

กลยุทธ์การตลาดและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพ
องค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร
Marketing Strategies and Creating Competitive Aavantages Affect the
Organizational Efficiency of Residential Building Construction
Contractors in Phichit Province

ปิยะพงษ์ ขำหุ่ณ¹ พงศกร เอี่ยมสอาด²
Piyapong Kumroon¹ Phongsakorn Amsa-ard²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร และ (2) เพื่อศึกษาการสร้างความสามารถในการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร วิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร จำนวน 472 ราย กลุ่มตัวอย่าง 214 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติในการช่วยวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1 กลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ในด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์วาสุกรี E-Mail : topland23@gmail.com

Master's degree student in Business Administration, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Wasukri Center

² อาจารย์ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์วาสุกรี
Lecturer, Department of Management, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Wasukri Center

2 การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ในด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ และด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: กลยุทธ์การตลาด, การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ประสิทธิภาพองค์กร, ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัย, จังหวัดพิจิตร

Abstract

This research aims to (1) study the marketing strategies affecting the organizational efficiency of residential building construction contractors in Phichit Province and (2) study the creation of competitive advantages affecting the organizational efficiency of residential building construction contractors in Phichit Province. This research is quantitative research. The population is 472 residential building construction contractors in Phichit Province. The sample group is 214 people. The simple random sampling method was used. The research instrument was a questionnaire. The data were analyzed using statistical methods to help analyze the data, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and multiple regression analysis.

Research results found

1 Marketing strategies affect the organizational performance of residential building construction contractors in Phichit Province in terms of physical presentation and service process with statistical significance at the 0.05 level.

2 Creating competitive advantages affects the organizational performance of residential building construction contractors in Phichit Province in terms of differentiation, low-cost leadership, and focus on specific groups with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Marketing Strategies, Creating Competitive Advantages, Organizational Effectiveness, Residential Construction Business, Phichit Province

บทนำ

จากสถานะเศรษฐกิจไทยแนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2565-2567: ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัย ปี 2566 มีแนวโน้มเผชิญความเสี่ยงจากต้นทุนที่ปรับสูงขึ้นมากทั้งด้านค่าขนส่งและราคาวัสดุก่อสร้าง จากสงครามรัสเซีย-ยูเครนที่ผลักดันให้ราคาน้ำมันและวัสดุก่อสร้างที่สำคัญโดยเฉพาะเหล็กและปูนซีเมนต์ปรับเพิ่มขึ้น สำหรับปี 2566-2567 ธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตตามมูลค่าการลงทุนก่อสร้างโดยรวมที่คาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 4.5-5.5% ต่อปี ปัจจัยขับเคลื่อนหลักมาจากการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ โดยเฉพาะโครงการที่เกี่ยวข้องกับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridors: EEC) ที่มีแนวโน้มจะเร่งตัวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนปฏิบัติการโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งในพื้นที่ EEC ระยะที่ 2 (ปี 2565-2569) ขณะที่การลงทุนก่อสร้างภาคเอกชนทั้งโครงการที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพาณิชย์ มีแนวโน้มทยอยฟื้นตัวตามกำลังซื้อที่น่าจะปรับตัวดีขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานที่คืบหน้ามากขึ้น นอกจากนี้ ผู้รับเหมารายใหญ่ยังมีโอกาสรับงานก่อสร้างในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มฟื้นตัวและมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2566)

ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในภาพรวมของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตจากการฟื้นตัวของภาคเศรษฐกิจและความต้องการที่อยู่อาศัยที่กลับมาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเมืองรองและภูมิภาคที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังคงต้องเผชิญความท้าทายจากต้นทุนวัสดุและแรงงานที่สูงขึ้น ซึ่งอาจกระทบต่อกำไรและการบริหารต้นทุนของธุรกิจ ในส่วนของจังหวัดพิจิตร พบว่าธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องตามความต้องการที่อยู่อาศัยในพื้นที่ โดยข้อมูลจากสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดพิจิตร (2567) ระบุว่า การก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยมีสัดส่วนมากกว่า 65% ของพื้นที่ก่อสร้างทั้งหมดในจังหวัด สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่ยังมีอย่างต่อเนื่องในเขตอำเภอเมือง ตะพานหิน และบึงนาราง ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของจังหวัด ประกอบกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคที่เพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดพิจิตรมีโอกาสเติบโตควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม จังหวัดพิจิตรยังคงเผชิญกับความท้าทายด้านการแข่งขัน โดยเฉพาะจากการเปิดตลาดเสรี และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางบางส่วนที่ไม่สามารถปรับตัวทันต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและนวัตกรรมการก่อสร้าง อาจประสบปัญหาด้านต้นทุนและการขาดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน การนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจและสร้างจุดแข็งในการแข่งขันจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการในพื้นที่ต้องให้ความสำคัญ

จากงานวิจัยของ วรวิช คงอยู่ และฐานิตา ช้องฤกษ์ (2567) พบว่า ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยขนาดเล็กและขนาดกลางที่สามารถปรับใช้กลยุทธ์การบริหารคุณภาพร่วมกับการ

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จะสามารถสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในตลาดที่มีการแข่งขันรุนแรง โดยเฉพาะในช่วงหลังการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภาคการก่อสร้าง นอกจากนี้ อนาคต วิริต และภัครดา เกิดประทุม (2567) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ โดยเน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบ ERP และแอปพลิเคชันควบคุมต้นทุน มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน และลดความเสี่ยงจากต้นทุนผันผวน ซึ่งเหมาะสมอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการในระดับจังหวัด สุดท้าย งานของ เกียรติศักดิ์ หยุลือ และรัชดา ภักดียิ่ง (2567) ได้เน้นย้ำถึงบทบาทของการบริหารทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยโดยเฉพาะการพัฒนาทักษะแรงงานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและความต้องการของตลาด ซึ่งช่วยส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันและเสถียรภาพขององค์กรในระยะยาว

ดังนั้น ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างประสิทธิภาพลักษณะของธุรกิจ จึงสนใจศึกษากลยุทธ์การตลาดและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร เพื่อนำข้อมูลและผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้เสนอเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและพัฒนาการความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในการดำเนินกิจการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร
2. เพื่อศึกษาการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

สมมติฐานของการวิจัย

1. กลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร
2. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างประเภทอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตรโดยมีตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

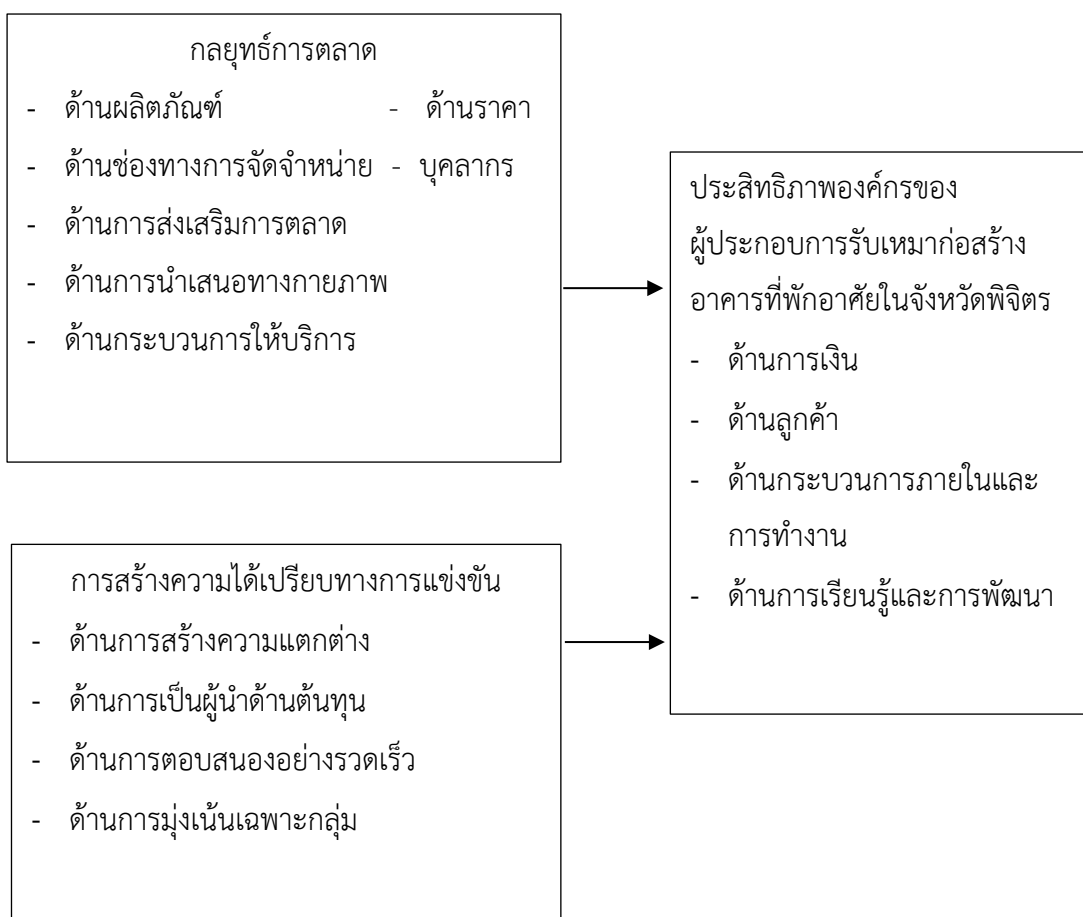
ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1. กลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

2. การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ประสิทธิภาพองค์กร ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและการทำงาน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร จำนวน 472 ราย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร จำนวน 472 ราย คิดเป็นจำนวน 214 ราย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 214 ราย ตามจำนวนผู้ประกอบการที่มีสถานะยังดำเนินการอยู่ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2566 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 ระยะเวลาการเก็บข้อมูลเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566 – มกราคม พ.ศ. 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question) แบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น

ทั้งนี้ลักษณะของแบบสอบถามส่วนที่ 2-4 เป็นแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเกิร์ตสเกล (Likert Scale) มี 5 ระดับ ได้แก่ 5 หมายถึง มากที่สุด 4 หมายถึง มาก 3 หมายถึง ปานกลาง 2 หมายถึง น้อย และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามด้วยวิธีการ IOC ได้ค่า IOC เฉลี่ยรายข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 คะแนน

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) คือ ข้อคำถามส่งผลตรง

ตามเป้าหมายของสิ่งที่ต้องการวัดด้วยค่าองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริโภครุ่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์ได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.750 ถึง 0.992 คะแนน

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

ข้อมูลประเภทปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ตามรายละเอียดขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการจัดเตรียมแบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น พร้อมทวนสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว จำนวน 214 ชุด
2. ดำเนินการขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เพื่อขออนุมัติจัดทำการศึกษาวิจัยต่อผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม
3. ดำเนินการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566 - มกราคม พ.ศ. 2567 โดยแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร
4. เมื่อเก็บแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม
5. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสและบันทึกลงในคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ข้อมูลประเภททุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งที่เป็นเอกสาร สถิติ ตัวเลข จากหน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ รวมไปถึงจากหนังสือ ตำราเรียน สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ตวารสาร บทความวิชาการ และรายงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะงานกลยุทธ์การตลาด และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ทำการวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาศาสามารถสรุปประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ไม่ยอมรับสมมติฐาน ส่วนด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ยอมรับสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ทุกด้านมีค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.035-1.526 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสามารถพยากรณ์ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อทดสอบกลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

กลยุทธ์การตลาด	ประสิทธิภาพองค์กรของ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมา ก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยใน จังหวัดพิจิตร		t	Sig.
	B	β		
(Constant)	1.772		3.302	0.001
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	-0.056	-0.057	-0.870	0.385
ด้านราคา (X ₂)	0.061	0.097	1.453	0.148
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (X ₃)	-0.010	-0.016	-0.212	0.832
ด้านการส่งเสริม การตลาด (X ₄)	0.133	0.151	1.890	0.060
ด้านบุคลากร (X ₅)	0.133	0.133	1.901	0.059
ด้านการนำเสนอทาง กายภาพ (X ₆)	0.138	0.144	2.171	0.031*

กลยุทธ์การตลาด	ประสิทธิภาพองค์กรของ ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมา ก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยใน จังหวัดพิจิตร		t	Sig.
	B	β		
ด้านกระบวนการ ให้บริการ (X ₇)	0.163	0.201	3.002	0.003*
R square = 0.143 F = 4.903 Sig = 0.000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า กลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (X₁) ด้านราคา (X₂) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X₃) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X₄) ด้านบุคลากร (X₅) ด้านการนำเสนอทางกายภาพ (X₆) และด้านกระบวนการให้บริการ (X₇) พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ ร้อยละ 14.30 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.143 และเมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปรพบว่า กลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

ด้านราคา ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

ด้านบุคลากร ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

ด้านการนำเสนอทางกายภาพ ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta=0.031$, $p<0.05$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ยอมรับสมมติฐาน

ด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta=0.003$, $p<0.05$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ยอมรับสมมติฐาน

สามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y \text{ ประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร} = 1.772 + 0.138 (X_6) + 0.163(X_7)$$

โดยที่ Y คือ ประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

X_6 คือ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ

X_7 คือ ด้านกระบวนการให้บริการ

2. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร พบว่า ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม ยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ปฏิเสธสมมติฐาน โดยที่ทุกด้านมีค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.067-1.399 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสามารถพยากรณ์ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อทดสอบการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

การสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	ประสิทธิภาพองค์กรของ ผู้ประกอบการธุรกิจ		t	Sig.
	รับเหมาก่อสร้างอาคารที่ พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร			
	B	β		
(Constant)	1.990		5.899	0.000
ด้านการสร้างความแตกต่าง (X ₁)	0.224	0.221	3.406	0.001*
ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (X ₂)	0.122	0.167	2.549	0.012*

การสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	ประสิทธิภาพองค์กรของ ผู้ประกอบการธุรกิจ รับเหมาก่อสร้างอาคารที่ พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร		t	Sig.
	B	β		
ด้านการตอบสนองอย่าง รวดเร็ว (X_3)	0.025	0.032	0.434	0.664
ด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม (X_4)	0.142	0.203	2.736	0.007*
R square = 0.163 F = 11.354 Sig = 0.000*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ประกอบด้วย ด้านการสร้างความแตกต่าง (X_1) ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (X_2) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (X_3) ด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม (X_4) พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ ร้อยละ 16.30 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.163 และเมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปรพบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน และด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม

ด้านการสร้างความแตกต่าง ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta=0.221$, $p<0.05$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ยอมรับสมมติฐาน

ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta=0.167$, $p<0.05$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ยอมรับสมมติฐาน

ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

ด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta=0.203$, $p<0.05$) ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ยอมรับสมมติฐาน

สามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y \text{ ประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร} = 1.990 + 0.224(X_1) + 0.122(X_2) + 0.142(X_3)$$

โดยที่ Y คือ ประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

X_1 คือ ด้านการสร้างแตกต่าง

X_2 คือ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

X_3 คือ ด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม

อภิปรายผล

จากผลการศึกษานี้สามารถอภิปรายผลประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร จากการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้งด้านการนำเสนอทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจทั้งหมดในระดับมาก ซึ่งสิ่งที่ทำให้มีผลมากคือการมีความเสียรทางการเงินและมีมาตรการรักษาความปลอดภัยในการก่อสร้างที่ดี ซึ่งทำให้ธุรกิจมีความไว้วางใจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีการใช้วัสดุก่อสร้างคุณภาพดีและการออกแบบอาคารที่สวยงาม และการจัดวางพื้นที่ใช้สอยอย่างเหมาะสม ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจเด่นชัดและสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า ส่วนในด้านกระบวนการให้บริการ การบริการที่รวดเร็วและตรงต่อเวลา พร้อมมีการรับประกันผลงาน จะช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าได้โดยตรง นอกจากนี้ยังมีการศึกษากลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ของธุรกิจ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้าง พบว่า คุณภาพสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด จึงทำให้เห็นได้ว่ากลยุทธ์การตลาดที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจมีความสำเร็จและเติบโตไปอีกในอนาคตได้อย่างชัดเจนและเป็นไปตามทฤษฎีที่ว่า การพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสามารถช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนได้ สอดคล้องกับรัตน ศรีนวน (2562) ศึกษากลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของธุรกิจสำนักงานบัญชีในประเทศไทย พบว่า ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ การตลาดสัมพันธ์ภาพ เน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มุ่งเน้นการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และรักษาสถานลูกค้าเก่า การตลาดบูรณาการ เป็นการผสมผสานกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างลงตัว เช่น สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การ

ส่งเสริมการขาย การขายตรง ฯลฯ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด การตลาดภายใน มุ่งเน้นการสร้างแรงจูงใจ พัฒนาทักษะ และสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงาน ส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานและสร้างผลงานที่ดี โดยองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ และสอดคล้องกับ ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์ (2562) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง พบว่า คุณภาพสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด ดังนั้น ควรประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มุ่งเน้นการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และรักษาสถานลูกค้าเก่า การผสมผสานกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างลงตัว เช่น สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายตรง ฯลฯ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด การให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าและบริการ นำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดลูกค้าใหม่ การนำกลยุทธ์เหล่านี้ไปใช้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน และสร้างผลกำไรที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพัทลุง และจากผลการศึกษาในมุมมองของผู้วิจัยมองว่า การมีการบริหารจัดการทางการเงินที่มีเสถียรภาพมีผลต่อการสร้างความไว้วางใจของลูกค้าทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ ซึ่งเป็นความได้เปรียบของการดำเนินธุรกิจสามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นๆ ได้ รวมถึงการรักษามาตรฐานความปลอดภัยที่ดีในการก่อสร้างมีผลต่อภาพลักษณ์ที่ลูกค้ามีต่อธุรกิจ ดังนั้นทางบริษัทต้องมีการใช้วัสดุก่อสร้างคุณภาพดีและการออกแบบอาคารที่สวยงาม จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โดยการออกแบบจัดวางพื้นที่ใช้สอยให้มีความเหมาะสมสร้างความสะดวกและมีประสิทธิภาพในการใช้งาน นอกจากนี้ การให้บริการที่รวดเร็วและมีคุณภาพพร้อมรับประกันผลงานช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มความไว้วางใจให้กับธุรกิจ สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้บริษัทสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันการศึกษาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยให้ธุรกิจมีความสำเร็จและเติบโตได้การใช้วิธีการตลาดที่เหมาะสมช่วยสร้างความสำเร็จในอนาคตตามทฤษฎีที่ว่าการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสามารถช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน

2. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพัทลุง จากการศึกษา พบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพัทลุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการสร้างความแตกต่างด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ อยู่ในระดับมาก และด้านการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม อยู่ในระดับมากที่สุด

ที่มีสาเหตุและกระบวนการที่ทำให้เกิดความได้เปรียบการทำให้ธุรกิจมีความแตกต่างในทุกด้านเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพกับคู่แข่ง โดยการสร้างจุดเด่นเฉพาะตัวให้กับสินค้าหรือบริการ เช่น คุณภาพ ดีไซน์ นวัตกรรม หรือบริการหลังการขายที่ดีกว่าคู่แข่ง การทำเช่นนี้ช่วยให้ธุรกิจสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ และรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ การลดต้นทุนการผลิตหรือการให้บริการ เช่น การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การผลิตจำนวนมาก หรือการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยลดต้นทุนและทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันราคากับคู่แข่งได้ การตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจง เช่น การออกแบบสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การทำเช่นนี้ช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทำนองเดียวกัน การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจทุกประเภท เพราะเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ การนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปใช้ในธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตรช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งและประสบความสำเร็จในการแข่งขันในตลาดนี้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน สอดคล้องกับกนกลักษณ์ หน่อทอง (2563) ศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ประกอบการช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี มีสถานภาพโสดและสมรส ที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา/ไม่ได้ศึกษา และประถมศึกษา ระยะเวลาดำเนินธุรกิจในช่วง 1-3 ปี มีผลต่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับ ญัฐภูมิ แสนขันติวิโรจน์ และ สุมาลี รามัญญ์ (2563) ศึกษาอิทธิพลการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสามารถของผู้ประกอบการ มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาความสามารถของตนเอง เพื่อให้สามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยมีมุมมองว่าการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันมีความสำคัญอย่างมากในการต่อสู้ในตลาดอุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัย โดยการสร้างความแตกต่างในทุกด้าน เช่น คุณภาพสินค้าหรือบริการที่ดีกว่าคู่แข่ง การลดต้นทุนการผลิตหรือการให้บริการ เป็นต้น เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความสำคัญของการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการควรพัฒนาความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างดุเดือด การนำกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตรจะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งและประสบ

ความสำเร็จในการแข่งขันในตลาดนี้ต้องมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เพื่อให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตและแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้นในอนาคต โดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมตามความต้องการของตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง ตลอดจนการลงทุนในการพัฒนาทักษะและความรู้ของตนเองให้ก้าวหน้าและทันสมัย เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายในตลาดในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการควรกำหนดแผนการสรรหาและการพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจนและสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถและคุณภาพที่ดี สร้างบรรยากาศทำงานที่กระตุ้นและสนับสนุนการพัฒนาของพนักงาน ให้เกียรตินิยมและสิ่งของที่สะดวกสบายเพื่อสร้างสัมพันธภาพในทีมงาน ดำเนินการประเมินประสิทธิภาพและการติดตามผลต่อการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพของบุคลากร

1.2 ผู้ประกอบการควรทำการวิเคราะห์ข้อมูลตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอเพื่อเข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า พัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เฉพาะเจาะจงและตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการและกำหนดกลยุทธ์การตลาดใหม่

1.3 ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์และตรวจสอบกระบวนการธุรกิจเพื่อระบุและลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น ใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและลดต้นทุน กำหนดเป้าหมายทางการเงินที่มีความเสี่ยงน้อยและใช้ข้อมูลการเงินเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงกำไรและการเงินในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตของประชากรที่ศึกษาให้ครอบคลุมผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตรให้มากที่สุด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเป็นตัวแทนมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบกับผลการวิจัยอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มจำนวนตัวแปรที่ศึกษาให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างอาคารที่พักอาศัยในจังหวัดพิจิตร

2.3 ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกที่หลากหลายยิ่งขึ้น และสามารถอธิบายผลการวิจัยได้อย่างครอบคลุม

บรรณานุกรม

- เกียรติศักดิ์ หยุสือ และรัชดา ภักดิ์ยิ่ง. (2567). รูปแบบการจัดการทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(10), 1277-1293.
- กนกลักษณ์ หน่อทอง. (2563). ศึกษากลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กรมส่งเสริมปกครองส่วนท้องถิ่น. (2566). *หนังสือราชการ*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมปกครองส่วนท้องถิ่น.
- ธนะพัฒน์ วิริต และ ภัครดา เกิดประทุม. (2567). การพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการในภาวะวิกฤตของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างโครงการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 8(4), 1689-1704.
- ณัฐวุฒิ แสนขันติวิโรจน์ และ สุมาลี รามัญ. (2563). อิทธิพลความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 13(2), 253-268.
- ภัทรวดี กฤตรัชตนันต์. (2562). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของประชาชนในจังหวัดพัทลุง. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 11(3), 121.128.
- รัตนา ศรีนวน. (2563). ศึกษากลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ การดำเนินงานของธุรกิจสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- วรวิษ คงอยู่ และ ฐานิตา ฆ้องฤกษ์. (2567). แนวทางการจัดการด้านกลยุทธ์ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างกรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด YYY. *วารสารการวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต*, 19(1), 94-105
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดพิจิตร. (2567). *จังหวัดพิจิตร กำหนดแผนพัฒนาจังหวัด พ.ศ. 2566-2570 ตั้งเป้าหมายให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากภาคการเกษตร การท่องเที่ยว มีคุณภาพชีวิตที่ดีและสิ่งแวดล้อมยั่งยืน*. (ออนไลน์). สืบค้นจาก: <https://phichit.prd.go.th/th/content/category/detail/id/6/iid/115746>

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607.