

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ผลของการออกแบบ โฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวทางสื่อสิ่งพิมพ์ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
หน่วยกิต	12
ผู้เขียน น	นางสาวศิริลักษณ์ หนูทอง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.บุญเกียรติเอื้อยวงศ์เจริญ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการ
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดเป็นเพศหญิงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงาน กลุ่มละ 25 คนรวมเป็น 50 คน ประชากรอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชใช้วิธีวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบไม่กำหนดคำตอบล่วงหน้า (Non directive Interview) ตามความพึงพอใจโดยครอบคลุมความคิดเห็น การให้ความสนใจต่อองค์ประกอบการออกแบบสื่อโฆษณาทางสื่อในเรื่องของข้อมูลคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ข้อมูลเรื่องเล่าจากผู้ใช้จริงและการให้ความสนใจฟรีเซนต์ การแสดงราคา ภาพผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้โทนสี และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าร้อยละและหาความสัมพันธ์ของตัวแปรแบบไขว้โดยให้ผลลัพธ์ในรูปแบบของ chi square ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบในการออกแบบแผ่นพับที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ ได้แก่ ข้อมูลคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ และการแสดงราคาบนสื่อสิ่งพิมพ์ และกลุ่มคนวัยทำงานค่อนข้างจะไม่เชื่อถือเรื่องเล่าและภาพรีวิวกกลุ่มนักศึกษาจะให้ความสนใจภาพรีวิวมากกว่า ในส่วนของการให้ความสนใจส่วนลดกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจอยู่สูงมากฟรีเซนต์กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจฟรีเซนต์บุคคลหน้าตาดีทั่วไปมากกว่าดารารหรือว่าบุคคลมีชื่อเสียงในเรื่องของสื่อที่ใช้ในการออกแบบแผ่นพับกลุ่มตัวอย่างสนใจโทนเย็นมากกว่าโทนร้อน

คำสำคัญ :ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว/ แผ่นพับ/ สื่อโฆษณา/ สื่อสิ่งพิมพ์

Thesis Title	A focus Group Study on Consumers' Perceptions on Cosmetic Printed Brochures
Thesis Credits	12
Candidate	Ms. SirilukNootong
Thesis Advisor	Dr. BoonkiartIewwongcharoen
Program	Master of Business Administration
Filedof study	Management
Facully	Graduate School of Management and Innovation
Academics Year	2014

Abstract

The objective of this research is to study how the leaflet design affects to the skincare purchasing decision by using the all samples are the women and can be divided to 2 groups containing the student group and the working age group for 25 people per group, so all samples consists of 50 people. In part of geometry, the samples in this research live in Muang, Nakhon Sri-Thammarat non-directive interview. In this case, this method is used to respond to the satisfaction covering to the opinion, paying the attention to the design component of advertising media through the print media in term of the interested reasons, the product information or the experienced users' information and the others e.g. presenters, price display, product image, designed tone color. However, and the data is analyzed by using Descriptive statistics, for example, percentage and Chi-square test. For the research result, it is found that the factors of leaflet design to interest both sample groups are the product information, product image and price display on the print media. However, the working age group doesn't trust on the story and review. In term of the discount, both groups are highly interested. When focusing on the presenters, both groups are interested in the good looking people more than the stars or celebrities. Moreover, both groups pay attention in the cool tone color more than hot.

Keywords:Advertising media / Brochures / Print media / Skincare