

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	15
สมมติฐานในการศึกษา	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	17
ขอบเขตและวิธีการศึกษา	17
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	17
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	18
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	18

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษา และรวบรวมข้อมูล	19
ระยะเวลาในการดำเนินการ	19
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	20
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อเครื่องดูดฝุ่นของธุรกิจโรงแรม	26
ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดูดฝุ่น ของธุรกิจโรงแรม	32
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจ โรงแรม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	40
ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	80
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการศึกษา	81
อภิปรายผลการศึกษา	86
ข้อค้นพบ	87
ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา	90
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป	92
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	95
แบบสอบถาม	102
ประวัติผู้เขียน	110

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	21
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	21
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	22
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน	22
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของธุรกิจที่พัก	23
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการบริหารธุรกิจในปัจจุบัน	23
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่กิจการเปิดดำเนินการ	24
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนห้องพักในโรงแรม	24
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดห้องประชุม	25
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดและจำนวนของเครื่องดูดฝุ่น	26
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องดูดฝุ่นเครื่องใหม่	27
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณในการซื้อเครื่องดูดฝุ่นแต่ละครั้ง	27
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายชื่อผู้จัดจำหน่ายเครื่องดูดฝุ่น	28
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลการซื้อ	28
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเครื่องดูดฝุ่น	29
16 ความสัมพันธ์ระหว่างงบประมาณในการซื้อเครื่องดูดฝุ่นแต่ละครั้งกับประเภทของธุรกิจโรงแรม	30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนห้องพักในโรงแรมกับประเภทของธุรกิจโรงแรม	31
18 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	32
19 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	33
20 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	34
21 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	35
22 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	36
23 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	37
24 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	38
25 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	39
26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับผลด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	40
27 ผลการเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามความแตกต่างของจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	42
28 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยเทคโนโลยีด้านการประหยัดพลังงาน	43
29 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวในขณะตัดสินใจซื้อ	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ	44
31 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยนโยบายการตลาดอัตรากำขงผู้ประกอบการท่องเที่ยว	45
32 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับผลด้านปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	45
33 ผลการเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามความแตกต่างของจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	47
34 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับผลด้านปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	48
35 ผลการเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามความแตกต่างของจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	49
36 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยความสัมพันธ์ของผู้จัดการแผนกแม่บ้านกับผู้ทำการจัดซื้อ	50
37 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับผลด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	50
38 ผลการเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามความแตกต่างของจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	51
39 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยเพศของผู้มีอำนาจจัดซื้อหรือตัดสินใจซื้อ	52
40 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยอายุของผู้มีอำนาจจัดซื้อหรือตัดสินใจซื้อ	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
41 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจจัดซื้อหรือตัดสินใจซื้อ	53
42 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยตำแหน่งหน้าที่ในองค์กรของผู้มีอำนาจจัดซื้อหรือตัดสินใจซื้อ	53
43 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	54
44 ผลการเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	55
45 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยความแข็งแรง คงทนของเครื่องดูดฝุ่น	56
46 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยแรงดูด(กำลังวัตต์)ของเครื่องดูดฝุ่น	57
47 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยเงื่อนไขการรับประกันสินค้า หรือเปลี่ยน/คืนสินค้า	57
48 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยคู่มือการใช้งาน และการดูแลรักษาที่มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	58
49 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยมีชนิดและขนาดให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ	58
50 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยมีบริการหลังการขาย เช่น คู่มือและตรวจเช็คเป็นประจำ	59
51 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยเครื่องดูดฝุ่น มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย	59
52 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับผลด้านปัจจัยราคาที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 ผลการเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	61
54 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยราคาเครื่องดูดฝุ่นไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย /มีระยะเวลาการขึ้นราคา	62
55 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยระยะเวลาการให้เครดิต	63
56 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยการให้ส่วนลดกรณีซื้อเงินสด	63
57 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยมีเครื่องดูดฝุ่นหลายระดับราคาให้เลือก	64
58 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยการให้ส่วนลดเพิ่มตามปริมาณสินค้าที่ซื้อ	64
59 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยราคาสามารถต่อรองได้	65
60 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับผลด้านปัจจัยช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	65
61 ผลการเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	67
62 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยทำเลที่ตั้งของผู้จำหน่ายสะดวกต่อการติดตอสั่งซื้อสินค้า	68
63 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์/แฟกซ์/อี-เมลล์	69
64 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยสามารถทำการสั่งซื้อกับพนักงานขายได้โดยตรง	69
65 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยมีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
66 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยกระบวนการหรือขั้นตอนในการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	70
67 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยระยะเวลาที่ได้รับสินค้านับจากวันสั่งซื้อ	71
68 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยความถูกต้องตรงตามประเภทหรือชนิดของสินค้าที่ได้สั่งซื้อ	71
69 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง	72
70 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับผลด้านปัจจัยส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	72
71 ผลการเปรียบเทียบระดับผลของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม	74
72 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อเพื่อแนะนำสินค้า	75
73 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยพนักงานขาย มีทักษะความรู้เกี่ยวกับสินค้า	76
74 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยบุคลิกและมารยาทของพนักงานขาย	76
75 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยความเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงานขาย	77
76 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงานขาย	77
77 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยมีข้อมูลรายละเอียดสินค้าทางสื่อ ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว โบรชัวร์ และอินเทอร์เน็ต	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
78	การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยมีการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม	78
79	การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับผลของปัจจัยมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องสินค้าแก่ลูกค้าสมาชิก	79
80	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	80
81	ค่าเฉลี่ยระดับผลและลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	82
82	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 30 ห้อง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	87
83	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 30 - 100 ห้อง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	88
84	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 101 ห้อง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องดูดฝุ่น	89
85	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ในการจัดซื้อเครื่องดูดฝุ่น จำแนกตามจำนวนห้องพักของธุรกิจโรงแรม(แสดงเฉพาะปัจจัยที่มีระดับผลแตกต่างกัน)	96

สารบัญภาพ

ภาพ

1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

หน้า

16



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved