

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	24
ขอบเขตการศึกษา	24
ขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	25
วิธีการศึกษา	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	28
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	31
ระยะเวลาในการศึกษา	31
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	32
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	32
ส่วนที่ 2 ข้อมูลภาพลักษณ์ของโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	91
สรุปผลการศึกษา	76
อภิปรายผลการศึกษา	105
ข้อค้นพบ	111
ข้อเสนอแนะ	113
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก	122
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	123
ภาคผนวก ข ข้อมูลและรูปภาพประกอบของโรงแรมบูติก	129
ประวัติผู้เขียน	138

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 รายชื่อโรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่	25
2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	32
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	33
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	33
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	34
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	34
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ (Functional Benefit)	36
9 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติกด้านผลิตภัณฑ์	37
10 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติกด้านราคา	41
11 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติกด้านช่องทางในการเข้าถึงโรงแรม	43
12 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติกด้านการส่งเสริมการตลาด	45
13 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติกด้านบุคคล	47
14 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติกด้านกระบวนการให้บริการ	51
15 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติกด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	53
16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงแรมบูติก ในจังหวัด ในคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit)	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า (Experiential Benefit)	62
18 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้าน หน้าที่ (Functional Benefit) ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายและเพศหญิง	74
19 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับอายุแตกต่างกัน	75
20 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	76
21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติกในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit) ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย และเพศหญิง	77
22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับอายุแตกต่างกัน	79
23 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์(Symbolic Benefit) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	81
24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า (Experiential Benefit) ระหว่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายและเพศหญิง	83
25 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า (Experiential Benefit)ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับอายุแตกต่างกัน	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
26	88

แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงแรมบูติก
ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านประสบการณ์ในการใช้สินค้า (Experiential
Benefit) ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดภาพลักษณ์ตราสินค้าของนักการตลาดร่วมสมัย	5
2 กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงภาพลักษณ์ตราสินค้าของนักการตลาดร่วมสมัย	6
3 กรอบแนวคิดภาพลักษณ์ตราสินค้าของ Keven Lane Keller	7
4 กราฟเชิงเส้น แสดงค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์โรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้านสัญลักษณ์ (Symbolic Benefit)	95
5 กราฟเชิงเส้น แสดงค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของโรงแรมบูติก ในจังหวัดเชียงใหม่ ในคุณประโยชน์ด้าน ประสบการณ์ในการใช้สินค้า (Experiential Benefit)	97