

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัย นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนด สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
X	แทน กลยุทธ์การแข่งขัน
X_1	แทน ด้านการตลาดต้นทุน
X_2	แทน ด้านการสร้างความแตกต่าง
X_4	แทน ด้านการจำกัดขอบเขต
X_4	แทน ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว
Z	แทน กลยุทธ์ทางการตลาด
Z_1	แทน ด้านผลิตภัณฑ์
Z_2	แทน ด้านราคา
Z_3	แทน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
Z_4	แทน ด้านการส่งเสริมการตลาด
Y	แทน ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก
Y_1	แทน ด้านการเงิน
Y_2	แทน ด้านลูกค้า
Y_3	แทน ด้านกระบวนการภายใน

- Y_4 แทน ด้านเรียนรู้และการพัฒนา
 r_{xy} แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 * แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งลำดับขั้นตอนในการนำเสนอ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และค่าเช่าต่อห้องต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์ การหาค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านการลดต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านเรียนรู้และการพัฒนาโดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของ 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติทีเทส

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในจังหวัด

มหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และค่าเช่าต่อห้องต่อเดือน ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน และร้อยละ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในจังหวัด

มหาสารคาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	237	81.44
หญิง	54	18.56
รวม	291	100.00
2. อายุ		
20 – 30 ปี	17	5.84
31 – 40 ปี	145	49.83
41 – 50 ปี	73	25.09
มากกว่า 50 ปี	56	19.24
รวม	291	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	36	12.37
ปริญญาตรี	168	57.73
สูงกว่าปริญญาตรี	87	29.90
รวม	291	100.00

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. สถานภาพ		
โสด	43	14.78
สมรส	186	63.92
หม้าย/หย่า	62	21.30
รวม	291	100.00
5. ค่าเช่าต่อห้องต่อเดือน		
1,000-2,000 บาท	25	8.59
2,001-3,000 บาท	67	23.02
3,001-4,000 บาท	145	49.83
4,001-5,000 บาท	54	18.56
รวม	291	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 81.44 รองลงมาเป็น เพศหญิง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.56

อายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 49.83 รองลงมา คืออายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.09 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 19.24 และอายุ 20-30 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.84

การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 57.73 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.37

สถานภาพสมรส จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 63.92 รองลงมา คือ หม้าย/หย่า จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 และ โสด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.78

ค่าเช่าต่อห้องต่อเดือนอยู่ระหว่าง 3,001-4,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 49.83 รองลงมาอยู่ระหว่าง 2,001-3,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 23.02 ค่าเช่าต่อห้องต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001-5,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.56 และค่าเช่าอยู่ต่อห้องต่อเดือนระหว่าง 1,000-2,000 จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.59

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัด

มหาสารคาม

2.1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านการลดต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 3 ถึง 7

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการลดต้นทุน	3.66	0.73	มาก
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	3.70	0.79	มาก
3. ด้านการจำกัดขอบเขต	3.60	0.78	มาก
4. ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว	3.64	0.75	มาก
ภาพรวม	3.65	0.76	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการลดต้นทุน ($\bar{X} = 3.66$) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.64$) และด้านการจำกัดขอบเขต ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขัน ของธุรกิจหอพัก
ในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการลดต้นทุน จำแนกรายข้อ

ด้านการลดต้นทุน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	3.39	0.72	ปานกลาง
2. ธุรกิจต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ราคาถูกแต่มีคุณภาพ	3.78	0.66	มาก
3. ธุรกิจใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด และเป็นประโยชน์ สูงสุด	3.69	0.73	มาก
4. ธุรกิจต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	3.83	0.80	มาก
5. ธุรกิจมีการพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน	3.62	0.73	
ภาพรวม	3.66	0.73	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการลดต้นทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ราคาถูกแต่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.78$) ธุรกิจใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด และเป็นประโยชน์สูงสุด ($\bar{X} = 3.69$) ธุรกิจมีการพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน ($\bar{X} = 3.62$) และธุรกิจต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 3.39$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการสร้างความแตกต่าง
จำแนกรายข้อ

ด้านการสร้างความแตกต่าง	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจได้สร้างให้เกิดความแตกต่างทางด้านคุณภาพ	3.67	0.95	มาก
2. ธุรกิจได้สร้างความแตกต่างทางด้านราคาค่าเช่า ห้องพัก	3.73	0.73	มาก
3. ธุรกิจได้สร้างความแตกต่างทางการให้บริการ	3.65	0.77	มาก
4. ธุรกิจได้สร้างความแตกต่างในการใช้เฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งห้องพัก	3.75	0.71	มาก
5. ธุรกิจได้สร้างความแตกต่างในการตกแต่งสถานที่ ภายในบริเวณหอพักให้เป็นระเบียบ สวยงาม ถูก สุขลักษณะมีที่ทิ้งขยะ	3.69	0.73	มาก
ภาพรวม	3.70	0.79	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม
ด้านการสร้างความแตกต่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) และเมื่อพิจารณารายข้อ
พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจได้สร้างความ
แตกต่างในการใช้เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องพัก ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจได้สร้างความ
แตกต่างทางด้านราคาค่าเช่าห้องพัก ($\bar{X} = 3.73$) ธุรกิจได้สร้างความแตกต่างในการตกแต่งสถานที่
ภายในบริเวณหอพักให้เป็นระเบียบ สวยงาม ถูกสุขลักษณะมีที่ทิ้งขยะ ($\bar{X} = 3.69$) ธุรกิจได้สร้าง
ให้เกิดความแตกต่างทางด้านคุณภาพ ($\bar{X} = 3.67$) และธุรกิจได้สร้างความแตกต่างทางการ
ให้บริการ ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการจำกัดขอบเขต จำแนกรายข้อ

ด้านการจำกัดขอบเขต	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการแยกหอพัก โดยแยกเป็นหอพักชายและหอพักหญิง	3.57	0.81	มาก
2. ธุรกิจให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก	3.38	0.82	ปานกลาง
3. ธุรกิจออกแบบการให้บริการที่หลากหลายโดยคำนึงถึงความสามารถทางการเงินของลูกค้า	3.73	0.81	มาก
4. ธุรกิจออกแบบบริการสร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม	3.69	0.80	มาก
5. สถานที่ตั้งของหอพักมีความสะดวกในการเดินทาง	3.64	0.64	มาก
ภาพรวม	3.60	0.78	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการจำกัดขอบเขต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับ ปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจออกแบบการให้บริการที่หลากหลายโดยคำนึงถึงความสามารถทางการเงินของลูกค้า ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจออกแบบบริการสร้างลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ($\bar{X} = 3.69$) สถานที่ตั้งของหอพักมีความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X} = 3.64$) ธุรกิจมีการแยกหอพัก โดยแยกเป็นหอพักชายและหอพักหญิง ($\bar{X} = 3.57$) และธุรกิจให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ($\bar{X} = 3.38$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก
ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว จำแนกรายข้อ

ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการเสนอรูปแบบบริการใหม่อย่างรวดเร็ว	3.49	0.79	มาก
2. เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.54	0.68	มาก
3. ธุรกิจมีความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ	3.64	0.66	มาก
4. ธุรกิจมีการตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการบริการตามความต้องการของลูกค้า	3.78	0.80	
4. การทำสัญญาเช่าพักมีความสะดวก รวดเร็ว	3.73	0.80	มาก
ภาพรวม	3.64	0.75	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคามด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีการตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการบริการตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.78$) รองลงมา ได้แก่ การทำสัญญาเช่าพักมีความสะดวก รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.73$) ธุรกิจมีความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.54$) และธุรกิจมีการเสนอรูปแบบบริการใหม่อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพัก
ในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้าน
การส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณ โดยใช้สถิติพื้นฐาน
ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 8
ถึง 12

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด
ของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพัก	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.60	0.77	มาก
2. ด้านราคา	3.58	0.80	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.53	0.79	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.74	0.84	มาก
ภาพรวม	3.61	0.80	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม
โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุก
ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.74$)
รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.60$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.58$) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านและจำแนกรายข้อ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกรายข้อ

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเหมาะสมของขนาดห้องพัก	3.67	0.85	มาก
2. มีเฟอร์นิเจอร์และเครื่องอำนวยความสะดวกครบครัด เช่น ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ ที่นอน หมอน แอร์	3.71	0.77	มาก
3. มีร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่ห้องพัก เช่น ซักรีด ร้านอาหาร อินเทอร์เน็ต เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ ร้าน ทำผม	3.60	0.76	มาก
4. ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์	3.65	0.75	มาก
5. ความสะอาด สวยงาม และเป็นสัดส่วนของห้องพัก	3.38	0.74	ปานกลาง
ภาพรวม	3.60	0.77	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีเฟอร์นิเจอร์และเครื่องอำนวยความสะดวกครบครัด เช่น ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ ที่นอน หมอน แอร์ ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสมของขนาดห้องพัก ($\bar{X} = 3.67$) ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ($\bar{X} = 3.65$) มีร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่ห้องพัก เช่น ซักรีด ร้านอาหาร อินเทอร์เน็ต เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ ร้านทำผม ($\bar{X} = 3.60$) และความสะอาด สวยงาม และเป็นสัดส่วนของห้องพัก ($\bar{X} = 3.38$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด
ของธุรกิจห้องพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา จำแนกรายข้อ

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดของห้องพัก	3.54	0.73	มาก
2. ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	3.72	0.84	มาก
3. ราคาห้องพักที่เหมาะสมกับเครื่องอำนวยความสะดวก ภายในห้อง	3.46	0.78	มาก
4. อัตราค่าประกันห้องพักและค่ามัดจำก่อนเช่า	3.40	0.74	ปานกลาง
5. ความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า	3.79	0.90	มาก
ภาพรวม	3.58	0.80	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจห้องพักในจังหวัดมหาสารคาม
ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก
4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความ
เหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาค่าน้ำ
ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ($\bar{X} = 3.72$) ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดของห้องพัก ($\bar{X} = 3.54$) ราคา
ห้องพักที่เหมาะสมกับเครื่องอำนวยความสะดวกภายในห้อง ($\bar{X} = 3.46$) และอัตราค่าประกัน
ห้องพักและค่ามัดจำก่อนเช่า ($\bar{X} = 3.40$) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด
ของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกรายข้อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. หอพักใกล้ที่ทำงาน	3.52	0.82	มาก
2. สถานที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัย	3.59	0.86	มาก
3. หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	3.62	0.80	มาก
4. ความสะดวกของสถานที่จอดรถ	3.40	0.69	ปานกลาง
5. ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน เช่น มีรถโดยสารผ่าน	3.51	0.76	มาก
ภาพรวม	3.53	0.79	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า ($\bar{X} = 3.62$) รองลงมาได้แก่ สถานที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.59$) หอพักใกล้ที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.52$) ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน เช่น มีรถโดยสารผ่าน ($\bar{X} = 3.51$) และความสะดวกของสถานที่จอดรถ ($\bar{X} = 3.40$) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด
ของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกรายข้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. มีการโฆษณาหอพักและบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน	3.65	0.95	มาก
2. การโฆษณาผ่านป้ายประกาศในแหล่งชุมชน	3.78	0.85	มาก
3. หอพักมีภาพพจน์ดีและชื่อเสียงที่ดี	3.75	0.70	มาก
4. การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก	3.84	0.90	มาก
4. มีการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ทีวี ตู้เย็น	3.68	0.79	มาก
ภาพรวม	3.74	0.84	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม
ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า
อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การได้รับการแนะนำจาก
คนรู้จัก ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาผ่านป้ายประกาศในแหล่งชุมชน ($\bar{X} = 3.78$)
หอพักมีภาพพจน์ดีและชื่อเสียงที่ดี ($\bar{X} = 3.75$) มีการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ทีวี ตู้เย็น
($\bar{X} = 3.68$) และมีการโฆษณาหอพักและบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน
($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก
ในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านเรียนรู้
และการพัฒนา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 13 ถึง 17
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการเงิน	3.86	0.82	มาก
2. ด้านลูกค้า	3.84	0.84	มาก
3. ด้านกระบวนการภายใน	3.87	0.86	มาก
4. ด้านเรียนรู้และการพัฒนา	3.82	0.90	มาก
ภาพรวม	3.85	0.86	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม
โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุก
ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 3.87$)
รองลงมาได้แก่ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.86$) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.84$) และด้านเรียนรู้และการพัฒนา
($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านและจำแนกรายข้อ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเงิน จำแนกรายข้อ

ด้านการเงิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.89	0.81	มาก
2. ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน	3.94	0.82	มาก
3. ธุรกิจมีมาตรการให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ	3.69	0.78	มาก
4. ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์	3.96	0.74	
5. ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ	3.84	0.94	มาก
ภาพรวม	3.86	0.82	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการเงิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.94$) ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.89$) ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ ($\bar{X} = 3.84$) และธุรกิจมีมาตรการให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านลูกค้า จำแนกรายข้อ

ด้านลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจนำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ	3.81	0.91	มาก
2. ธุรกิจบริการแก่ลูกค้าทุกคน โดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน	3.89	0.74	มาก
3. ธุรกิจมีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และไม่ละเลยต่อลูกค้ารายเดิมอยู่อย่างต่อเนื่อง	3.84	0.86	มาก
4. ธุรกิจมีรูปแบบการให้บริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า	3.75	0.85	มาก
5. ธุรกิจมีบุคลากรอำนวยความสะดวกในการซ่อม แก้ไขอุปกรณ์ต่าง ๆ	3.91	0.83	มาก
ภาพรวม	3.84	0.84	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีบุคลากรอำนวยความสะดวกในการซ่อม แก้ไขอุปกรณ์ต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจบริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน ($\bar{X} = 3.89$) ธุรกิจมีการคิดค้นเทคนิคหรือวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และไม่ละเลยต่อลูกค้ารายเดิมอยู่อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.84$) ธุรกิจนำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ($\bar{X} = 3.81$) และธุรกิจมีรูปแบบการให้บริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.75$) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการภายใน จำแนกรายข้อ

ด้านกระบวนการภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ	3.84	0.83	มาก
2. ธุรกิจมีการจัดลำดับก่อนหลังในการมาติดต่อขอใช้บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ	3.76	0.89	มาก
3. ธุรกิจมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน เพื่อการเรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์	3.97	0.84	มาก
4. กระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด เช่น สติกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร	3.91	0.89	มาก
5. การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม	3.89	0.86	มาก
ภาพรวม	3.87	0.86	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการภายใน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน เพื่อการเรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์ ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมา ได้แก่ กระบวนการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด เช่น สติกเกอร์ติดรถ การแลกบัตร ($\bar{X} = 3.91$) การดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.89$) ธุรกิจใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ($\bar{X} = 3.84$) และธุรกิจมีการจัดลำดับก่อนหลังในการมาติดต่อขอใช้บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้านเรียนรู้และการพัฒนา จำแนกรายข้อ

ด้านเรียนรู้และการพัฒนา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ	3.91	0.80	มาก
2. ธุรกิจมีการออกแบบ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง กระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อ สนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า	3.80	0.96	มาก
3. ธุรกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ	3.88	0.91	มาก
4. ธุรกิจมีการคิดค้น การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษา ปัญหา และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	3.74	0.94	มาก
5. ธุรกิจมีเทคนิคและเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย	3.75	0.89	มาก
ภาพรวม	3.82	0.90	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ด้าน
เรียนรู้และการพัฒนา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ใน
ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย ดังนี้ ธุรกิจมีการพัฒนาปรับปรุง
การทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมา
ได้แก่ ธุรกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ
($\bar{X} = 3.88$) ธุรกิจมีการออกแบบ ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงกระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบ
ใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า ($\bar{X} = 3.80$) ธุรกิจมีเทคนิคและเทคโนโลยีในการ
ให้บริการที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.75$) และธุรกิจมีการคิดค้น การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัญหา
และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.74$) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและ กลยุทธ์ทางการตลาด
กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม

5.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงาน
ธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการ
ดำเนินงานในจังหวัดมหาสารคาม ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation
Coefficient) (r_{xx}) ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์โดยรวม จำแนกเป็นรายด้าน และรายคู่
รายละเอียด ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม เป็นรายด้านและโดยรวม

	X	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
X	1									
X ₁	.549*	1								
X ₂	.586*	.164*	1							
X ₃	.385*	.057	.160*	1						
X ₄	.437*	.088	.064	.096	1					
Y ₁	.120*	.142*	.073	.060	.133*	1				
Y ₂	.122*	.091	.085	.094	.319*	.108	1			
Y ₃	.338*	.138*	.038	.124*	.235*	.083	.091	1		
Y ₄	.182*	.090	.085	.059	.055	.229*	.186*	.191*	1	
Y	.404*	.116*	.151*	.245*	.349*	.431*	.475*	.538*	.635*	1

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

จากตารางที่ 18 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจหอพัก (Y) ในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xx} = .404$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการ
ดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ด้านกระบวนการภายใน (Y₃) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xx} = 0.338$)

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ด้านเรียนรู้และการพัฒนา (Y_4) อยู่ในระดับต่ำ ($r_x = 0.182$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ด้านลูกค้า (Y_2) อยู่ในระดับต่ำ ($r_x = 0.122$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ด้านการเงิน (Y_1) อยู่ในระดับต่ำ ($r_x = 0.120$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานในจังหวัดมหาสารคาม ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) (r_x) ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์โดยรวม จำแนกเป็นรายด้าน และรายคู่ รายละเอียด ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม เป็นรายด้านและโดยรวม

	Z	Z ₁	Z ₂	Z ₃	Z ₄	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y
Z	1									
Z ₁	.600*	1								
Z ₂	.621*	.173*	1							
Z ₃	.613*	.152*	.345*	1						
Z ₄	.432*	.313*	.129*	.095	1					
Y ₁	.257*	.203*	.120*	.289*	.056	1				
Y ₂	.441*	.137*	.312*	.243*	.295*	.108	1			
Y ₃	.180*	.130*	.091	.170*	.340*	.066	.098	1		
Y ₄	.164*	.049	.221*	.065	.126*	.106	.186*	.132*	1	
Y	.470*	.167*	.185*	.200*	.395*	.431*	.475*	.538*	.635*	1

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

จากตารางที่ 19 พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาด (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก (Y) ในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xz} = .470$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาด (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ด้านลูกค้า (Y_2) อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xz} = .441$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาด (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ด้านการเงิน (Y_1) อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xz} = .257$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลยุทธ์ทางการตลาด (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ด้านกระบวนการภายใน (Y_3) อยู่ในระดับต่ำ ($r_{xz} = .180$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลยุทธ์ทางการตลาด (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ด้านเรียนรู้และการพัฒนา (Y_4) อยู่ในระดับต่ำ ($r_{xz} = .164$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

