

ชื่อภาคนิพนธ์: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม
ผู้วิจัย: นางสาว ชวนิกา ลิ้มเจริญ รหัสนักศึกษา : 012340004
หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.อภิเทพ แซ่โล้ว
ปีการศึกษา: 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของธุรกิจโรงแรม และ พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมและเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรในการศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรในการศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยของธุรกิจโรงแรม ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด และ พฤติกรรมผู้บริโภค และตัวแปรตาม คือ การปรับตัวของธุรกิจโรงแรม วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นนั้นเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการซึ่งผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามขึ้นจากศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยและเอกสารวิชาการ

เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็นเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามประชากรและการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ 400 คนจากวิธีการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) คือ เจ้าของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ และกลุ่มลูกค้าธุรกิจที่ให้บริการสิ่งพิมพ์ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ผลข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, T-Test และ One-Way Anova

ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยของธุรกิจโรงแรมที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า ราคา สถานที่ส่งเสริมการขาย และ พฤติกรรมผู้บริโภคด้านโอกาสในการซื้อ แหล่งข้อมูลในการซื้อ มีต่อการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 2. ระดับการปรับตัวในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.54$)

คำสำคัญ : การปรับตัวในการแข่งขัน, ธุรกิจโรงแรม

Title: Factors affecting the Adaptation Printing Business Competition
Researcher: Yanika Limjaroen **Student ID:** 012340004
Degree: MBA (Master of Business Administration)
Advisor: Dr. Apitep Saekow
Academic year: 2014

Abstract

The objectives of this study were study the printing business and consumer behavior toward the adjustment of the printing business, and to study factors influencing purchasing decisions in Bangkok. The variables in the study include variables in this study were the independent variables are the factors of the printing business, factor of the marketing mix, consumer behavior and the dependent variable is the adjustment of the printing business.

Research Methodology: The sample consisted of the two methodologies; qualitative research interview is a structured interview created a few of the questions which were constructed from the study of concepts and theories involved research and education documents. The tool collected information into quantitative and qualitative, quantitative as query population and sampling used in this study were 400 men from randomly by convenience (Convenience Sampling) is a printing business, medium and large and business customers who use media in Bangkok. Questionnaire as a research tool. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, T-Test and One-Way Anova.

The results showed that 1. the factors that affect the printing business decisions that promote the sales prices of consumer behavior and buying opportunities, resources to buy the adjustment of the printing business, significant at 0.05. 2. The adjustment in the event of a printing business overall average score was high (= 3.54).

Keywords : The adaptation, printing business competition