

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านถ่ายภาพบุคคลของผู้บริโภค
ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
ผู้จัดทำ : นางสาวพันธ์ฤดี แซ่อึ้ง
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน : มกราคม 2545
จำนวนหน้า : 47 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านถ่ายภาพบุคคลของผู้บริโภคเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาใช้ในการวางแผนทางการตลาดได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้คำถาม 6Ws และ 1H เพื่อ 7Os การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ คือ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็น นักศึกษา มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยถ่ายภาพมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง มีการสำรวจร้านถ่ายภาพก่อนการตัดสินใจ สำหรับโอกาสที่เลือกถ่ายภาพ คือ โอกาสที่จบการศึกษา เป็นการถ่ายภาพเดี่ยวมากที่สุด และต้องการภาพที่มีความคมชัดเหมือนจริง สำหรับภาพที่ต้องการถ่ายในครั้งต่อไปคือภาพคู่ โดยรับรู้ข้อมูลของทางร้านจากใบปลิว

ปัจจัยทางด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านถ่ายภาพของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการขายผู้บริโภคสนใจการลดราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานประกอบการต้องมีความสะดวกสบายและมีความเป็นส่วนตัว ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องมีความคมชัดเหมือนจริงของภาพ การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะว่าผู้ประกอบการ ควรพิจารณาการตั้งราคาให้เหมาะสมและใช้กลยุทธ์ทางการตลาด จัดให้มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การบริการใส่กรอบรูป และควรใช้ใบปลิวในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านอย่างสม่ำเสมอ

PAYAP UNIVERSITY