

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริม
การตลาด ในธุรกิจร้านกาแฟขนาดย่อมในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายพิรวัฒน์ สมบัติใหม่

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ดร.จิตรลดา บุรพรัตน์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นวัตถุประสงค์หลักไปที่การศึกษาแนวทางการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์เพื่อการส่งเสริมการตลาดธุรกิจร้านกาแฟ วิธีการศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์และการเก็บแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งมีอายุเฉลี่ย 15-35 ปี โดยเข้ามาใช้บริการในร้านกาแฟในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่หนึ่งเป็นการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น จากการสอบถามกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟ ขั้นตอนที่สองเป็นการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อการออกแบบสื่อโฆษณาหลังจากที่ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้และวิเคราะห์สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ ขั้นตอนที่สามเป็นการออกแบบและทดสอบสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์และสื่อเว็บไซต์เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลด้านการออกแบบ ขั้นตอนที่สี่เป็นการเก็บและวิเคราะห์จากสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ที่ออกแบบ

สรุปผลการศึกษา พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการร้านกาแฟส่วนใหญ่มาใช้บริการเพราะการโฆษณาโดยตรงจากพนักงานร้าน เจ้าของร้าน และสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ส่วนการรับสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ยังมีอัตราน้อย แต่มีความต้องการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์เพื่อต้องการทราบข้อมูลและส่วนลดหรือ โปรโมชันส่วนใหญ่ ซึ่งผลการทดลองสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในส่วนของ การออกแบบหน้าตาของสื่ออินเทอร์เน็ต

ไคเร็กเมล์ (Visual Design) ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการใช้โทนสีและความสวยงามที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ และมีการจัดองค์ประกอบในการจัดหน้าสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ได้เหมาะสม ในส่วนของการส่งเสริมการขาย เช่น บัตรคูปองสะสมแต้ม บัตรแลกกาแฟฟรีมีความน่าสนใจช่วยเพิ่มความน่าสนใจในสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์ยิ่งขึ้น

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้คาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดทางสื่ออินเทอร์เน็ตไคเร็กเมล์และผู้ประกอบการร้านกาแฟที่ต้องการเพิ่มศักยภาพในธุรกิจร้านกาแฟที่จะมีส่วนช่วยในการขยายขนาดตลาดและเพิ่มฐานลูกค้าต่อไปในอนาคต



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Internet Direct Mail Media Design for Coffee
Business Marketing Promotion in Chiang Mai City

Author Mr. Peerawat Sombutmai

Degree Master of Arts (Media Arts and Design)

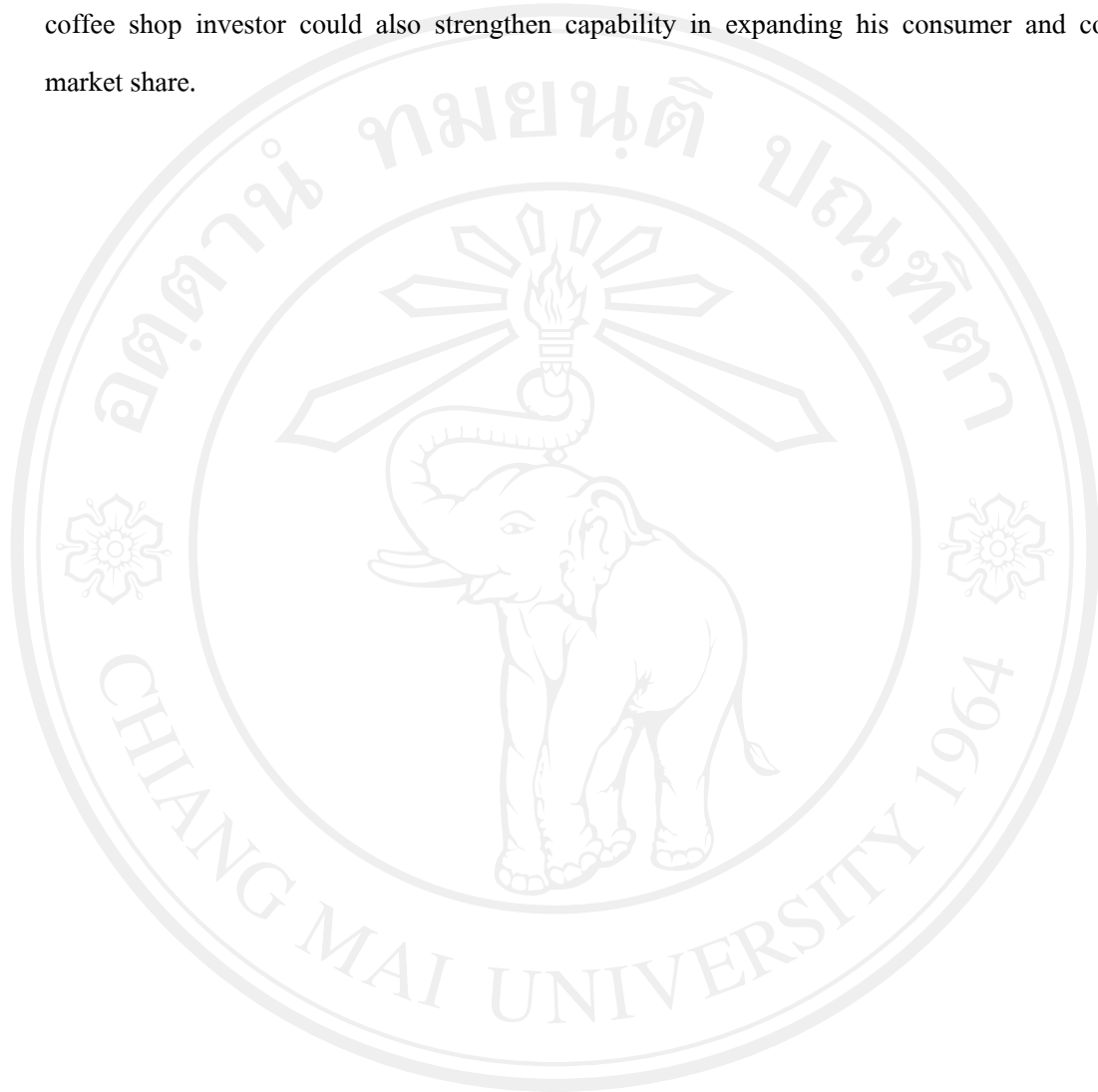
Independent Study Advisor Dr. Chitrlada Burapharat

ABSTRACT

This Independent Study is on Internet Direct Mail Media Design For Coffee Business Marketing Promotion In Chiang Mai City. The objective of this study is focused on the study of internet direct mail design to promote the coffee business marketing among consumer in Chiang Mai Town. The methodology of study is designed to collect the data and information through questionnaires and interviewing. The accidentally approach is utilized to gather and analyze information from two target groups of students and young employees ages between 15-35 who are customized to the coffee shops located in Chiang Mai Town. The process is categorized as 4 steps of the study collection and analyses of baseline data and information through interview and questionnaires from target groups who access the coffee shops. Internet direct mail as media design advertisement is taken in to consideration according to need assessment analyses. Internet direct mail design on website trial is being tested. Data and information is collected and analyzed.

Conclusion Higher percentage of coffee shop customers visit and access the service related to the effectiveness of direct advertisement from the coffee shop's owner, employees and internet website compare to internet direct mail which is at the lower rate. But they would rather want to access the internet direct mail only to get reward from promotion information. However, 'the visual design' of the internet direct mail is the most satisfaction part from the study result. The color tone and the fancy design is one of the higher rates of satisfaction among the target groups. An appropriate internet direct mail composition on website is recommended for the design. Furthermore, the promotion such as redeem points, coupon bonus and free coffee coupon

can increase internet direct mail more interesting. This study might be useful to some extent for those who want to develop coffee business marketing promotion via internet direct mail. The coffee shop investor could also strengthen capability in expanding his consumer and coffee market share.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved