

50151303 : สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาด / ธุรกิจอาหารส่งถึงบ้านที่ไม่มีหน้าร้าน

เกียรติศักดิ์ แซ่ไคว้ : การออกแบบเพื่อการสื่อสารการตลาดที่สร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อของธุรกิจอาหารส่งถึงบ้านที่ไม่มีหน้าร้าน. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ.ดร. รัฐไทพรเจริญ และ ผศ.ดร. สุรพงษ์ เลิศสิทธิชัย 157 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อหาสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน และวิธีการออกแบบที่สามารถสร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือ จนทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อในธุรกิจอาหารส่งถึงบ้านที่ไม่มีหน้าร้านได้

วิธีการวิจัยใช้การเก็บข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถามกับกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงานและอยู่ในย่านธุรกิจจำนวน 400 คน สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจอาหารส่งถึงบ้านที่ไม่มีหน้าร้านที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องการหาสื่อ และส่วนประกอบที่ควรมีในสื่อที่เหมาะสม และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์และข้อมูลหลักการออกแบบนำมาออกแบบสื่อที่ได้ โดยผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 4 ท่าน และกลุ่มผู้บริโภค 100 คน เพื่อวัดผลในเรื่ององค์ประกอบการออกแบบ การสร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือของสื่อ

ผลงานวิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นผลงานออกแบบ และหลักการออกแบบได้ดังนี้ รูปแบบสื่อที่เหมาะสมคือ โบปลิว ขนาดที่เหมาะสมคือ A4 แนวนอน เส้นสี รูปภาพ ขนาดตัวหนังสือ และการจัดวางที่เหมาะสม ทำให้เกิดความน่าสนใจและให้ความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภคได้ และเป็นแนวทางให้แก่เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือบุคคลที่สนใจได้ต่อไป

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2 5 5 4
ลายมือชื่อนักศึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. 2.

50151303 : MAJOR : (VISUAL COMMUNICATION DESIGN)

KEY WORD : MARKETING COMMUNICATION / WINDOWLESS FOOD DELIVERY
BUSINESS

KEATTISAK SAE-KHOW : THE MARKETING COMMUNICATION DESIGN TO
STIMULATE PURCHASE DECISION FOR WINDOWLESS FOOD DELIVERY
BUSINESS. THESIS ADVISORS : ASSOC.PROF. RATTHAI PORNCHROEN PH.D., AND
ASST.PROF. SURAPONG LERTSITHICHA, PH.D. 157 pp.

The purpose of this research is to find an appropriate medium for consumers today and how design can help build confidence and credibility for consumers to make decisions to order delivery food from restaurants without a storefront.

Methods used in this research includes collecting survey data from 400 consumers who work and live in the city and interviewing business owners of home-delivered meals to find basic information about their preferable types of media. And components to be included in the appropriate media. And reach today's consumer.

The analysis of data collected from the questionnaires, interviews and information design principles to the design. The assessment of design professionals and the 4 solid line utility to measure the 100 people in the design. To build confidence. Trust the media.

Results can be summarized into the design. And design principles are as follows. Media format is the right size is A4 landscape flyer color images and text to the right place. The interest and confidence. Trust in the purchase decision of consumers. And as a guide for business owners and individuals interested in the future.

Department of Visual Communication Design Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature

Thesis Advisors' signature 1. 2.