

ชื่อวิชา : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
ชื่อหัวเรื่อง : ปัจจัยในการเลือกซื้อฟิล์มถ่ายภาพของผู้บริโภคในเขต
เทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้จัดทำ : นายทอง พ่วงศร รหัส 9040 99 38
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิชา : ผศ. อภิญญา ศกุนตนาคลาก
ปีการศึกษา : 2541

บทคัดย่อ

การค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อฟิล์มถ่ายภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกซื้อฟิล์มถ่ายภาพของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 200 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติที่ใช้ความถี่และร้อยละ ประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS+ PC

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21 - 30 ปี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ในการศึกษาปัจจัยในการเลือกซื้อฟิล์มถ่ายภาพ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาด จัดเครื่องมือทางการตลาดให้เหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจสูงสุด ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านคุณภาพของฟิล์มถ่ายภาพ โดยฟิล์มที่เลือกซื้อคือ โกดัก รองลงมาคือฟิล์มฟูจิ จะซื้อฟิล์มถ่ายภาพครั้งละ 1 ม้วนและจะซื้อใช้ขึ้นอยู่กับโอกาส

ปัจจัยทางด้านราคา ผู้บริโภคเห็นว่าราคาของฟิล์มถ่ายภาพในระดับที่แพง ถ้าในราคาที่เท่ากันระหว่างฟิล์มโกดักและฟูจิ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อฟิล์มโกดัก

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคจะซื้อฟิล์มถ่ายภาพโดยไม่เจาะจงสถานที่จำหน่าย แต่หากจะซื้อฟิล์มก็จะซื้อจากมินิแล็บ เนื่องจากมีความสะดวกมากกว่า

ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้บริโภคเห็นว่าการส่งเสริมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อในระดับปานกลาง รายการส่งเสริมการขายที่ชอบคือ การได้รับคูปอง

ส่วนลดในการล้าง อัด ขยายภาพ ของแถมที่ขอบมากที่สุดคือ เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ และข่าวสารเกี่ยวกับฟิล์มถ่ายภาพจะรับทราบจากโทรทัศน์มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ ให้รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ใช้การส่งเสริมการขาย เพิ่มส่วนลดสะสมคูปอง เพื่อรักษาระดับราคาไว้ ขยายช่องทางจัดจำหน่ายทาง มินิแล็บเพิ่มขึ้น ควรจะทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ของผู้บริโภคในเรื่องกล้องดิจิทัล เพื่อวางแผนทางการตลาดรองรับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

PAYAP UNIVERSITY