

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 แนวคิดผลการดำเนินงานหลายมิติแบบเคลื่อนไหว	6
2.1.2 แนวคิดลักษณะมุ่งทางการตลาด	10
2.1.3 แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า	12
2.1.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	16
2.2 งานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง	17
2.2.1 งานวิจัยและการศึกษาเกี่ยวกับผลการดำเนินงานหลายมิติ	17
2.2.2 งานวิจัยและการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงาน ด้านการเงินกับไม่ใช่การเงิน และผลการดำเนินงานโดยรวมกับปัจจัย ด้านการตลาด	20
2.2.3 งานวิจัยและการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	24
2.2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสุราแช่พื้นบ้าน	26

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	28
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	28
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.3 สมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา	31
3.4 วิธีการศึกษา	33
3.4.1 การศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสุราพื้นบ้าน ที่เหมาะสมตามแนวคิดผลการดำเนินงานหลายมิติแบบเคลื่อนไหว	34
3.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงานมิติ ทางด้านการเงินกับมิติที่ไม่ใช่การเงินและผลการดำเนินงานขององค์กร โดยรวมกับปัจจัยทางด้านการตลาด	37
3.4.3 การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นบ้านใน จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจ โดยรวม	39
บทที่ 4 ผลการศึกษา	41
4.1 ผลการศึกษาทางด้านผู้ประกอบการ	41
4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและองค์กร	41
4.1.2 การประเมินผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสุราพื้นบ้าน	43
4.1.3 ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงานมิติการเงินกับ ไม่ใช่การเงินและผลการดำเนินงานโดยรวมกับปัจจัยด้านการตลาด	58
4.2 ผลการศึกษาทางด้านลูกค้า	76
4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	76
4.2.2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า	78
4.2.3 ระดับความพึงพอใจและปัจจัยที่ผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวม ของลูกค้า	84
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	94
5.1 สรุปผลการศึกษา	95
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	98
5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา	100
เอกสารอ้างอิง	101

ญ

ภาคผนวก	105
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ	106
ภาคผนวก ข แบบสอบถามสำหรับลูกค้า	112
ประวัติผู้เขียน	118



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 การส่งออกและการนำเข้าไวน์ในปี พ.ศ.2546	2
2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน	29
3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและองค์กร	42
4 อันดับความสำคัญของการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรในแต่ละมิติของผู้ประกอบการในภาพรวม	44
5 อันดับความสำคัญของการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรในแต่ละมิติของผู้ประกอบการ พิจารณาตามพื้นที่ประกอบอุตสาหกรรม	47
6 อันดับความสำคัญของการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรในแต่ละมิติของผู้ประกอบการ พิจารณาตามรูปแบบองค์กร	52
7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในแบบจำลองที่ 1	60
8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบจำลองที่ 1	63
9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองที่ 1 โดยใช้ Variance Inflation Factor (VIF)	64
10 ผลการทดสอบสมมติฐานของแบบจำลองที่ 1	65
11 ผลกระทบทางตรง ผลกระทบทางอ้อม และผลกระทบที่ไม่ใช่ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงานด้านการเงินและที่ไม่ใช่การเงิน	68
12 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยในแบบจำลองที่ 2	70
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบจำลองที่ 2	72
14 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองที่ 2 โดยใช้ Variance Inflation Factor (VIF)	73
15 ผลการทดสอบสมมติฐานของแบบจำลองที่ 2	74
16 ผลกระทบทางตรง ผลกระทบทางอ้อม และผลกระทบที่ไม่ใช่ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงาน โดยรวมกับปัจจัยด้านการตลาด	75

17	ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	76
18	ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าในภาพรวม	78
19	ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า พิจารณาตามพื้นที่ในการซื้อสินค้า	80
20	ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า พิจารณาตามรูปแบบองค์กรที่ซื้อสินค้า	82
21	ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและองค์กร	84
22	ค่าความผันแปรจากการสกัดปัจจัยในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า	89
23	เมทริกซ์โครงสร้างปัจจัยเมื่อมีการหมุนแกนในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า	89
24	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า โดยใช้การถดถอยเชิงพหุคูณ	92

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1 ผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นบ้านประเภทไวน์	5
2 แบบจำลองผลการดำเนินงานหลายมิติแบบเคลื่อนไหว	7
3 แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความคาดหวังของลูกค้า	13
4 แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความปรารถนาของลูกค้า	14
5 แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความยุติธรรมที่ได้รับจากการซื้อสินค้า	14
6 แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากประสบการณ์พื้นฐานของลูกค้า	15
7 แนวคิดในการสร้างสมมติฐานของแบบจำลองที่ 1	32
8 แนวคิดในการสร้างสมมติฐานของแบบจำลองที่ 2	33
9 แบบจำลองเส้นทางของผลการดำเนินงานทั้ง 5 มิติ	62
10 แบบจำลองเส้นทางสุดท้ายของผลการดำเนินงานทั้ง 5 มิติ	67
11 แบบจำลองเส้นทางของผลการดำเนินงาน โดยรวมกับปัจจัยด้านการตลาด	71
12 แบบจำลองเส้นทางสุดท้ายของผลการดำเนินงาน โดยรวมกับปัจจัยด้านการตลาด	75