

หอสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ชื่อการค้นคว้าอิสระ      กลยุทธ์การตลาดบริการธุรกิจโฮมสเตย์ ในจังหวัดระยอง

ผู้วิจัย      นายธีรยุทธ จันทร์ฉวี ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา กลิ่นจันทร์ 2) ศาสตราจารย์ ดร.เรวัตร์ ชาตรีวิสิษฐ์  
ปีการศึกษา 2554 จำนวน 249 หน้า คำสำคัญ โฮมสเตย์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดบริการธุรกิจโฮมสเตย์ ในจังหวัดระยอง และเพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดบริการธุรกิจโฮมสเตย์ของผู้บริหาร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ จำนวน 73 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการธุรกิจโฮมสเตย์ ในจังหวัดระยอง ในภาพรวม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณากลยุทธ์การตลาดบริการเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา บุคลากร และกระบวนการให้บริการ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดบริการธุรกิจโฮมสเตย์ของผู้บริหาร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ระดับการศึกษาของผู้บริหาร เงินทุนที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์ และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้บริหารที่มีอาชีพหลักต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวมเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดบริการ ด้านราคา และการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

**Independent study title:** Marketing Strategies on Home-stay-service Businesses in Rayong province

**Researcher:** Mr. Teerayut Juntamane. Degree: Master of Business Administration (General Management).  
Dhomburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Jariya Klinjan  
2) Prof. Dr. Rawat Chatreewisit. Academic year: 2011. 249 pp. Keywords: home-stay

**Abstract**

The objectives of this research were to study about marketing strategies on Home-stay-service businesses in Rayong province and to compare between strategies based on personal characteristics of individual manager. The sample included 73 managers of firms. Questionnaires were used as a research tool. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and variance were measurements used for data analysis.

The results of the research indicated that the mean score of overall opinions on the marketing strategies of managers were at the high level. With regard to analysis of each aspect, the mean score of opinions on product and service, price, personnel, and procedure of production were at high level either. The comparison of strategies based on opinions from managers, classified by personal characteristics, indicated that those managers with difference of educational level, budget in running business, and amount of time doing business, the overall opinions were different at 0.05 level. With regard to comparison of individual aspect, managers in different main occupation had different opinions on price and promotion at 0.05 level.

Student's signature.....*Teerayut*.....  
Independent study advisors' signatures 1.....*[Signature]*..... 2.....*[Signature]*.....