

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพ กรณีศึกษา ร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล

Factors Affecting to Decision of Using Photo Business Service

A Case Study of Sripatham Digital Photography Shop

ศิริรัตน์ คະสะธรรม*

Sirirat Kasatham

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: som_1_c@hotmail.com

สุพรรณิ อินทร์แก้ว**

Supanne Inkaew

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล (2) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) (3) ศึกษาความพึงพอใจโดยรวมจากการใช้บริการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล (4) ศึกษาพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ใช้ Independent Sample (t-test) หากมากกว่าสองกลุ่มใช้ One - Way ANOVA (f-test) และ Pearson Correlation ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิสระต่อกัน จากผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มัธยมศึกษา อาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ตามลำดับ (3) ข้อมูลความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล ส่วนใหญ่พึงพอใจด้านการให้บริการของร้านมากที่สุด (4) ข้อมูลพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล ส่วนใหญ่เข้าใช้บริการถ่ายรูปด่วน ถ่ายรูปติดบัตร ถ่ายรูปสตูดิโอมากที่สุด

คำสำคัญ: ธุรกิจถ่ายภาพ, ร้านถ่ายรูป, การตัดสินใจใช้บริการ

Abstract

The objectives of this quantitative research were: (1) To study about general profile of the people using Sripatham Digital Photography Shop, (2) To study about marketing mix (7P's), (3) To study gratification from using Sripatham digital photography shop services of customers, (4) To study about behavioral to using Sripatham digital photography shop services, The data were collected from 400 customers, and were analyzed using descriptive statistics comprising Percentage, Mean, Standard Deviation, together with inferential statistics which consisted of

Independent Samples t-test, One-way ANOVA (F-test), Least Significant Difference, and Pearson Product Moment Correlation Coefficient The results of the study indicated that (1) most respondents were female, aged between 15-25 years old, single, had high-school education, were merchants and had private business, and earned an average monthly income less than 10,000 Baht (2) The factors that affected the customer decision to use the photo service, the respondents placed important on the 7 aspects as follows, regarding the product and service, regarding the place aspect and regarding the people aspect (3) The most gratification of customer to using Sripatham digital photography shop is services (4) The most behavioral of customer to using Sripatham digital photography shop is taking a photo

Keywords: photography shop, service using behavior

บทนำ

ธุรกิจถ่ายภาพใจดีคือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายภาพหรือกล้องถ่ายภาพจะเป็นระบบแมนนวล ซึ่งกว่าจะได้ภาพจะต้องใช้เวลาหลายวัน จึงทำให้มีพัฒนา รูปแบบของกล้องถ่ายภาพและเครื่องอัดภาพเป็นระบบ ดิจิตอล เพื่อให้ใช้งานได้ง่ายและสะดวก ภาพคมชัดมากขึ้น เก็บข้อมูลได้มากขึ้น และสะดวกในการถ่ายข้อมูล เพื่ออัดภาพอีกด้วย ทั้งนี้กล้องถ่ายภาพสมัยเก่าที่ใช้ฟิล์มก็ ถูกลดระดับความน่าสนใจ เนื่องจากปัจจุบันระบบ ดิจิตอลได้เข้ามาแทนที่ระบบเก่าทั้งหมด ทำให้การ จำหน่ายฟิล์มสีซึ่งถือว่าเป็นอุปกรณ์การถ่ายภาพที่สร้าง รายได้ให้กับธุรกิจเป็นอย่างมากนั้นลดจำนวนลงตามไป ด้วย

การเติบโตของธุรกิจถ่ายภาพก็เช่นเดียวกัน จากเดิมที่ใช้กล้องโพลาลอยด์ในการถ่ายภาพภายในร้าน ก็ได้เปลี่ยนมาเป็นกล้องดิจิตอล เพื่อการให้บริการที่ ทันสมัย รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่า เมื่อมีการพัฒนารูปแบบอุปกรณ์การ ถ่ายภาพหรือธุรกิจให้ง่ายต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น ก็ทำให้ คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงการให้บริการ และสนใจที่จะ ประกอบอาชีพนี้กันมากขึ้น เห็นได้จากการเติบโตของ ธุรกิจบริการด้านการถ่ายภาพที่ผ่านมามีเพิ่มสูงขึ้นอย่าง รวดเร็ว ด้วยนักลงทุนหน้าใหม่หรือผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ และความสามารถด้านการถ่ายภาพสนใจที่

จะมีธุรกิจเป็นของตนเอง ดังนั้นทำให้ปัจจุบันมีธุรกิจ ถ่ายภาพเกิดขึ้นมากตามแหล่งชุมชน และสถานที่สำคัญ ต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า, มหาวิทยาลัย เป็นต้น ซึ่งแต่ ละแหล่งชุมชนจะมีร้านที่ให้บริการด้านการถ่ายภาพโดย เฉลี่ยอย่างน้อย 2-3 ร้าน ทั้งนี้จึงทำให้ธุรกิจเกิดการ แข่งขันสูง ในด้านราคารวมถึงการให้บริการต่าง ๆ ซึ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจถ่ายภาพต้องพัฒนาและเพิ่ม ประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าถึง ผู้ใช้บริการมากขึ้น โดยเพิ่มการให้บริการที่หลากหลาย มากขึ้น ทั้งในด้านเครือข่ายอุปกรณ์เสริม เช่น CD, DVD, Memory card, แฟลชไดรฟ์ หรือด้านเครือข่ายทาง อินเทอร์เน็ต โดยการเพิ่มช่องทางการรับงานผ่าน แอปพลิเคชัน เช่น Line หรือ Email ซึ่งถือว่าเป็นการ ให้บริการเต็มรูปแบบ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจนี้ ส่วนใหญ่จะครอบคลุมได้ทุกกลุ่มและทุกช่วงอายุคน ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท หรือบุคคล ทั่วไป

เนื่องจากในปัจจุบันมีธุรกิจถ่ายภาพที่เปิด ให้บริการหลายแห่ง ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการได้ตรงกับความต้องการ โดยส่วนใหญ่จะคำนึงถึง คุณภาพและการให้บริการเป็นหลัก ผู้บริโภคสามารถ ตัดสินใจใช้บริการจากร้านที่มีผู้เชี่ยวชาญในการ ให้บริการ ความแตกต่างในด้านคุณภาพและราคา ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพกรณีศึกษา ร้านถ่ายรูป ศรีปทุมดิจิทัล เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค และปัจจัยใดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ อีกทั้งความพึงพอใจในด้านการให้บริการที่ร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลมีต่อลูกค้า โดยข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาดต่อไป และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจและปรับปรุงในส่วนที่ยังบกพร่องให้ดียิ่งขึ้น เพื่อการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยรวมจากการใช้บริการของลูกค้าที่เข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล ประกอบด้วย ประเภทที่เข้าใช้บริการ เหตุผลที่เข้าใช้บริการ ค่าใช้จ่ายที่เข้าใช้บริการ ความถี่ในการเข้าใช้บริการ

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพที่แตกต่างกัน
3. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล ได้แก่ ด้านการให้บริการของเจ้าของร้าน ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้านราคาของสินค้าและบริการ

ตัวแปรตาม

พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล ได้แก่ ประเภทที่เข้าใช้บริการ เหตุผลที่เข้าใช้บริการ ค่าใช้จ่ายที่เข้าใช้บริการ และความถี่ที่เข้าใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลทั่วไป
ที่เข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่
แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้ทำขึ้นเพื่อศึกษากระบวนการ
ตัดสินใจและพฤติกรรมการใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุม
ดิจิทัล แบบสอบถามมี 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล
จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้าน
ถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้าน
ถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล จำนวน 4 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แหล่งข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้
ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากการตอบ
แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็น
ลูกค้าที่เข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลจาก
เอกสาร บทความ หนังสือเรียน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อ
เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน Frequency,
Percentage, Mean, SD t-test, f-test

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการธุรกิจถ่ายภาพ ทัศนศึกษา ร้านถ่ายรูป
ศรีปทุมดิจิทัล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ
แบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ
49.8 และเพศหญิง ร้อยละ 50.3 โดยผู้เข้าใช้บริการร้าน
ถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

อายุ 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.3 อายุ 26-35 ปี
คิดเป็นร้อยละ 27.3 อายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.8 อายุ
46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.8 อายุ 56 ปีขึ้นไป คิดเป็น
ร้อยละ 5 ผู้เข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลส่วนใหญ่
มีอายุ 15-25 ปี

สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51 และ
สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 49 โดยผู้ที่เข้าใช้บริการ
ร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

ระดับการศึกษามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ
41.8 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ปวช.และ ปวส.)
คิดเป็นร้อยละ 26.8 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 28.8
ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 2.8 ผู้เข้าใช้บริการร้าน
ถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ
มัธยมศึกษา

อาชีพค้าขายและทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ
33 นักเรียนและนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25 พนักงาน
บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.3 ข้าราชการอื่น ๆ ได้แก่ อาชีพ
เกษตรกร รับจ้างทั่วไป และว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 11.5
และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.3 ผู้เข้าใช้
บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลส่วนใหญ่มีอาชีพ
ค้าขายและทำธุรกิจส่วนตัว

รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.3 รายได้ 10,001- 15,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 14 รายได้ 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.8 รายได้ 15,001-20,00 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.3 รายได้ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13 และรายได้ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.8 ผู้ใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านราคา ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคคล ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านกระบวนการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการให้บริการของร้านมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาเป็น ความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ค่าเฉลี่ย 4.13 ความพึงพอใจด้านเอกสารและงานพิมพ์ ค่าเฉลี่ย 4.11 ด้านภาพถ่าย 4.03 และด้านราคาของสินค้าและบริการ ค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม การใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลด้านถ่ายรูปด่วน ถ่ายรูปติดบัตร และถ่ายรูปสตูดิโอ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา คือ ถ่ายเอกสาร พิมพ์เอกสาร ใบปลิวและรับ-ส่งแฟกซ์ ค่าเฉลี่ย 3.93 และล้างอัดขยายภาพใหญ่ ค่าเฉลี่ย 3.41

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล เหตุผลเนื่องจากร้านมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาเป็น เหตุผลที่ใกล้บ้าน สะดวกในการเดินทาง ค่าเฉลี่ย 4.31 และเป็นร้านที่เข้าใช้บริการเป็นประจำ ค่าเฉลี่ย 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง เมื่อเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัล คือ 0-200 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมา คือ จำนวนค่าใช้จ่าย 201-400 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิทัลต่อเดือน คือ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา คือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.3

การอภิปรายผล

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15-25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา อาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อ

เดือนต่ำกว่า 10,000 บาท โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผ่องฉวี เพียงไพศาลลิขิต (Piangpisarnlikhit, 2005) ซึ่งกล่าวว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านไพศาลโฟโต้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุระหว่าง 20-26 ปีใช้บริการมากที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งอันดับหนึ่ง ได้แก่ การให้บริการครบวงจร รองลงมาคือ วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในร้านมีมาตรฐาน มีสินค้าให้เลือกหลากหลายรูปแบบ และการให้บริการโดยรองรับข้อมูลจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของคณิตพงษ์ พิมพ์มีลาย (Pimmeelai, (2005) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าที่มีผลต่อร้านถ่ายภาพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดนครนายก” ซึ่งกล่าวว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ภายในร้านเป็นอันดับมาก รองลงมา เป็นด้านสินค้าและบริการ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด อันดับหนึ่งได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและการให้บริการ รองลงมาเป็นอันดับมาก ได้แก่ มีสินค้าหลากหลายราคาให้เลือก ราคาถูกกว่าร้านอื่น และมีทางเลือกในการชำระเงินให้กับลูกค้า โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดลย์ จาตุรงกกุล (Jaturongkakul, 2003, p. 26) ที่ว่า ผู้บริโภคจะสนใจสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูก และคุณภาพดี ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องตั้งราคาให้เกิดแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าชนิดนั้น ๆ แต่ต้องคำนึงถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, P. (1998) ที่ว่า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบราคากับคุณค่าของสินค้าหรือ

บริการก่อนซื้อสินค้า ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ให้บริการควรตั้งราคาที่มีความเหมาะสมและชัดเจน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด อันดับหนึ่ง ได้แก่ ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเข้ารับบริการ รองลงมา คือ สามารถติดต่อทางร้านได้หลายช่องทาง มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า และมีรถประจำทางผ่านหน้าร้าน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของผ่องฉวี เพียงไพศาลลิขิต (Piangpisarnlikhit, 2005) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าในการมาใช้บริการร้านถ่ายรูป ภูมิศึกษา ร้านถ่ายรูปไพศาลโฟโต้” กล่าวว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านไพศาลโฟโต้ เนื่องจากอยู่ใกล้กับแหล่งที่อยู่อาศัย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, (1998) ที่ว่า หากที่ตั้งของร้านค้าตั้งอยู่ในเขตชุมชนสะดวกในการเข้ารับบริการ ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการมากกว่าที่ตั้งที่อยู่ในเขตที่เข้าไม่ถึง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการลดราคาสินค้า รองลงมาเป็นอันดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายหน้าร้าน, นามบัตร และ Line มีการแจกของแถมจากการซื้อสินค้า และมีสินค้าสมนาคุณ เมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการถึงยอดที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (Sereerat.& et al. 1996, pp. 80-81) ที่ว่า ผู้เสนอขายสินค้าจะต้องมีการประชาสัมพันธ์สินค้า การโฆษณาสินค้า การส่งเสริมการขาย และการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้บริโภครกับผู้ขายสินค้า และสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดลย์ จาตุรงกกุล (Jaturongkakul, 2003, p. 26) ที่ว่า การโฆษณาย่อยครั้งเป็นการเตือนผู้บริโภคว่า มีสินค้าที่หอนี้จำหน่ายประเภท

โดบ้าง และสินค้าบางชนิดสามารถจำหน่ายให้ผู้บริโภคได้มากกว่าและราคาถูกกว่าคู่แข่ง

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยอันดับที่หนึ่ง ได้แก่ เจ้าของร้านมีทัศนคติ เป็นกันเองกับลูกค้า รองลงมา คือ เจ้าของร้านมีความรู้และเข้าใจในสินค้าและบริการเป็นอย่างดี และเจ้าของร้านมีการแนะนำสินค้าและบริการที่ดีให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1998) ที่ว่า บริษัท หน่วยงาน หรือร้านค้าจะต้องมีพนักงานที่มีความรู้ เพื่อที่จะสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของสินค้าและสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของผ่องฉวีเพียงไพศาลลิขิต (Piangpisamlikhit, 2005) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าในการมาใช้บริการร้านถ่ายรูป กรณีศึกษา ร้านถ่ายรูปไพศาลโฟโต้” กล่าวว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการร้านไพศาลโฟโต้ โดยคำนึงถึงคุณภาพของงานและพนักงานที่ให้บริการเป็นหลัก เนื่องจากว่าปัจจัยส่วนบุคคลถือเป็นตัวแปรสำคัญในการทำธุรกิจ หากผู้ให้บริการบริการด้วยความเต็มใจ อาจทำให้ผู้บริโภคยินดีที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดทุกข้อ อันดับหนึ่ง ได้แก่ ภายในร้านสะอาด น่าใช้บริการ รองลงมา คือ การจัดวางสินค้าเลือกซื้อได้ง่ายและสะดวก การตกแต่งภายในร้านสวยงาม ร้านมีความโดดเด่น มองเห็นชัดเจน และที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotler, P. (1998) ที่ว่า การแต่งกายของผู้ให้บริการหรือการจัดวางสินค้าในร้านอย่างเป็นระเบียบและสะอาดนั้นสามารถชักจูงให้ผู้บริโภคอยากเข้ามาใช้บริการหรือสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด อันดับหนึ่ง ได้แก่ การให้บริการด้วยความรวดเร็ว และถูกต้อง รองลงมาเป็นอันดับมาก คือ การบริการส่งสินค้าถึงบ้านหรือสำนักงาน (กรณีลูกค้าไม่สะดวกมารับงานเอง) โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของสมศักดิ์ ศรีท่าพระ (Sritapra, 2000) ศึกษาเรื่อง “ศึกษาการดำเนินงานของร้านถ่ายภาพในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งกล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จได้มากที่สุด คือ การส่งมอบงานตามเวลานัดหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotler, P. (1998) ที่ว่า กระบวนการในการทำงานที่จะสร้างให้ผู้ให้บริการเกิดความพอใจ คือ การให้บริการด้วยความรวดเร็วและถูกต้อง

3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าของร้านมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของผ่องฉวีเพียงไพศาลลิขิต (Piangpisamlikhit, 2005) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าในการมาใช้บริการร้านถ่ายรูป กรณีศึกษา ร้านถ่ายรูปไพศาลโฟโต้” พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากที่สุด คือ พนักงานที่ให้บริการ ทั้งในด้านความเชี่ยวชาญในการให้บริการและความน่าเชื่อถือ

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปสรีปทุมดิจิตอล โดยส่วนใหญ่ คือ ถ่ายรูปด่วน ถ่ายรูปติดบัตร และถ่ายรูปสตูดิโอ เหตุผลที่เข้าใช้บริการ เนื่องจากร้านมีความน่าเชื่อถือและเปิดให้บริการเป็นเวลาหลายปี จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งเมื่อเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปสรีปทุมดิจิตอล ส่วนใหญ่ประมาณ 0-200 บาท จำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปสรีปทุมดิจิตอล คือ 1 ครั้งต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของผ่องฉวีเพียงไพศาลลิขิต (Piangpisamlikhit, 2005) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจ

ของลูกค้าในการมาใช้บริการร้านถ่ายรูป ทัศนศึกษา ร้านถ่ายรูปไปศาลโปโต้” พบว่า ผู้เข้าใช้บริการร้านไปศาลโปโต้ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการถ่ายภาพมากที่สุด และอรรณ คบปรีชา (Khongpreecha, 2009) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการ” พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการร้านถ่ายภาพ(สตูดิโอ) ในจังหวัดอยุธยา 1-2 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 500 บาท

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิตอล พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการเป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ดังนั้น ร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิตอลควรมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้อง โดยคำนึงถึงผู้ให้บริการกลุ่มนี้มากที่สุด และขยายฐานลูกค้าในช่วงอายุอื่น ๆ เพิ่ม ด้วยการเพิ่มการให้บริการที่ได้

มาตรฐานและหลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้ารายใหม่

2. เจ้าของร้านควรจัดทำ การส่งเสริม

การตลาด เช่น การลดราคาสินค้าหรือการแจกของสมนาคุณ เพื่อกระตุ้นความถี่และค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความถี่ในการเข้าใช้บริการส่วนใหญ่จะเข้าใช้ 2 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 298 บาทต่อเดือน

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มี

ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการร้านถ่ายรูปศรีปทุมดิจิตอล ควรให้ความสำคัญด้านบุคคล เนื่องจากเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ เจ้าของร้านควรให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยิ้มด้วยความไพเราะ และเป็นกันเองกับลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการร้านอื่น ๆ

References

- Jaturongkakul, A . (2003). *Consumer behavior*. Bangkok: Thammasat Printing House. (in Thai)
- Khongpreecha, O. (2009). *Customers' behavior and satisfaction that Affect Photo shops management in Phranakhon Si Ayutthaya*. Research Report, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University). (in Thai)
- Kotler, P. (1998). *Marketing management, analysis, planning, implementtation, and control*. New Jersey: Prentice - Hall
- Pimmeelai, K. (2005). *Customers' behavior and decision to use services that affect photo shops in Phranakhon Si Ayutthaya*. (Research report,Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University). (in Thai)
- Piangpisarnlikhit, P. (2005). *The case study of customers' satisfaction in using services at Pisarn photo shop*. Independent Study, KRIRK University. (in Thai)
- Rangkaputtamana, Y., et al. (1998). *The factors that affect intension to se wedding photography business of specific target group who lives or works in Bangkok metropolitan region*. Master's thesis, Thammasat University. (in Thai)

- Sereerat, S & et al. (1996). *Modern marketing management*. Bangkok: Wisitpattana. (in Thai)
- Sritapra, S. (2000). *The study of photo shop operation in amphoeMuang, Chiangmai*. Master's thesis in Business Administration, Chiangmai University. (in Thai)
- Sukcharoen, W. (2012). *Consumer behavior*. Bangkok: G. P. Cyberprint. (in Thai)

