

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	องค์ประกอบภาพถ่าย และการเลือกใช้สีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์
ชื่อผู้เขียน	นางสาววิรินทร์ ภูมรา
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2563

การวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบภาพถ่าย และการเลือกใช้สีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบภาพถ่าย ที่เหมาะสมกับสินค้าประเภทอาหาร 2) เพื่อศึกษาสี ที่เหมาะสมกับสินค้าประเภทอาหาร 3) เพื่อศึกษาองค์ประกอบภาพถ่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์ 4) เพื่อศึกษาสี ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์ ในครั้งนี้เป็นการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจทั่วไป (Survey research) และใช้คำถามลักษณะปลายปิด (Close-ended question) แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบองค์ประกอบภาพถ่ายสินค้าประเภทอาหารและสีที่ใช้ เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่างที่เคยสั่งอาหารผ่านบริการทางออนไลน์จำนวน 25 คน ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจอิทธิพลของภาพถ่ายสินค้าประเภทอาหารและสี ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่างที่เคยสั่งอาหารผ่านบริการทางออนไลน์จำนวน 125 คน

ผลการวิจัยในขั้นตอนส่วนที่ 1 การกำหนดตัวแปรต้น คือ การเลือกองค์ประกอบภาพถ่ายสินค้า การใช้สีกับสินค้า และประเภทสินค้าที่ใช้ในงานวิจัย พบว่าองค์ประกอบภาพถ่ายที่เหมาะสมกับสินค้า คือ องค์ประกอบแบบสร้างศูนย์สนใจของภาพ ทั้งสินค้าที่เป็นเมนูอาหารหลัก และเมนูอาหารว่าง การใช้สีกับสินค้า พบว่า การใช้สีโทนร้อน ในเมนูอาหารหลัก จะช่วยกระตุ้นความอยากซื้อ สร้างโดดเด่น สะดุดตา และสีโทนเย็นในเมนูอาหารว่าง ต้องเป็นสีที่ดูแล้วให้อาหารน่ารับประทาน รู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ และการเลือกประเภทสินค้า คือ สินค้าประเภทอาหารเป็นเมนูที่ง่ายต่อการสั่งซื้อแบบออนไลน์ ในเมนูอาหารจานหลัก คือ เมนูข้าวกระเพราหมูสับไข่ดาว และเมนูอาหารจานว่าง คือ ขนมเค้ก/ขนมปัง

ผลการวิจัยในขั้นตอนส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เพื่อตอบสมมุติฐานการวิจัยจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) องค์ประกอบภาพถ่ายที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าองค์ประกอบภาพถ่ายแบบการสร้างศูนย์สนใจของภาพ มีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าการสร้างภาพให้มีคุณค่าทางศิลปะ 2) สีที่ใช้ออกแบบ

ให้กับสินค้าส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าสีโทนร้อน และสีโทนเย็นส่งผลด้านทัศนคติต่อสินค้าแตกต่างกัน โดยที่ผู้เข้าร่วมการสำรวจมีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าสีโทนร้อนมากกว่าสินค้าสีโทนเย็น

3) แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคหลักจากที่ได้เห็นตัวอย่างสินค้า พบว่าผลวิเคราะห์การสร้างศูนย์สนใจของภาพ โดยใช้สีโทนร้อนจะตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian product) ผลวิเคราะห์การสร้างศูนย์สนใจของภาพโดยใช้สีโทนเย็นจะตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก (Hedonic Product)



ABSTRACT

Title of Independent Study	Photography composition and the choice of colors that influence the decision to buy online food.
Author	Miss Rawinan Pummara
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2020

Photography composition and the choice of colors that influence the decision to buy online food intended for

- 1) To study photographic composition suitable for food products.
- 2) To study the colors that are suitable for food products.
- 3) To study photographic composition that affect the decision to buy food online.
- 4) To study colors that affect online food decisions.

This research is a general survey research and use closed-ended questions.

Divided into 2 steps.

1. Design of food photography compositions and colors used Data were collected from a sample population of 25 people who had previously ordered food online.
2. Exploring the influence of food photography and color that affect the decision to buy food online Data were collected from a sample population of 125 people who had previously ordered food online.

The results of the research in the first step.

The determination of the variable was the selection of product photography components. Using color on the product and types of products used in research.

It was found that the photographic composition that was suitable for the product was the composition that created the focus of the image. Both the products that are the main menu and snack menu. Color with products found that the use of warm colors in the main menu will stimulate purchase appetite Create outstanding, eye-catching and

cool colors in the snack menu. It must be a color that looks and tastes appetizing, feel relaxed.

Product selection is food products that are easy to order online. In the main dish menu is basil rice with pork and fried egg. And the appetizer menu is cakes or breads.

The results of the research in the second step.

Analysis for answering 3 research hypotheses.

- 1) The composition of photographs that have a major impact on consumer behavior. It was found that the photographic composition created the center of attention of the image. Have a more positive attitude than creating an image with artistic value.
- 2) The color used in the design of the product has a major impact on consumer behavior. That warm tones and cool colors affect different attitudes towards products. The survey participants had a more positive attitude towards warm-toned products than cool-toned products.
- 3) The main consumer behavior concept from the product preview. It was found that the results of the analysis of the creation of the center of attention of the image.
 - Using warm colors will meet the needs of functionality. (Utilitarian product)
 - Using cool colors will meet the needs of emotions. (Hedonic Product)