

กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี Competitive strategy of dormitory business in Muang Municipality, Pathumthanee Province

ธีรวัช นุกุลกิจ¹ มาลีรัตน์ ฉานสูงเนิน²

Dheetawat Nukulki¹ Maleerat Chansungnoen²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 272 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า (ให้ตอบวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ)

1. กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีลำดับมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้ง รองลงมา คือการส่งเสริมการตลาด และน้อยที่สุดคือ ราคา

2. ผลการเปรียบเทียบ กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการศึกษา ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ด้านประสบการณ์ แตกต่างกัน โดยมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี กับอีก 2 กลุ่ม และ ด้านรายได้ พบว่าไม่แตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่าด้านตัวหอพัก มีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีร้านสะดวกซื้อ และควรปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ต ด้านราคา มีข้อเสนอแนะคือ ควรลดราคาให้เหมาะสมกับสถานที่ และควรลดราคาในช่วงเทศกาล ด้านทำเลที่ตั้ง มีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีที่จอดรถยนต์ให้เพียงพอ และควรมีสวนหย่อมให้ลูกค้าได้พักผ่อน ด้านการส่งเสริมการตลาด มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลด และการให้ส่วนลดลูกค้าที่เข้าพักประจำที่พักระยะเวลานาน

คำสำคัญ : กลยุทธ์การแข่งขัน, ธุรกิจหอพัก, เทศบาลเมือง, จังหวัดปทุมธานี

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรวัช นุกุลกิจ อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการ มหาวิทยาลัยเมธาร์ธ

E-mail: dheetawatnukulki@gmail.com

Lecturer of Management, Metharath University

² เจ้าหน้าที่งานวิทยบริการ สถาบันบำบัดรักษาและฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติดแห่งชาติบรมราชชนนี (สบยช.)

Librarian of Princess Mother National Institute on Drug Abuse Treatment

Abstract

The research is the objective for , study for competitive strategy of dormitory business in Muang municipality, Pathumthani Province. Data were collected from 272 samples. The instrument using in this study , was the Questionnaire as Likert Rating Scale , reliability coefficient 0.952. The statistical analysis of data were the mean, standard deviation (SD). For compare variavles , The test t-test (independent sample) and F-Test (One way ANOVA) at 0.05 level, was administered.

The research findings found that:

1. Competitive strategy of dormitory business in Muang municipality, Pathumthani Province, all aspects were in "High" level.

2. The compare strategy dormitory business in Muang municipality, Pathumthanee Province. By the following three personal characteristics. For compare strategy dormitory business in Muang municipality, Pathumthani Province, classified by education. Considering also found that no different statistically significant at the .05 level. For compare strategy dormitory business in Muang municipality, Pathumthani Province, classified by experience. Considering also found that. The difference between the two groups with more than 10 years' experience. For compare strategy dormitory business in Muang municipality, Phathumthani Province, classified by income. Considering also found that no different statistically significant at the .05 level.

3. Recommendation to develop strategies to compete in a residential municipality. Pathumthani Province. The hostel was a suggestion that there should be a convenience store. And to improve the internet. The Price is suggested. Should reduce the price to the right place. And should be on sale during the festival. The location. There is a suggestion. Should be sufficient to take a place to park cars. And should have a garden. The promotion was supposed to be shown off. For regular customers.

Keywords: Competitive strategy, Dormitory Business, Muang municipality, Pathumthani Province

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้กล่าวก้าวสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ส่งผลให้ประเทศไทยจะได้รับอานิสงส์ ในการที่จะกลายเป็นเป้าหมายในการดึงดูดการลงทุน เงินลงทุน จากต่างประเทศได้มากขึ้นเพราะต่อไปนี้การขยายการลงทุนจากต่างประเทศมาประเทศไทยจะกระทำได้ง่ายขึ้น หากเป็นไปตามข้อตกลงที่ได้ตกลงกันไว้ ประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศอื่น ๆ หลายประการโดยเฉพาะทัศนคติของคนไทยที่มีต่อนักลงทุนชาวต่างชาตินั้นดีมาก แม้ว่าบางครั้งการลงทุนของต่างชาติมาลงทุนในประเทศไทยไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชน การจ้างงาน หรือการนำเทคโนโลยีมาช่วยประเทศไทยเลย แต่คนไทยก็ไม่เคยรังเกียจนักลงทุนเหล่านี้ เหมือนกับประเทศอื่น อีกทั้งระเบียบกฎเกณฑ์ด้านการลงทุน ประเทศไทยอาจกล่าวได้ว่าเปิดโอกาสมากกว่าหลายๆ ประเทศในภูมิภาคนี้ แม้กระทั่งหากเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านอย่าง ลาว พม่า เป็นต้น จากภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้ และหาวิธีการต่าง ๆ ในการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจของตนเองเพื่อให้สามารถแข่งขัน และ อยู่ได้ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน (จุฑา เทียนไทย, 2555 : 6-26)

จังหวัดปทุมธานี ในปี 2550 มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ร้อยละ 10.9 ในปีที่ผ่านมา ตามอุปทานในจังหวัดปทุมธานีที่สูงขึ้น ทั้งภาคเกษตรกรรม และภาคอุตสาหกรรมการขายส่ง การขายปลีก และการซ่อมยานยนต์ จักรยานยนต์ ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรม ทำให้มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรม (รายงานการวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจจังหวัดปทุมธานี ปี 2562)

หอพัก จึงเป็น ธุรกิจที่กำลังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องแม้ว่าประเทศไทยเองที่ประสบกับการณ์โควิดที่กำลังจะหมดไป แต่เกิดจากการฟื้นฟูปรับตัวทางธุรกิจอุตสาหกรรมหลังการแพร่ระบาดของของโควิดทุกส่วนของภาคธุรกิจมีการสร้างโรงงาน กิจการเอกชนต่าง ๆ และ การที่สถานศึกษามีนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจหอพักมีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย จากในอดีตที่มีเพียงลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ปัจจุบันได้ขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาหอพักเพื่อสนองความต้องการ เช่นการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ความสะอาดสบายที่มากขึ้น ห้องพักที่สะอาดขึ้น รวมถึงความปลอดภัยที่มากขึ้น จึงเป็นสาเหตุให้เกิดการแข่งขันกันอย่างมาก (อุษามณี หงส์เจริญกุล 2553 : 3 - 14) ธุรกิจประเภทหอพักเป็นธุรกิจที่ใช้ระยะเวลาในการคืนทุนช้ากว่าธุรกิจอื่น ๆ แต่ก็ยังเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ได้ในระยะยาว ดังนั้นผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี มีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจธุรกิจหอพักเพิ่มมากขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำไปใช้พัฒนาธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี และผู้ประกอบการธุรกิจหอพักสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุง และพัฒนาธุรกิจหอพักของตน ซึ่งจะส่งผลให้จังหวัดปทุมธานีเกิดการพัฒนา สืบต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตาม ระดับการศึกษา ประสบการณ์ และรายได้
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพัก ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการใช้กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพัก แตกต่างกัน
2. ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ที่มีประสบการณ์ต่างกันใช้กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพัก แตกต่างกัน
3. ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ที่มีรายได้ต่างกันใช้กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษารั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพัก ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี 4 ด้านประกอบไปด้วย

- 1.1 ด้านตัวหอพัก
- 1.2 ด้านราคา
- 1.3 ด้านทำเลที่ตั้ง
- 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

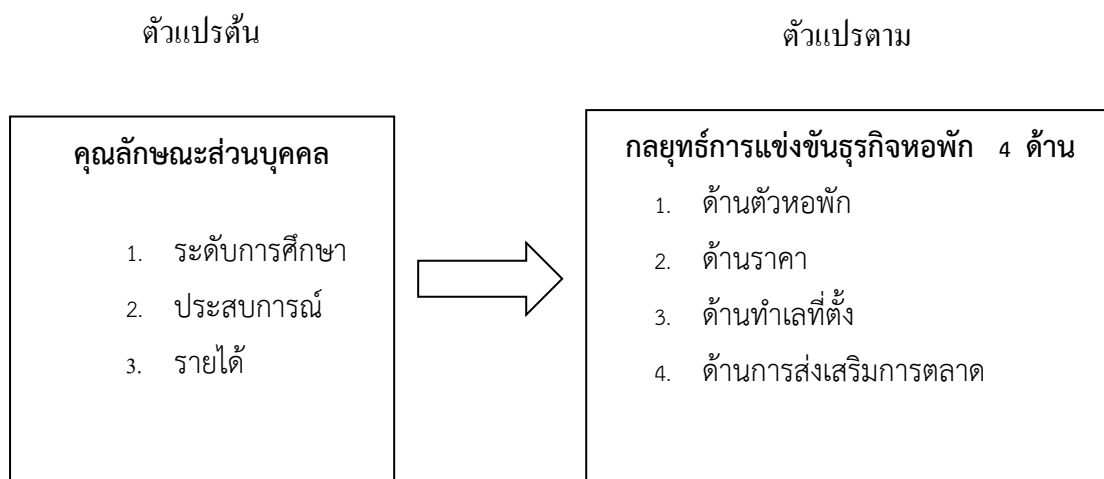
2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 609 แห่ง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดของ วิรัช สงวนวงศ์วาน (2554 : 5 - 37) กล่าวถึงกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจ ประกอบด้วย ราคา ทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด ตัวสินค้า และงานวิจัยของ เบญจพร ทิพทองไทย (2561) โครงสร้างตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัด

ขอนแก่น นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดวิจัย กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพัก ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี 4 ด้าน ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 609 แห่ง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 272 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane. 1970, p.886) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 แล้วทำการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยทำขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอบเขตการวิจัยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดและปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ การศึกษา ประสบการณ์ และรายได้ มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ ที่กำหนดคำตอบได้หลายคำตอบ ให้ผู้ตอบเลือกตอบ 1 คำตอบโดยกาเครื่องหมายถูก ลงหน้าข้อความ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขัน มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านตัวหอพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ระดับความคิดเห็นแบบมาตรฐานประมาณค่าของ Rating Scale ซึ่งกำหนดระดับความคิดเป็นตัวเลข 5 ระดับของ Likert Scale

การสร้างและการทดสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (ค่า IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา

ระหว่าง 0.50 – 1.00 และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ค่าดัชนีความคล่องตั้งแต่ 0.60-1.00 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจห่อพัก จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาครอนบาค (Cronbach, 1971, น. 202 – 204) ได้ค่าความเชื่อมั่น .89

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อการวิเคราะห์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของเทศบาล ดังนี้

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของประเภท ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ แล้วนำเสนอแบบความเรียง

- 2) วิเคราะห์กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจห่อพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานีเป็นคำถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดเป็น 5 ระดับ

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติหาคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่
 - 1.1 การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Context Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence : IOC)
 - 1.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)
2. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 2.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency : f)
 - 2.2 ร้อยละ (Percentage)
 - 2.3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)
 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่
 - 3.1 สถิติการทดสอบค่าที (t-test for Independent Samples)
 - 3.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : ANOVA) และการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Seheffe's Medthod)

ผลการวิจัย

1. กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี สรุปผลการศึกษาจากคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 272 คน มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 36 การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า ร้อยละ 64 มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 34.20 ประสบการณ์ 5 - 10 ปี ร้อยละ 43.80 ประสบการณ์มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 22 รายได้ต่ำกว่า 30000 บาท ร้อยละ 26.80 รายได้ 30001 - 60000 บาท ร้อยละ 8.50 รายได้ 60001 - 90000 บาท ร้อยละ 25.00 และ รายได้มากกว่า 90000 บาท ร้อยละ 39.70

2. กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีลำดับมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้ง รองลงมา คือ การส่งเสริมการตลาด และ น้อยที่สุดคือ ราคา

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวม และรายด้าน

กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี	ระดับดำเนินงาน			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ตัวหอพัก	3.87	0.64	มาก	3
2. ราคา	3.82	0.58	มาก	4
3. ทำเลที่ตั้ง	3.90	0.62	มาก	1
4. การส่งเสริมการตลาด	3.88	0.68	มาก	2
ภาพรวม	3.87	0.63	มาก	-

จากตารางที่ 1 พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีลำดับมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.90$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.62) รองลงมา คือ การส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.88$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.68) และน้อยที่สุดคือ ราคา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.82$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.58) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานการศึกษาเรื่องพบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 2 กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน

กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรีและสูงกว่า		t	P-Value
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
1. ตัวหอพัก	3.84	0.67	3.89	0.61	0.01	0.92
2. ราคา	3.74	0.60	3.86	0.56	1.87	0.17
3. ทำเลที่ตั้ง	3.82	0.58	3.95	0.64	0.01	0.93
4. การส่งเสริมการตลาด	3.85	0.62	3.89	0.70	0.89	0.35
ภาพรวม	3.81	0.62	3.90	0.63	0.69	0.59

จากตารางที่ 2 พบว่า พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามการศึกษาในภาพรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามประสบการณ์

กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพัก	ต่ำกว่า 5 ปี		5 - 10 ปี		มากกว่า 10 ปี	
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D
1. ตัวหอพัก	3.91	0.83	3.72	0.51	4.10	0.41
2. ราคา	3.79	0.70	3.73	0.53	4.02	0.38
3. ทำเลที่ตั้ง	3.85	0.86	3.83	0.44	4.11	0.39
4. การส่งเสริมการตลาด	3.92	0.90	3.74	0.53	4.07	0.44
ภาพรวม	3.87	0.82	3.76	0.50	4.08	0.41

จากตารางที่ 3 พบว่า พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี ตามประสบการณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้มีประสบการณ์ต่ำกว่า 5 ปี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.87$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.82) ผู้มีประสบการณ์ 5 - 10 ปี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.76$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.50) และผู้มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.08$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.41)

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามประสบการณ์ โดยภาพรวมและรายด้าน

กลยุทธ์การแข่งขัน ธุรกิจ	แหล่งของ ความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	P-Value
1. ตัวหอพัก	ระหว่างกลุ่ม	5.860	2	2.930	7.614**	0.001
	ภายในกลุ่ม	103.516	269	0.385		
	รวม	109.376	271			
2. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.334	2	1.667	5.132**	0.006
	ภายในกลุ่ม	87.381	269	0.325		
	รวม	90.715	271			
3. ทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	3.345	2	1.672	4.505*	0.012
	ภายในกลุ่ม	99.855	269	0.371		
	รวม	103.199	271			
4. การส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.756	2	2.378	5.386**	0.005
	ภายในกลุ่ม	118.764	269	0.442		
	รวม	123.520	271			

จากตารางที่ 4 พบว่า การเปรียบเทียบ กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามประสบการณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านตัวหอพัก ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านทำเลที่ตั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี
จำแนกตามรายได้ โดยภาพรวมและรายด้าน

กลยุทธ์การแข่งขัน ธุรกิจหอพัก	แหล่งของความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	P- Value
1. ตัวหอพัก	ระหว่างกลุ่ม	1.153	3	0.384	0.952	0.416
	ภายในกลุ่ม	108.223	268	0.404		
	รวม	109.376	271			
2. ราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.566	3	0.855	2.601	0.053
	ภายในกลุ่ม	88.149	268	0.329		
	รวม	90.715	271			
3. ทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	1.894	3	0.631	1.670	0.174
	ภายในกลุ่ม	101.305	268	0.378		
	รวม	103.199	271			
4. การส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.764	3	0.921	2.044	0.108
	ภายในกลุ่ม	120.756	268	0.451		
	รวม	123.520	271			

จากตารางที่ 5 พบว่า การเปรียบเทียบ กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามรายได้ ไม่แตกต่างกัน

3. แนวทางและข้อเสนอจากแบบสอบถามเรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านตัวหอพัก มีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีร้านสะดวกซื้อ และควรปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ต ด้านราคา มีข้อเสนอแนะคือ ควรลดราคาให้เหมาะสมกับสถานที่ และควรลดราคาในช่วงเทศกาล ด้านทำเลที่ตั้ง มีข้อเสนอแนะคือ ควรมีที่จอดรถยนต์ให้เพียงพอ และควรมีสวนหย่อม ด้านการส่งเสริมการตลาดคือ ควรมีโปรโมชั่นส่วนลดเพิ่มขึ้น และควรมีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่พักเป็นเวลานาน

อภิปรายผล

จากการสรุปผลดำเนินการศึกษากลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี ผู้ศึกษา จึงนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีลำดับมากที่สุดคือ ทำเลที่ตั้ง รองลงมาคือ การส่งเสริมการตลาด และน้อยที่สุดคือ ราคา ตามลำดับ

2. กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานีจำแนกตามการศึกษาในภาพรวมและรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน

3. การเปรียบเทียบ กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำแนก ตามประสบการณ์ พบว่า แตกต่างกัน โดย มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้ประสบการณ์มากกว่า 10 ปี กับอีก 2 กลุ่ม

4. การเปรียบเทียบ กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี ตามรายได้ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

5. แนวทาง และข้อเสนอจากแบบสอบถามเรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ด้านตัวหอพัก มีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีร้านสะดวกซื้อ และควรปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ต ด้านราคา มีข้อเสนอแนะคือ ควรลดราคาให้เหมาะสมกับสถานที่ และควรลดราคาในช่วงเทศกาล ด้านทำเลที่ตั้ง มีข้อเสนอแนะคือ ควรมีที่จอดรถยนต์ให้เพียงพอ และควรมีสวนหย่อม ด้านการส่งเสริมการตลาดคือ ควรมีโปรโมชั่นส่วนลดเพิ่มขึ้น และควรมีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่พักเป็นเวลานาน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จาง อี้ หลิน (มหาวิทยาลัยเซี่ยงไฮ้. 2009 : 132 - 145) ศึกษาเรื่องโครงสร้างตลาดของธุรกิจหอพักในเขตยู่หนาน จากการหาค่าการกระจุกตัวแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจหอพักในเขตยู่หนานมีลักษณะเป็นตลาดแบบผู้ขายน้อยรายเนื่องจากผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการให้เป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจหอพักได้น้อยมาก แต่ด้วยความแตกต่างของห้องพักทำให้ห้องพักที่มีระดับสูงกว่าสามารถตั้งราคาให้สูงกว่าธุรกิจหอพักระดับพื้น ๆ ได้ ทำให้แต่ละหอพักไม่ทำการตัดราคาของตนเองให้ต่ำกว่าราคาคู่แข่ง แต่จะมีส่วนลดให้กับลูกค้าเก่าที่ใช้เป็นส่วนลดในการเข้าพักได้ ส่วนการแข่งขันที่มีใช้ราคาจะขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการบริการว่าแต่ละห้องพักต้องสร้างความแตกต่างของการบริการ ดึงดูดความสนใจของลูกค้า

ผู้ศึกษาพบว่ากลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานีอยู่ในระดับมาก ในทุกด้าน ปัจจัยด้านการศึกษา และรายได้ ไม่ได้ส่งผลให้เกิดความแตกต่างต่อการเลือกใช้กลยุทธ์การแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบ แต่ตัวแปรด้านประสบการณ์ส่งผลให้เกิดความแตกต่างต่อการเลือกใช้กลยุทธ์การแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก

ข้อเสนอแนะ

ครั้งนี้จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก และผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาธุรกิจของตนเองต่อไป

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากผลการสรุปผลและอภิปรายดำเนินการศึกษากลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี ครั้งนี้จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก และผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาธุรกิจของตนเองให้เกิดความมั่นคง และยั่งยืน ต่อไป ผู้ศึกษา มีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 กลยุทธ์ราคา ขอให้ใช้อย่างเข้าใจและใช้กลยุทธ์ราคานี้บนพื้นฐานของการศึกษา มากกว่าการใช้ตามความรู้สึกที่ว่าใคร ๆ เขาก็ใช้กลยุทธ์ราคากัน แนนอนกลยุทธ์ราคาช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายในสินค้าโดยเฉพาะสินค้าประเภท commodity ที่ลูกค้าไม่ยึดติดในตราสินค้า ดังนั้น กลยุทธ์ราคามักจะเหมาะสมกับสินค้าประเภทที่ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่มีความภักดีในตราสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์ราคาอย่างสร้างสรรค์เช่น ควรลดราคาสำหรับสมาชิก หรือการลดราคาในช่วงสิ้นเดือนที่ลูกค้าเพิ่งได้รับเงินเดือน และการลดราคาให้ผู้มีกำลังซื้อน้อยเช่นข้าราชการ หรือผู้ใช้แรงงานของบริษัทที่ทำสัญญากับกิจการ แม้ในภาวะวิกฤตเช่นนี้การจะใช้กลยุทธ์การลดราคาควรมีเป้าหมายด้วยและควรเจาะจงมากกว่ากระทำไปโดยไม่มีเป้าหมาย

1.2 กลยุทธ์การสร้างคุณค่าที่แตกต่าง กลยุทธ์นี้ควรสร้างความยอมรับให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยรวมด้วยเพื่อความอยู่รอดร่วมกัน ถ้าให้ตีความเน้นขายสินค้า หรือให้บริการที่มากกว่าคุณค่า คุ่มค่า และจ่ายในราคาที่ประหยัดกว่าแต่หาซื้อที่ไหนไม่ได้ หรือซื้อได้แต่ถ้าซื้อที่เราให้ความคุ้มค่า และให้คุณค่ากับผู้ซื้อและสังคมส่วนรวมเป็นอย่างมาก เช่นกลยุทธ์การขายสินค้าแบบนำสินค้าที่ใช้แล้วมาแลกซื้อสินค้าใหม่ในราคาที่ถูกลงกว่า หรือกลยุทธ์การเพิ่มเติมบริการเสริมในเรื่องการรับซื้อของเก่าที่ใช้แล้ว เพื่อนำไปแลกซื้อสินค้าใหม่ถึงบ้าน หรือแม้แต่การรับซื้อบรรจุภัณฑ์เก่าเพื่อแลกซื้อสินค้าใหม่ของเรา จะเห็นว่าถ้าแตกต่างแบบนี้ทุกคนได้ประโยชน์ทั้งนั้น สังคมส่วนรวมก็ได้ด้วย

1.3 กลยุทธ์สร้างความผูกพันในตราสินค้า กิจการควรใช้กลยุทธ์สร้างความผูกพันในคุณภาพ ความคุ้มค่า และทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันในทุกสิ่งทุกอย่างของสินค้าและบริการซึ่งต้องทำให้มากขึ้นกว่าเดิมที่เน้นแค่ความผูกพันในความรู้สึกแต่เพียงอย่างเดียว เช่น กลยุทธ์การให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการเสนอแนะวิธีพัฒนาคุณภาพสินค้าในช่วงวิกฤตเพื่อสร้างความอยู่รอดให้สินค้า เพราะลูกค้าเคยมีประสบการณ์ในการใช้เป็นอย่างดี ซึ่งกลยุทธ์สร้างความผูกพันแบบนี้ต้องมีวิธีการแสดงความขอบคุณที่ลูกค้าร่วมแสดงความคิดเห็นโดยอาจใช้ชื้อลูกค้าในรุ่นสินค้านั้นๆ หรือแสดงความขอบคุณในสื่อต่างๆ

1.4. กลยุทธ์การวางแผนเลือกใช้สื่อ ในอดีตเมื่อยอดขายไม่ดีทุกกิจการมักตัดงบประมาณการสื่อสารการตลาดก่อน แต่ในปัจจุบันกิจการต่างๆ ใช้กลยุทธ์การสื่อสารกันอย่างเต็มที่แต่ที่ต้อ

ระมัดระวัง คือควรเลือกการวางแผนการใช้สื่อให้ดีและเจาะจงมีเป้าหมายชัดเจน นั่นคือ การเลือกใช้สื่อควรมุ่งเน้นการสื่อสารที่ส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์โดยตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เน้นการสร้างควมไว้วางใจ เน้นการสร้างความเป็นกันเอง และยังเน้นความเป็นส่วนตัวกับลูกค้า โดยต้องมีการคิดวางแผนเลือกใช้อย่างสร้างสรรค์ แบบที่เรียกว่า innovative idea เช่น การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่ต้องสื่อสารในสิ่งที่ประโยชน์กับลูกค้าจริงๆ การใช้สื่อ internet และการใช้สื่อควรเป็นสื่อที่เข้าถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของลูกค้าช่วยให้ลูกค้ารับรู้ด้วยความไม่ยุ่งยาก นอกจากนี้การเลือกสื่อควรคำนึงถึงการความสัมพันธ์แบบญาติพี่น้องกับลูกค้า หรือใช้กลยุทธ์การเลือกสื่อที่ต้องมุ่งสร้าง social network มากกว่าการให้เพียงข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าเท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรศึกษาสภาพและปัญหาการใช้กลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดปทุมธานี
- 2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาธุรกิจหอพักในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี
- 2.3 ควรศึกษาความคาดหวังของลูกค้าต่อการให้บริการของหอพักในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดปทุมธานี

บรรณานุกรม

- กิตติ สิริพลภ. (2553). 4P 4C และ 4F : การตลาดแบบไทย ๆ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ ฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- จาง อี้ หลิน. (2009). โครงสร้างตลาดของธุรกิจหอพักในเขตยูนนาน
เซียเหมิน : มหาวิทยาลัยเซียเหมิน.
- จุฑา เทียนไทย. (2555). การวิเคราะห์เศรษฐกิจไทย. ตอนที่ 1 : กรุงเทพฯธุรกิจ 2555.
- อุษามณี หงส์เจริญกุล. (2553). หอพักหลังใหม่ของฉัน. กรุงเทพฯ ฯ : สำนักพิมพ์ไอเดียไลฟ์.