

วิวัฒน์ พิทักษ์พงศ์สนิท : การวิจัยเชิงเปรียบเทียบการออกแบบเรขศิลป์งานอีเว้นท์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชายและหญิง กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. (THE COMPARATIVE STUDY OF EVENT GRAPHIC DESIGN FOR MALE AND FEMALE CONSUMERS: A CASE STUDY ON ALCOHOLIC BEVERAGES) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ. อารยะ ศรีกัลยาณบุตร, 164 หน้า.

การวิจัยเชิงเปรียบเทียบการออกแบบเรขศิลป์งานอีเว้นท์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชายและหญิง กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการศึกษาวิจัยแบบวิธีผสม (Mixed-Method Research) ซึ่งเป็นลักษณะการวิจัยที่ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ร่วมกัน โดยข้อมูลปฐมภูมิที่ได้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากนั้นจึงนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์และใช้วิธีการหาข้อมูลเชิงปริมาณมาทำการตรวจหาข้อมูลซ้ำอีกครั้งเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงโดยวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อหารูปแบบของแนวทางการใช้สื่อ การใช้องค์ประกอบสำหรับการออกแบบและการนำเสนอ ในการจัดงานอีเว้นท์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชายและกลุ่มผู้บริโภคหญิง กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของการออกแบบเรขศิลป์งานอีเว้นท์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชายและหญิง กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากนั้นวิเคราะห์และคัดเลือกข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง นำไปสร้างแบบสอบถามให้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและทำการแก้ไข จากนั้นจึงให้กลุ่มผู้บริโภคชายและหญิงจำนวน 400 คน ทำการตรวจสอบและนำมาผลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลโดยแสดงรูปแบบตามลำดับจำนวนคะแนนสูงต่ำและค่าเฉลี่ยตามลำดับที่มีการเลือกจากมากไปหาน้อย

เมื่อสรุปผลการวิจัย การออกแบบเรขศิลป์งานอีเว้นท์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชายและหญิง กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วสามารถนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบได้ดังนี้

1. ในการใช้องค์ประกอบ สื่อ และแนวทางการออกแบบเรขศิลป์งานอีเว้นท์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชายและหญิง กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อสามารถระบุ องค์ประกอบ สื่อ และแนวทางการออกแบบได้แล้ว และทำการเปรียบเทียบผลการวิจัยที่ได้ จะสามารถทราบทันทีว่า การออกแบบนั้น ควรใช้ องค์ประกอบ สื่อ และแนวทางการออกแบบใดเป็นหลักเกณฑ์ การกำหนดตัวแปรเหล่านี้ทำให้กระบวนการทางการออกแบบสามารถดำเนินการในขั้นตอนการสร้างสรรค์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการออกแบบเพื่อใช้ในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยเชิงเปรียบเทียบการออกแบบเรขศิลป์งานอีเว้นท์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคชายและหญิง กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อทำการวิจัยและนำผลของการวิจัยมาเปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้องค์ประกอบ สื่อ และแนวทางการออกแบบแล้ว จะสามารถทราบได้ว่า พฤติกรรมต่างๆของกลุ่มผู้บริโภค ในบางส่วนมีความเหมือนกัน มีความใกล้เคียงกันและอาจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และรูปแบบของความชอบของผลิตภัณฑ์หรือการใช้งานนั้นๆ การวิจัยนี้สามารถช่วยให้การกำหนดแนวทางการออกแบบและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันเฉพาะกลุ่มได้ง่ายขึ้น

236260

5186724435 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORDS : EVENT GRAPHIC DESIGN / MALE AND FEMALE CONSUMERS /
ALCOHOLIC BEVERAGE

WIWAT PITAKPONGSANIT : THE COMPARATIVE STUDY OF EVENT
GRAPHIC DESIGN FOR MALE AND FEMALE CONSUMERS: A CASE STUDY
ON ALCOHOLIC BEVERAGES. ADVISOR : ASSOC.PROF. ARAYA
SRIKANLAYANABUTH, 164 pp.

The comparative study of event graphic design for male and female consumers: a case study on alcoholic beverages is a mixed method research that use quantitative analysis and qualitative analysis together by using the primary information that get from qualitative and use that information to analysis. Then, using the way of quantitative to find the information again to get real information that correct with this research for find the way of study and using the elements for design and present how to organize event for male and female consumers.

1. It should to use media and which principle to be a way of design, to control these variable that make the design process can perform in the step of creative design more quickly and efficiency for media.
2. The comparative study of event graphic design for male and female consumers, the case study of the alcohol beverage. When make a research and take the research result to compare the different between media elements and design way, it can be know that some part of the consumer behavior are the same, similar or different depends on the situation and how they like or use that products.

This research can help to specific the design way and go to directly with the different in each consumer group.