

ชื่อเรื่อง	ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม	
ผู้วิจัย	นายอภิวัฒน์ มุ่งชู	ปริญญา บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.อัครพร เกลิมชิต ผศ. ว่าที่ร้อยตรี ดร.อรัญ ชูยกระเดื่อง	ประธานกรรมการ กรรมการ

### มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2557

#### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก 2. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพัก 3. ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก 4. ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 291 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.942 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า

1. กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ( $\bar{X} = 3.70$ ) ด้านการลดต้นทุน ( $\bar{X} = 3.66$ ) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ( $\bar{X} = 3.64$ ) และด้านการจำกัดขอบเขต ( $\bar{X} = 3.60$ ) ตามลำดับ
2. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.74$ ) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.60$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.58$ ) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.53$ ) ตามลำดับ
3. ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน ( $\bar{X} = 3.87$ ) รองลงมาได้แก่ ด้านการเงิน

( $\bar{X} = 3.86$ ) ด้านลูกค้า ( $\bar{X} = 3.84$ ) และด้านเรียนรู้และการพัฒนา ( $\bar{X} = 3.82$ ) ตามลำดับ

4. กลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ( $r_{xy} = 0.404$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. กลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ( $r_{xy} = 0.470$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

**TITLE :** The Relations of the Competitive Strategies and the Marketing Strategies with the Job Outcomes of the Dormitory Business in Maha Sarakham Province

**AUTHOR :** Mr. Apiwat Mungchoo      **DEGREE :** M.B.A. (Business Administration)

**ADVISORS :** Dr. Atcharaporn Chalermchit      Chairperson  
Asst. Prof. Acting Sub. Lt. Dr. Arun Suikraduung      Committee

**RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2014**

## **ABSTRACT**

The objectives of this research were to 1. explore the competitive strategies, 2. to explore the marketing strategies, 3. to assess the job outcomes and 4. to analyze the relations of the competitive strategies and the marketing strategies with the job outcomes of the dormitory business in Maha Sarakham province. The target population was two hundred and ninety one owners of the dormitory business in Maha sarakham province. The instrument was a questionnaire. The statistics used were mean, standard deviation and Pearson's Correlation Coefficient.

The research findings were as follows:

1. The finding showed that the average level of the competitive strategies for the dormitory business in Maha Sarakham was high ( $\bar{X} = 3.69$ ). Four high rated areas of the competitive strategies were creating the prominence ( $\bar{X} = 3.70$ ), reducing capital cost ( $\bar{X} = 3.66$ ), quick response ( $\bar{X} = 3.64$ ), specifying service areas ( $\bar{X} = 3.60$ ) respectively.
2. The findings indicated that the average level of the marketing strategies for the dormitory business in Maha Sarakham was high ( $\bar{X} = 3.61$ ). Four high rated areas of the marketing strategies were marketing promotion ( $\bar{X} = 3.74$ ), product ( $\bar{X} = 3.60$ ), dormitory rate ( $\bar{X} = 3.58$ ) and sales channel ( $\bar{X} = 3.53$ ) respectively.
3. The findings indicated that the job outcomes of the dormitory business management in Maha Sarakham was high ( $\bar{X} = 3.85$ ). Four high rated areas of the outcomes were an external process ( $\bar{X} = 3.87$ ), income ( $\bar{X} = 3.86$ ), customers ( $\bar{X} = 3.84$ ), and knowledge and development ( $\bar{X} = 3.82$ ) respectively.

4. The findings indicated that the competitive strategies were significantly related to the outcomes of the dormitory business in Maha Sarakham at the .05 level. The index of the relations between the strategies and the outcomes was moderate ( $r_{xy} = .404$ ).

5. The findings also indicated that the marketing strategies were significantly related to the outcomes of the dormitory business in Maha Sarakham at the .05 level. The index of the relations between the strategies and the outcomes was moderate ( $r_{xy} = .470$ ).



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY