

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคแห่งการสื่อสารเช่นในปัจจุบันเป็นที่ทราบว่าการสื่อสารนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ทำให้เครือข่ายของการสื่อสารถูกแพร่ขยายไปอย่างไร้ขอบเขต คนทั่วโลกสามารถสื่อสารกันได้โดยไม่จำกัดแม้จะอยู่คนละแห่ง ดังนั้นการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างกันจึงเป็นเรื่องง่าย การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้อย่างถูกต้อง ซึ่งธรรมชาติของมนุษย์นั้นต้องการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถบรรลุเป้าประสงค์เดียวกันตามที่ได้มุ่งหวังไว้ ทั้งต่อตนเอง สังคม ประเทศ และ โลก การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ หรืออาจเรียกได้ว่าการสื่อสารเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิต และเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อสังคมในปัจจุบันทุกระดับ (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจืองศ์, 2555)

การสื่อสารด้วยภาพถ่ายก็ถือเป็นการสื่อสารชนิดหนึ่งที่ทำให้บุคคลสามารถเข้าใจเรื่องราวได้อย่างรวดเร็วและง่ายกว่าตัวหนังสือ ปัจจุบันภาพถ่ายนับว่ามีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทำให้การถ่ายภาพไม่ได้เป็นเรื่องยากอีกต่อไป มนุษย์เราใช้การถ่ายภาพเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ออกมาในรูปแบบของภาพถ่ายเพื่อให้บุคคลอื่นได้เข้าใจในเหตุการณ์นั้น ๆ รวมทั้งเป็นสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดด้านความงามทางศิลปะอีกด้วย ธรรมชาติของภาพถ่ายสามารถสื่อสารได้ด้วยตัวเอง บางครั้งไม่จำเป็นต้องใช้สื่ออื่นมาประกอบ ภาพบางภาพสามารถบอกอารมณ์และความรู้สึกได้ดีกว่าคำพูด ดังสุภาษิตจีนที่ว่า “ภาพหนึ่งภาพมีความหมายมากกว่าคำพันคำ” การสื่อสารด้วยภาพจึงถือเป็นวิธีการสื่อสารที่มีความเป็นรูปธรรมและเป็นสื่อกลางที่นำมาใช้เป็นตัวแทนในการสื่อสารเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ภาพถ่ายที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารมีหลายประเภท ได้แก่ 1) ภาพถ่ายที่เก็บเป็นที่ระลึกในครัวเรือน เช่น ภาพของลูก ๆ ภาพงานรับปริญญาบัตร

และภาพงานแต่งงานของคนในครอบครัว 2) ภาพถ่ายที่ใช้ในงานต่าง ๆ เช่น ใช้ประกอบการสอน ใช้บันทึกงานวิจัย ฟิล์มเอ็กซ์เรย์ เป็นต้น 3) ภาพถ่ายที่นำมาประยุกต์เป็นงานศิลปะ ซึ่งมีทั้งภาพเสมือนจริง เช่น การถ่ายภาพทิวทัศน์ การถ่ายภาพบุคคลและภาพที่เฟลออก และ 4) ภาพถ่ายที่ใช้ในวงการสื่อสารมวลชน เช่น ภาพถ่ายวารสารศาสตร์ ภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ และภาพถ่ายเพื่อการโฆษณา (กนกรัตน์ ยศไกร, 2551: 25)

ภาพถ่ายมีประโยชน์ในการเผยแพร่ความรู้ ทักษะคิด อารมณ์ และประสบการณ์โดยตรงแก่ผู้พบเห็น ใช้ในการหาข่าวหรือเป็นแหล่งข้อมูลด้านความปลอดภัย มีบทบาทสำคัญในกิจการทางการแพทย์ ใช้เป็นข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของบุคคลในการถ่ายทอดเรื่องราวในอดีตจนปัจจุบัน ภาพถ่ายยังมีบทบาทสำคัญโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุโทรทัศน์รวมทั้งการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ (สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2554: ออนไลน์) นอกจากนี้การถ่ายภาพเพื่อเก็บเป็นที่ระลึกในงานวันสำคัญต่าง ๆ ของบุคคลก็ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานรับปริญญาบัตรที่ถือเป็น วันสำคัญของบัณฑิต ครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อน ๆ ซึ่งทุกคนต่างมาแสดงความยินดีต่อความสำเร็จของบัณฑิต ภาพถ่ายงานรับปริญญาบัตรจึงเป็นสิ่งที่ใช้ในการเก็บบันทึกเรื่องราววันสำคัญดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

ภาพถ่ายงานรับปริญญาบัตรอาจเกิดขึ้นจากการถ่ายภาพด้วยกล้องส่วนตัวของบุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือเพื่อน ๆ ของบัณฑิตเอง หรือเกิดจากการใช้บริการช่างถ่ายภาพที่รับจ้างถ่ายภาพก็ได้ อย่างไรก็ตาม การใช้บริการช่างถ่ายภาพก็ถือเป็นวิธีที่มีความสะดวกสบาย รวดเร็ว ลดความยุ่งยากในขั้นตอนการถ่ายภาพต่าง ๆ นอกจากนี้ยังได้ภาพถ่ายที่สวยงาม ทันสมัย และเป็นที่น่าประทับใจ การบริการถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรส่วนใหญ่จะมีความแตกต่างจากการถ่ายภาพด้วยกล้องส่วนตัวไม่น้อย เนื่องจากบริการถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรจะมีอุปกรณ์เสริมเพื่อการถ่ายภาพ เช่น เลนส์ถ่ายภาพที่ทำให้ได้ภาพคมชัด เลนส์บางชนิดให้มุมมองที่แตกต่างจากเลนส์กล้องถ่ายรูปทั่วไป แฟลชที่สามารถช่วยในการถ่ายภาพที่มีแสงสว่างน้อย แผ่นสะท้อนแสงที่ช่วยให้เกิดความสว่างของวัตถุในภาพ แม้กระทั่งอุปกรณ์ประกอบการถ่ายภาพที่ทำให้เกิดสีสันและดึงดูดความสนใจของภาพถ่าย เช่น รมสีสัน ลูกบอลหลากสี ดอกไม้ ไฟฉาย เลเซอร์ เป็นต้น (ประทีป ดวงแก้ว, 2557: สัมภาษณ์) ด้วยเหตุนี้จึงมีบัณฑิตใช้บริการช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรกันอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้ช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เช่นเดียวกัน

ช่างถ่ายภาพคือบุคคลที่มีความชำนาญในการถ่ายภาพโดยใช้กล้องถ่ายรูป ช่างถ่ายภาพจะสามารถวางองค์ประกอบ (Composition) ที่จะปรากฏในรูปภาพก่อนลงมือถ่ายคล้อยตามวิธี

ของศิลปินวาดภาพทั่วไป ช่างถ่ายภาพอาจมีวิธีในการนำเสนอผลงานที่แตกต่างกันออกไป ตามความคิดและจินตนาการของตน ซึ่งผลงานนั้นอาจแตกต่างจากมุมมองของคนทั่วไป ทำให้ช่างถ่ายภาพบางรายมีผลงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตนเอง (วิกิพีเดีย, <http://th.wikipedia.org>) ทั้งนี้ช่างถ่ายภาพอาจมีหลายประเภท เช่น ช่างถ่ายภาพอาชีพที่ประกอบอาชีพช่างภาพ ช่างถ่ายภาพอิสระที่อาจทำเป็นอาชีพเสริมหรือทำเป็นงานอดิเรก ช่างถ่ายภาพอาจมาจากร้านสตูดิโอหรือไม่ได้มาจากร้านสตูดิโอก็ได้ ซึ่งล้วนแล้วแต่เรียกว่าช่างถ่ายภาพทั้งสิ้น จากกระแสความนิยมและการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรหลายรายจึงมีวิธีการสื่อสารถึงผู้บริโภคหลายรูปแบบ เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้มาใช้บริการของตนเพิ่มขึ้น

การสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างช่างถ่ายภาพซึ่งเป็นผู้ส่งสาร และผู้บริโภคที่เป็นผู้รับสาร จะต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงองค์ประกอบหลักของการสื่อสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) จะต้องมีความรู้ ทักษะทาง การสื่อสาร ทักษะการคิด ระดับความรู้ ระดับสังคม และวัฒนธรรม ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะทำให้การสื่อสารเกิดความเข้าใจที่ตรงกันได้มากขึ้น นอกจากนี้ข่าวสาร (Message) ที่จะส่งไปยังผู้รับจะต้องสามารถสื่อความหมาย สร้างความประทับใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริการ ส่วนช่องทางข่าวสาร (Chanel) ที่ใช้เป็นช่องทางเพื่อช่วยส่งข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร ที่แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สื่อประเภทที่ใช้บุคคลเป็นตัวกลางในการติดต่อ และสื่อประเภทที่ไม่ใช้บุคคลหรือเรียกว่าสื่อมวลชนนั้น จะต้องสามารถถ่ายทอดข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ดารา ที่ปะปาล, 2553: 26)

อย่างไรก็ตามการสื่อสารถึงผู้บริโภคให้ประสบผลสำเร็จนั้น เป็นกิจกรรมที่ช่างถ่ายภาพได้กระทำขึ้น เพื่อให้เป็นข่าวสารกระตุ้น จูงใจ เพื่อสื่อความหมาย และถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับผลงานภาพถ่ายหรือบริการของตนผ่านสื่อต่างๆ ไปยังผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจเลือกใช้บริการ การสื่อสารจึงเป็นช่องทางสำคัญที่จะทำให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและเกิดผลตอบรับมากที่สุด (เสรี วงมณฑา, 2547: 52) เครื่องมือการสื่อสารประเภทหนึ่งที่ใช้เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการซื้อบริการ เรียกว่า “การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่างถ่ายภาพใช้ในการสื่อสารถึงผู้บริโภค การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การตลาดแบบตรง (Direct marketing) การสื่อสารแบบโต้ตอบผ่านอินเทอร์เน็ต (Interactive/Internet marketing) การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public relations) และการขายโดยบุคคล (Personal selling) (กมล ชัยวัฒน์, 2551: 11) ดังนั้นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการทั้ง 6 ประเภท จึงถือเป็นปัจจัยการสื่อสารที่สำคัญที่ช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรใช้เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคให้มาใช้บริการของตนเพิ่มขึ้น

ส่วนบัณฑิตปริญญาตรีก็จะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสารจากช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตร ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งบัณฑิตปริญญาตรีจะนำข้อมูลเหล่านี้มาพิจารณาว่าตรงตามความต้องการ หรือทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจหรือไม่ ราคามีความสมเหตุสมผล หรือโปรโมชันจากช่างถ่ายภาพมีความน่าสนใจเพียงใด เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการช่างถ่ายภาพ ยิ่งในยุคแห่งการสื่อสาร เช่นในปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากหลายแหล่ง เช่น การหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต สอบถามจากเพื่อนหรือคนรู้จัก การหาข้อมูลจากโฆษณาในนิตยสารต่าง ๆ จึงเป็นข้อมูลสำคัญในการประกอบการตัดสินใจใช้บริการช่างถ่ายภาพได้อีกทางหนึ่ง

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าช่างถ่ายภาพแต่ละรายจะมีวิธีการสื่อสารถึงผู้บริโภคหลายรูปแบบแตกต่างกันออกไป รวมทั้งพฤติกรรมการสื่อสารของบัณฑิตปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข่าวสารจากช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรก็มีความหลากหลายเช่นเดียวกัน ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารของช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตร จะทำให้ทราบว่าปัจจัยการสื่อสารประเภทใดที่ช่วยให้บัณฑิตปริญญาตรีเกิดการรับรู้และมีความพึงพอใจ สามารถรับข่าวสารได้สอดคล้องกับความต้องการ เกิดความประทับใจในผลงานภาพถ่าย หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรในที่สุด

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่และเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และการศึกษาของภาคเหนือ โดยเฉพาะด้านการศึกษา นั้น จังหวัดเชียงใหม่มีสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาอยู่ทั้งหมด 11 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สถาบันการพลศึกษาเชียงใหม่ และสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์เชียงใหม่ (วิกิพีเดีย, <http://th.wikipedia.org>) มหาวิทยาลัยบางแห่งมีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาและเข้ารับปริญญาบัตรจำนวนไม่น้อยในแต่ละปี บัณฑิตหลายรายตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตร ซึ่งปรากฏให้เห็นตามสื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการสื่อสารและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรี ซึ่งจะเป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรในการวางแผนพัฒนาแนวทางการสื่อสารถึงผู้บริโภคต่อไป

โจทย์และคำถามการวิจัย

โจทย์วิจัย

ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่อะไรบ้าง

คำถามวิจัย

1. ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการสื่อสารของบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เป้าหมายการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ด้านความรู้

- 1.1 ทราบปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่
- 1.2 ทราบพฤติกรรมการสื่อสารของบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่

2. ด้านการพัฒนา ช่วยให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการวางแผนและพัฒนาแนวทางการสื่อสารของช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่” มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาว่าปัจจัยการสื่อสารของช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ได้แก่ การโฆษณา การสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยบุคคล และการตลาดเจาะจง มีผลต่อการตัดสินใจเลือกช่างถ่ายภาพเพื่อถ่ายภาพในงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของบัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านประชากร

1. ประชากร คือ บัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเคยใช้บริการช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ บัณฑิตปริญญาตรีของสถานศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเคยใช้บริการช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรภายในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ก่อนวันเก็บข้อมูล กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เปิดตารางสำเร็จรูปของ Sudman ที่ระบุว่าการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรผู้บริโภคระดับท้องถิ่นควรมีจำนวนตั้งแต่ 200 - 500 ราย (Sudman, อ้างถึง กุลชาติ รื่นรัมย์, 2545: 192)

ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการกำหนดโควตา (Quota sampling) ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ซึ่งเป็นสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาขนาดใหญ่ และมีจำนวนบัณฑิตปริญญาตรีในแต่ละปีมากที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ 4 ลำดับ โดยจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- | | |
|--|-------------------|
| 1) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ | จำนวน 64 ตัวอย่าง |
| 2) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ | จำนวน 64 ตัวอย่าง |
| 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ | จำนวน 48 ตัวอย่าง |
| 4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ภาคพายัพ เชียงใหม่ | จำนวน 24 ตัวอย่าง |

ขอบเขตด้านเวลา

ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2558

นิยามศัพท์และนิยามศัพท์ปฏิบัติการ

นิยามศัพท์

การสื่อสาร หมายถึง การส่งข่าวสาร การแลกเปลี่ยนความคิด หรือขั้นตอนการสื่อสาร
ความหมายระหว่างผู้ส่งข่าวสารและผู้รับข่าวสาร

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง ขั้นตอนในการตัดสินใจขอใช้บริการของผู้บริโภค

ช่างถ่ายภาพ หมายถึง บุคคลที่มีความชำนาญในการถ่ายภาพโดยใช้กล้องถ่ายรูป
ช่างถ่ายภาพจะสามารถวางองค์ประกอบ (Composition) ที่จะปรากฏในรูปภาพก่อนลงมือถ่าย
คล้ายกับวิธีของศิลปินวาดภาพทั่วไป ช่างถ่ายภาพอาจมีวิธีในการนำเสนอผลงานที่แตกต่างกัน
ออกไปตามความคิดและจินตนาการของตน ซึ่งผลงานนั้นอาจแตกต่างจากมุมมองของคนทั่วไป
ทำให้ช่างถ่ายภาพบางรายมีผลงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตนเอง

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการรับรู้หรือการเปิดรับการสื่อสารช่าง
ถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของบัณฑิตปริญญาตรี ประกอบด้วย ประเภทของสื่อที่
ได้รับ ช่วงเวลาในการรับสื่อ การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์ การรับรู้ด้านราคา การรับรู้ด้านการจัดจำหน่าย
และการรับรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ช่างถ่ายภาพและผลงานภาพถ่ายของช่างถ่ายภาพ

ปัจจัยการสื่อสาร หมายถึง เครื่องมือที่ช่างถ่ายภาพงานรับปริญญาบัตรใช้เพื่อการ
สื่อสารทางการตลาดไปยังบัณฑิตปริญญาตรี ได้แก่ 1) การโฆษณา ประกอบด้วย ผู้โทรศัพท์ และ
แผ่นปลิว แผ่นพับที่ใส่ไว้ในกระจกรถ คัดรำนัวร์ถ หน้าปัดรถ 2) การตลาดแบบตรง ประกอบด้วย
การสื่อสารหรือพูดคุยผ่านทางโทรศัพท์โดยตรง การแจกนามบัตรและการสื่อสารผ่านทางจดหมาย
อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) 3) การสื่อสารแบบโต้ตอบหรือผ่านทางอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย

การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) การสื่อสารผ่านทวิตเตอร์ (Twitter) การสื่อสารผ่านอินสตาแกรม (Instagram) การสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) และการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ (Website)

4) การส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย การลดราคาถ่ายภาพ การให้ของที่ระลึกแก่ลูกค้า เช่น ดอกไม้ ตุ๊กตา และพวงกุญแจ และการให้ของแถม เช่น ถ่ายภาพพร้อมอีครูป ถ่ายภาพแถมกรอบรูป

5) การประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย บอร์ดประชาสัมพันธ์ และสื่อที่มีข้อความประชาสัมพันธ์

6) การขายโดยบุคคล ประกอบด้วย ช่างถ่ายภาพที่มีการนัดพบปะพูดคุยรายละเอียดการถ่ายภาพก่อนตัดสินใจ ช่างถ่ายภาพให้คำแนะนำเกี่ยวกับการถ่ายภาพอย่างละเอียด ช่างถ่ายภาพมีความสุภาพ อ่อนโยน และเป็นมิตร ช่างถ่ายภาพมีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์ด้านการถ่ายภาพ

ช่างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร หมายถึง บุคคลที่ประกอบธุรกิจหรือรับจ้างถ่ายภาพงานพิธีพระราชทานปริญญาบัตร

