

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ : ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพ
ในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษา
ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้วิจัย : นายธนกฤต คำมี

สาขาวิชา : สื่อและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลธัญญ์ พลวัน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระหลัก

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ บัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน ตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2557 รวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลเฉพาะส่วนบุคคล 2) พฤติกรรมการสื่อสารของบัณฑิตปริญญาตรี และ 3) ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.0 มีอายุ 21-24 ปี ร้อยละ 90.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้าง ร้อยละ 69.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 15,000-25,000 บาท ร้อยละ 62.0 และสถานภาพโสด ร้อยละ 95.0

ประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับ คือ รู้จักช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรจากเพื่อนหรือญาติ หรือคนรู้จักแนะนำมากที่สุด ร้อยละ 82.0 รองลงมา คือ จากการเข้าอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 59.0 โดยส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งใจเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรโดยตรง แต่เข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลอื่นแต่พบข้อมูลช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ร้อยละ 68.6 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างตั้งใจค้นหาข้อมูล

ช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 18.00-24.00 น. ร้อยละ 59.2

การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านช่างถ่ายภาพพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรจากผลงานภาพถ่ายของช่างถ่ายภาพ ร้อยละ 50.3 ส่วนด้านผลงานภาพถ่ายพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกผลงานภาพถ่ายที่มีความคมชัด ร้อยละ 18.3 การรับรู้ด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของช่างภาพที่มีราคา 2,001-3,000 บาท ร้อยละ 39.0 การรับรู้ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตกลงใช้บริการช่างถ่ายภาพโดยผ่านช่างภาพโดยตรง ร้อยละ 70.5 การรับรู้ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า โปรโมชันที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรมากที่สุด คือ การลดราคาถ่ายภาพ ร้อยละ 52.9

ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของบัณฑิตปริญญาตรี เรียงจากค่าคะแนนเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ 1) การขายโดยบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56$) 2) การส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$) 3) การสื่อสารแบบตอบกลับหรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$) 4) การตลาดทางตรง มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$) 5) การประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.21$) และ 6) การโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย ($\bar{x} = 1.73$)

The Title : Communication Factors Affecting Decision of Photographer Selection in
Graduation Ceremonies of Bachelor Degree in Chiang Mai Province

Author : Mr. Tanakrit Kummee

Program : Media and Strategic Communication

Independent Study Advisors

: Asst.Prof. Dr. Kamolnut Pholwan

Advisor

ABSTRACT

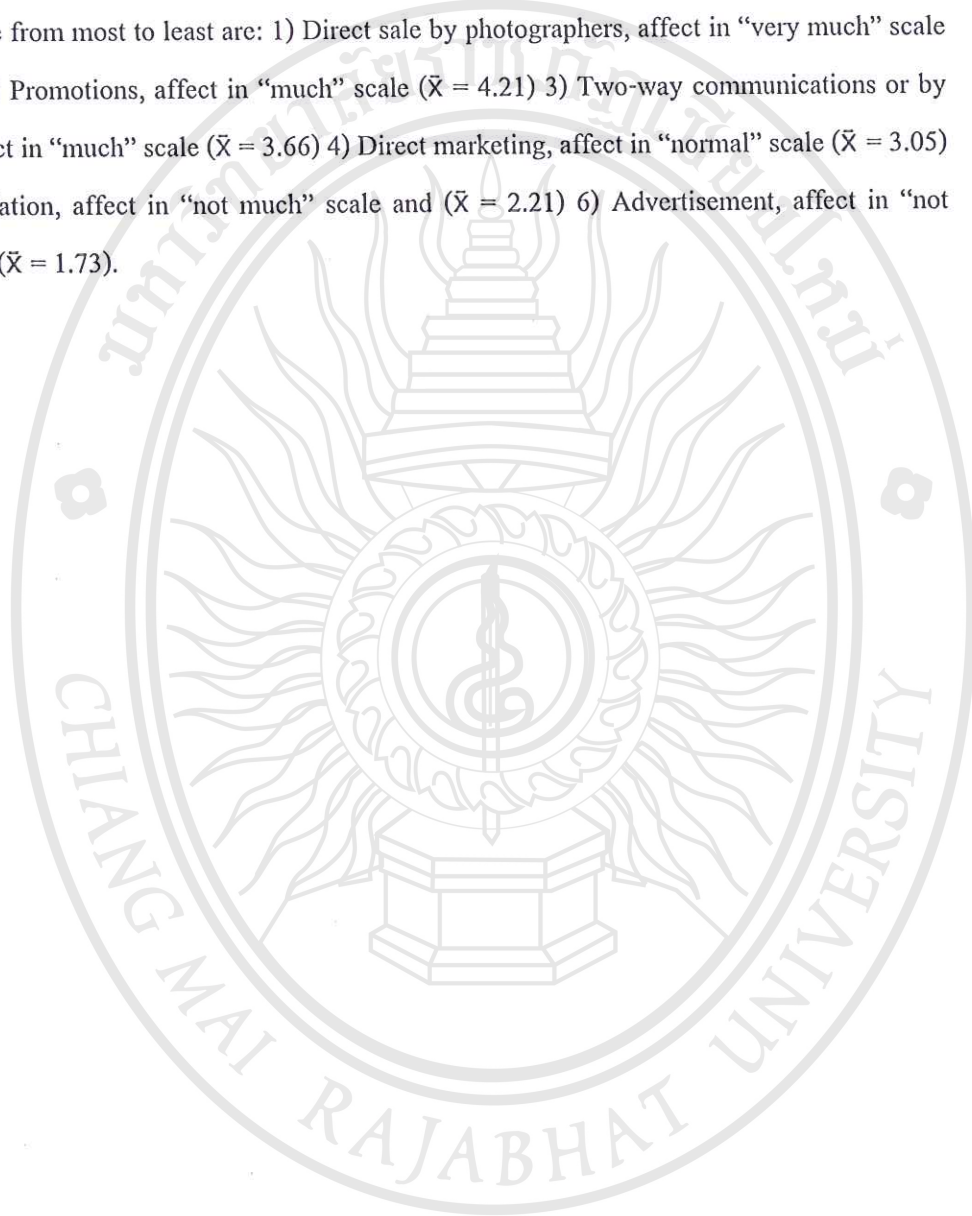
This research has proposes for 1) study factors of communication that effectively influence the selection of photographers in graduation ceremonies photography in Chiang Mai 2) study communication behavior of bachelor students in Chiang Mai Province. The sample is 300 graduated bachelor students in Chiang Mai between October to December 2014, collecting data by questionnaire consists of 3 parts 1) personal information 2) communication behavior of graduated bachelor students 3) communication factors Affecting Decision of Photographer Selection in Graduation Ceremonies of Bachelor Degree. The questionnaire will be analyzed with descriptive statistics: Frequency distribution, Percentage, Average and Standard Deviation. The Result of the study show that majority are women with 70.0%, aged 21-24 are 90.5%, 69.0% work in private company or personal employee, have income between 10,000-15,000 baht monthly 62.0% , and single 95.0%.

Media that sample group has accessed information of photographers by word of mouth from relatives or acquaintance by 82.0%, second, by internet search are 59.0%. Majority of internet searcher are not intended to search for the photographer for graduation ceremonies directly 68.6%, but found the information elsewhere. 59.2% usually search the information between 6 PM - 12 AM.

Perception of photographer's product majority of sample group select their photographers from past works and performances 50.3%, 18.3% select the photographers who produce the "sharp" photos. In price scope, 39.0% of sample group choose the photographer with

price scope around 2,001-3,000 baht per day. In scope of distribution channel, 70.5% choose to directly contact with the photographer. In scope of promotions, choose photographers whom give them discount or special price 52.9%.

Communication factors affecting decision of photographer selection, sorted by average score from most to least are: 1) Direct sale by photographers, affect in "very much" scale ($\bar{X} = 4.56$) 2) Promotions, affect in "much" scale ($\bar{X} = 4.21$) 3) Two-way communications or by internet, affect in "much" scale ($\bar{X} = 3.66$) 4) Direct marketing, affect in "normal" scale ($\bar{X} = 3.05$) 5) Public relation, affect in "not much" scale and ($\bar{X} = 2.21$) 6) Advertisement, affect in "not much" scale ($\bar{X} = 1.73$).



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน ประธานที่ปรึกษา ที่ได้เสียสละเวลาในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้การทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยโดยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และประสบการณ์ที่มีประโยชน์เป็นอย่างมาก ตลอดการเรียนการสอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ อำนาจ หงษ์ทอง ที่เป็นผู้แนะนำให้ได้ถ่ายภาพเป็นครั้งแรก และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไข

ขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่เปิดหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และให้โอกาสในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ช่วยอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือในการค้นคว้าอิสระเรื่องนี้ด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณบัณฑิตผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ รวมไปถึงเพื่อน ๆ ช่างภาพและบัณฑิตที่เป็นลูกค้าเดิมของข้าพเจ้าทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อกับผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อสามารถทำการเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนในการทำการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ๆ น้อง ๆ ในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ที่ให้กำลังใจและช่วยเหลือกันตลอดทั้งการทำวิจัยและในระหว่างการเรียนรู้ และขอขอบคุณกัลยาณมิตรทุกท่านในความช่วยเหลือต่างๆ และช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการศึกษาเอกสารต่างๆ ของการทำวิจัยในครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และขอบคุณครอบครัว ในการให้โอกาสในการศึกษาต่อ คอยให้กำลังใจและความรักอันยิ่งใหญ่ อีกทั้งให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีเสมอมา คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการี ผู้มีพระคุณ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดังที่กล่าวไว้ข้างต้นทุกท่าน

ธนกฤต คำมี