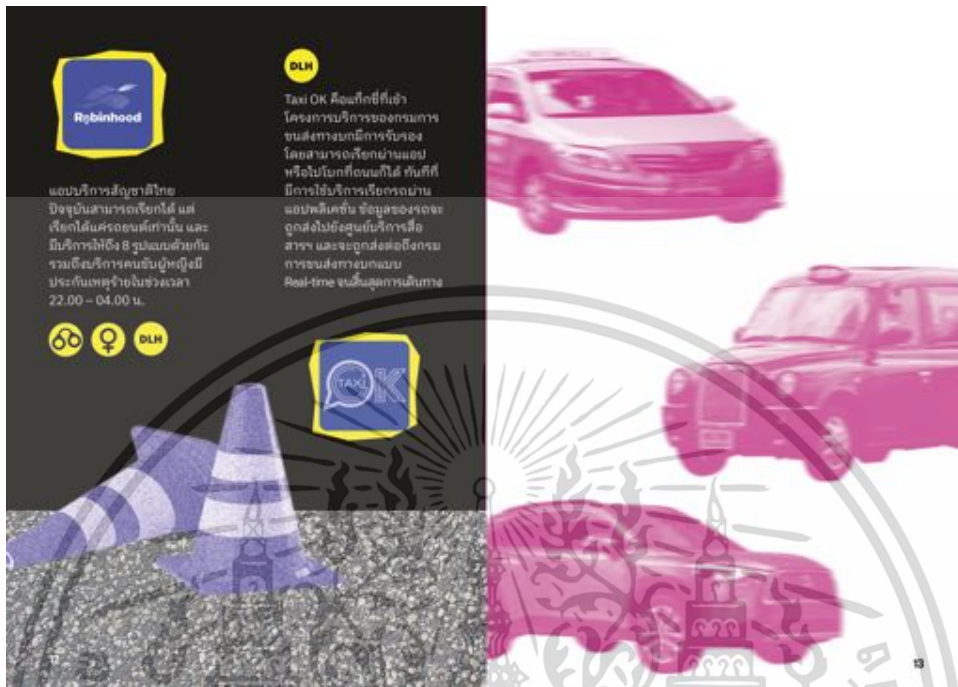
ภาพที่ 79 เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club หน้าที่ 6-7



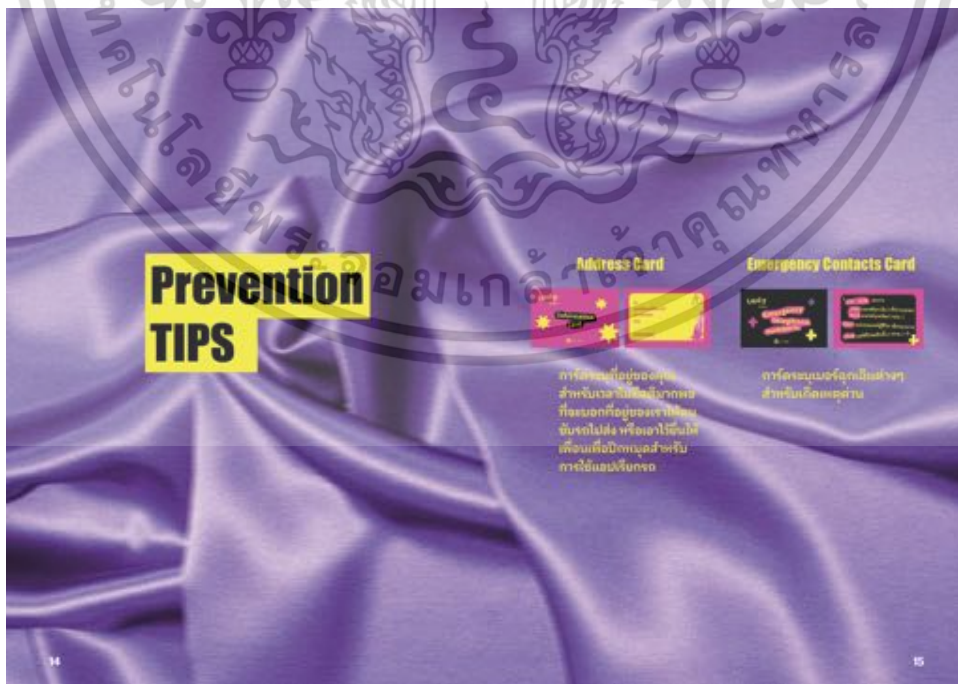
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 82 เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club หน้าที่ 12-13



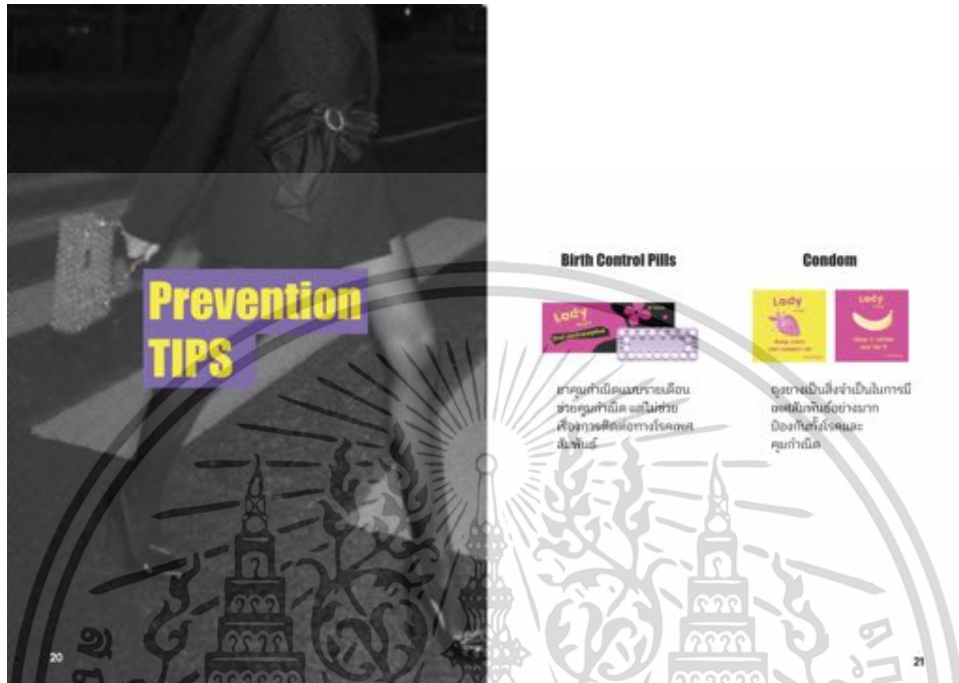
ภาพที่ 83 เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club หน้าที่ 14-15



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 86 เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club หน้าที่ 20-21



ภาพที่ 87 เนื้อหาเล่มที่ 3 After the club หน้าที่ 22-23



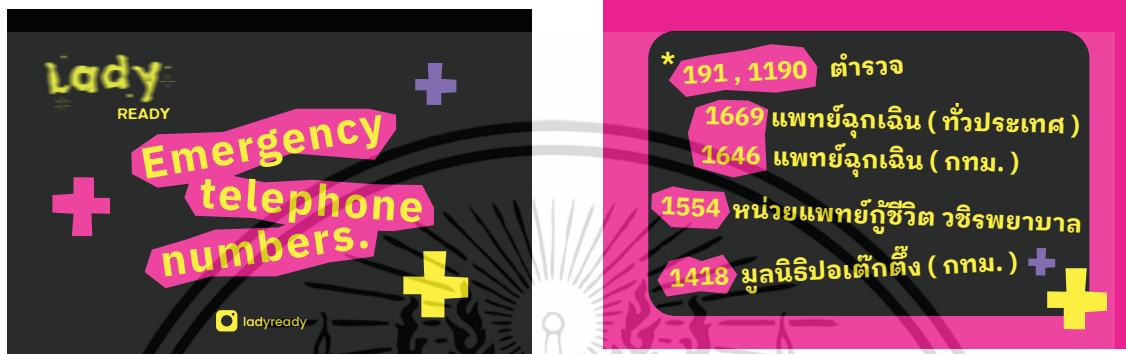
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## 5.6 สิ่งของในชุดสื่อการเรียนรู้

### 5.6.1 พวงกุญแจเบอร์ฉุกเฉิน

ภาพที่ 90 พวงกุญแจเบอร์ฉุกเฉิน



ที่มา: สลิล รุจทิฆัมพร, 2567

### 5.6.2 พวงกุญแจที่อยู่

ภาพที่ 91 พวงกุญแจเบอร์ฉุกเฉิน



ที่มา: สลิล รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.6.3 สติกเกอร์สำหรับปิดปากแก้วสำหรับป้องกัน

ภาพที่ 92 สติกเกอร์สำหรับปิดปากแก้วสำหรับป้องกัน



ที่มา: สลิล รุจทิฆัมพร, 2567

### 5.6.4 บรรจุภัณฑ์ลูกอม

ภาพที่ 93 บรรจุภัณฑ์ลูกอม



ที่มา: สลิล รุจทิฆัมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.6.5 กล่องบรรจุภัณฑ์ยาคุม

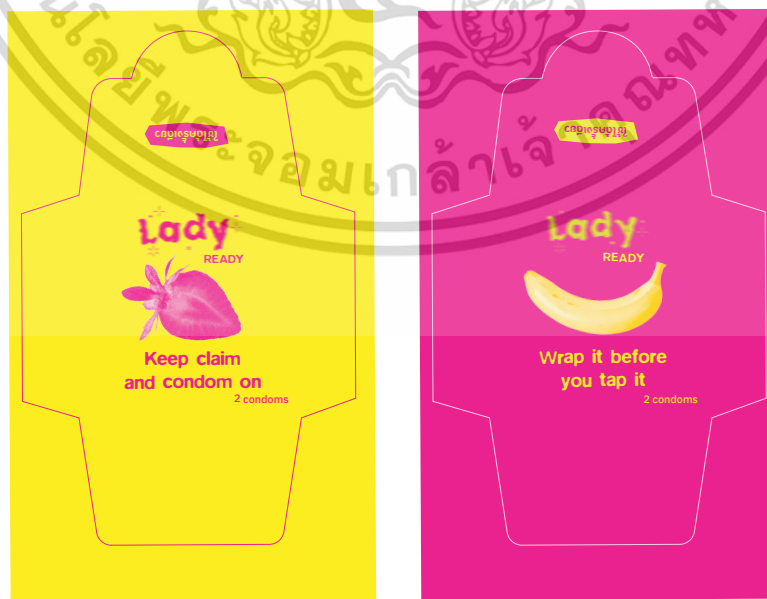
ภาพที่ 94 กล่องบรรจุภัณฑ์ยาคุม



ที่มา: ลลิล รุจทิชมพร, 2567

## 5.6.6 กล่องบรรจุภัณฑ์ถุงยางอนามัย

ภาพที่ 95 กล่องบรรจุภัณฑ์ถุงยางอนามัย



ที่มา: ลลิล รุจทิชมพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.6.7 กล่องบรรจุภัณฑ์ของถุงยางอนามัย

ภาพที่ 96 กล่องบรรจุภัณฑ์ของถุงยางอนามัย



ที่มา: สลิล รุจทิษฐ์พร, 2567

## 5.6.8 กำไลข้อมือสำหรับการตรวจสอบสารเสพติดในแก้ว

ภาพที่ 97 กล่องบรรจุภัณฑ์ของถุงยางอนามัย



ที่มา: สลิล รุจทิษฐ์พร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## 5.7 โปสต์อินสตagram

ภาพที่ 99 กล่องบรรจุภัณฑ์ของถุงยางอนามัย



ที่มา: สลิล รุจทิษฐ์มพร, 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 บทสรุป

การออกแบบชุดแคมเปญการเที่ยวในสถานบันเทิงสำหรับวัยรุ่นหญิงเป็นแคมเปญที่มีจุดมุ่งหมายในการสร้างความตระหนักรู้ให้กับวัยรุ่นหญิงรู้จักการเตรียมตัว ป้องกัน และดูแลรักษาตัวเอง เวลาไปสถานบันเทิงในยามค่ำคืน

จากกระบวนการรวบรวมข้อมูลและดำเนินการออกแบบ ทำให้ผู้วิจัยรู้ว่าการไปเที่ยวสถานบันเทิงยามค่ำคืนสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการมีสติตลอดเวลา และอย่าไวใจใครนอกจากตัวเองถึงแม้จะไปกับเพื่อนสนิทก็ตาม

ในส่วนของกรออกแบบกราฟิกภายในเล่มทำให้ได้เรียนรู้วิธีการใช้ภาพถ่ายร่วมกับกราฟิก การใช้ภาพเป็นสัญลักษณ์เนื้อหาในเล่ม และการออกแบบรูปเล่มทำให้ได้เรียนรู้วิธีการออกแบบสื่อให้เข้าชุดกัน

#### 6.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

6.2.1. ข้อมูลเนื้อหาในเล่ม อาจจะยังเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามไม่ครบ เนื่องจากสถานที่บันเทิงแต่ละที่มีความแตกต่างกัน และกลุ่มลูกค้าก็แตกต่างกันตามสถานที่

6.2.2. มุมมองในเนื้อหาในเล่มเป็นปัจเจกบุคคล อาจไม่สามารถป้องกันและแนะนำได้ทุกคน

#### 6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ภาพประกอบในหนังสือสามารถปรับให้มีความเป็นสัญลักษณ์ได้มากกว่านี้

6.3.2 เนื้อหาในหนังสือปรับให้เป็นอินโฟกราฟิกเพิ่มมากขึ้น

6.3.3 สิ่งของที่อยู่ในชุดสื่อการเรียนรู้ ควรทำเป็นของจริงทั้งหมดไม่ใช่แบบจำลอง เพื่อให้ได้ลองไปใช้จริง

6.3.4 การใช้ภาพถ่ายและการใช้เวกเตอร์กราฟิกบนโพสต์อินสตาแกรม มีความหนาแน่นมากเกินไป ควรทำให้บางโพสต์มีความเบาบาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

Cotactic (2564). แคมเปญ (CAMPAIGN) คืออะไร? รวมพื้นฐานสำคัญ การตลาดออนไลน์.

<https://www.cotactic.com/blog/campaign-marketing-online/>

*Dynamic mapping of human cortical development during childhood through early adulthood.* (2547). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC419576/>

Jessup University. (n.d.). *The Psychology Behind Different Types of Parenting Styles*

<https://jessup.edu/blog/academic-success/the-psychology-behind-different-types-of-parenting-styles/>

Katey Nicolai. (2566). *Teens, Tweens, and New Adults: What is an*

*Adolescent and How to Parent Them.* <https://www.joon.com/blog/what-age-is-teenager>

MGR online. (2563). *มูลนิธิหญิงชายก้าวไกล เปิดผลสำรวจข่าวความรุนแรงทางเพศ*

*ในรอบปี 2562.* <https://mgronline.com/smes/detail/9630000128745>

Rapeepat Ingkasit. (2564). *เศรษฐศาสตร์กับการเลี้ยงลูก : ทำไมบ้านเอเชียเข้มงวดบ้าน*

*สแกนดิเนเวียปล่อยชิล.* <https://thematter.co/thinkers/economics-of-parenting/156887>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

TGC Thailand (ม.ป.ป). *การออกแบบผลิตภัณฑ์ คืออะไร?*. [https://tgcthailand.com/blog/การ](https://tgcthailand.com/blog/การออกแบบผลิตภัณฑ์-คือ/)

[ออกแบบผลิตภัณฑ์-คือ/](https://tgcthailand.com/blog/การออกแบบผลิตภัณฑ์-คือ/)

VENDASTA (2566). *What is a Campaign? Definition & Examples.*

<https://www.vendasta.com/glossary/campaign/>

Workpoint today. (2563). *รากฝังลึกในไทยที่ยังคงเอื้อปัญหาข่มขืนในสังคม.*

<https://workpointtoday.com/rape-in-thailand-drama-update/>

กรีนดี Green packaging by hongthai (2565). *บรรจุภัณฑ์ คือ ? มีประเภทอะไรบ้าง*

<https://thaifoodpackaging.com/blog/what-types-packaging/>

กลุ่มกิจการโรงแรมและสถานบริการส่วนการสอบสวนคดีอาญา สำนักงานการสอบสวนและนิติการกร

การปกครอง. (ม.ป.ป.). *คำอธิบายกฎหมายสถานบริการ.* <https://www.pokkrongnakhon>

[\com/datacenter/doc\\_download/stanborikarn.pdf](https://www.pokkrongnakhon.com/datacenter/doc_download/stanborikarn.pdf)

คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล. (2560).

*ค่านิยมใหม่ แม่วัยใส ทักคนคิดผิดๆที่ต้องรวมกันแก้ไข.* <https://www.rama.mahidol.ac.th>

[/ramachannel/article/ค่านิยมใหม่-แม่วัยใส/](https://www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/article/ค่านิยมใหม่-แม่วัยใส/)

พญ. ชนม์นิภา แก้วพูลศรี. (ม.ป.ป). *เริ่มค้นหาตัวเอง ทดลองสิ่งใหม่ ๆ นี่คือการพัฒนาการในเด็กวัยรุ่น*

*ตอนกลางที่พ่อแม่ต้องเข้าใจ.* <https://www.phyathai.com/th/article/2872-เริ่มค้นหา>

[ตนเอง\\_ทดลองส](https://www.phyathai.com/th/article/2872-เริ่มค้นหา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงพยาบาลพญาไท. (2563). *ติดเพื่อน สนใจเรื่องเพศ พฤติกรรมเด็กวัยรุ่นตอนต้นที่พ่อ*

*แม่ควรใส่ใจ*. [https://www.phyathai.com/th/article/2871-ติดเพื่อน\\_สนใจเรื่องเพ](https://www.phyathai.com/th/article/2871-ติดเพื่อน_สนใจเรื่องเพ)

พญ.ชนมณีภา บุตรวงษ์. (ม.ป.ป). *วัยรุ่นกับการเปลี่ยนแปลง*.

<https://www.patransit.com/วัยรุ่น-วัยแห่งการเปลี่ยนแปลง/>

สุภาวดี ไชยชลอ. (2566). *รู้เท่าทัน Gender-Based Violence ถึง Femicide : เมื่อ*

*‘ความเป็นหญิง’ ทำให้ตกเป็น ‘เหยื่อ’*. <https://plus.thairath.co.th/topic/Everydaylife/103076>

สำนักงานอนามัยการเจริญพันธุ์ กรมอนามัย. (2562). *รายงานเฝ้าระวังการแท้งประเทศไทย พ.ศ.*

2562. [https://rh.anamai.moph.go.th/web-upload/migrated/files/rh/n330\\_d1a80b22d8a4daa876f459095915af6d\\_Ebook\\_Abortion\\_62.pdf](https://rh.anamai.moph.go.th/web-upload/migrated/files/rh/n330_d1a80b22d8a4daa876f459095915af6d_Ebook_Abortion_62.pdf)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวลลิต รุจทิฆัมพร  
 วัน เดือน ปีเกิด 29 กันยายน พ.ศ. 2544  
 ที่อยู่ 12 ซ.นักกีฬาแหลมทอง 4 แยก 1-1 แขวง สะพานสูง เขต สะพานสูง  
 กรุงเทพฯ 10250  
 การติดต่อ Email lalinlinly87@gmail.com  
 เบอร์โทรศัพท์ 0905680058

ประวัติการศึกษา  
 พ.ศ. 2556 - 2563 มัธยมโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง  
 พ.ศ. 2563 - 2567 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้