

ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพัก ในจังหวัดอุดรดิตถ์

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 6 กรกฎาคม 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 9 กันยายน 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 19 ตุลาคม 2565

สุพจน์ ไรจนัญชัย^{1*}

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ภาศิริ เขตปิยรัตน์² และอิรวัดน์ ชมระกา³

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ และ 2) เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ ประชาชนที่เคยใช้บริการเช่าที่อยู่อาศัยหรือเคยเช่าหอพัก ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 385 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าระดับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในการเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ในภาพรวมอยู่ระดับมากทุกรายการ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การมุ่งเฉพาะส่วน และการตอบสนองที่รวดเร็ว สำหรับระดับการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การรับรู้ปัญหา พฤติกรรมภายหลังการซื้อ และการตัดสินใจ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าตัวแปรอิสระ ทุกตัวแปรส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน การตัดสินใจ หอพัก

วิธีการอ้างอิง:

สุพจน์ ไรจนัญชัย, ภาศิริ เขตปิยรัตน์ และอิรวัดน์ ชมระกา. (2565). ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4(3), 30-43.

The Competitive Advantages Affecting the Decision to Rent a Dormitory in Uttaradit Province

Received: July 6, 2022

Revised: September 9, 2022

Accepted: October 19, 2022

*Supot Rotjanatanoocha*¹

Master of Business Administration Program

Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University

*Pasiri Khedpiyarat*² And *Irawat Chomraka*³

Assistant Professor, Dr. of Master of Business Administration Program

Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were to study the level of competitive advantage and the decision to rent a dormitory of the people in Uttaradit Province and examine the competitive advantages that affect the decision to rent a dormitory of the people in Uttaradit Province. The 385 subjects of this quantitative research were the people who had been provided residential rental services or rented dormitories in Mueang District, Uttaradit Province selected by accidental sampling method. The data were collected by using a questionnaire and analyzed by means of frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results showed that the every item of the competitive advantages in renting a dormitory was at a high level with the highest mean on cost leadership, specific focus, and fast response, respectively. As for the overall level of the people's decision to rent a dormitory in Uttaradit Province, all items were at a high level with the highest mean on seeking information, evaluating choices, recognizing problems, behaviors after purchasing, and making decision, respectively. The hypothesis test results showed that the all independent variables had a statistically significant effect on the decision to rent a dormitory in Uttaradit at 0.01 level.

Keywords: Competitive advantage, Purchase decision, Dormitory

Cite this article as:

Rotjanatanoochai, S., Khedpiyarat, P. & Chomraka, I. (2022). The Competitive Advantages Affecting The Purchase Decision Of Dormitory In Uttaradit Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 4(3), 30-43.

* Corresponding Author: panadda.6483@gmail.com

บทนำ

การพัฒนาเมืองได้เปลี่ยนแปลง ตามวิถีชีวิตของพลเมืองในแต่ละยุคแต่ละสมัย ด้วยเหตุทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีวิวัฒนาการไปเรื่อย ๆ ทั้งนี้ ทำให้เกิดปัญหาด้านที่อยู่อาศัยและประกอบธุรกิจของคนทุกชนชั้น จึงเป็นเหตุให้มีพลเมืองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางของวิถีชีวิตเมืองในยุคปัจจุบัน ทำให้เกิดการอพยพย้ายถิ่นฐานเข้ามาเป็นประชากรเมืองเพิ่มขึ้นมาก ปัญหาที่ตามมา คือ ปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย สุขอนามัย ความเสี่ยงต่อการเกิดภัยพิบัติต่างๆ อันเกิดจากการมีผู้คนมากระจุกตัวกันอย่างหนาแน่น เช่น การจัดการของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดโรคระบาด ความเสี่ยงต่อการเกิดเพลิงไหม้ใหญ่เนื่องจากอาคารไม่ได้มีมาตรฐานการป้องกันไฟที่ได้มาตรฐาน ปัญหาเรื่องการจราจรติดขัดและมลภาวะทางอากาศ เป็นต้น (พนิต ภูจันดา, 2562) สอดคล้องกับปัจจุบัน ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญสำหรับการมีชีวิตรอยู่ของมนุษย์ ดังนั้น ความมั่นคง ในการอยู่อาศัยเป็นสิ่งสำคัญในการนำมาซึ่งความมั่นคงในการตั้งหลักแหล่ง สร้างถิ่นฐาน การสร้างชีวิต สร้างชุมชน และสังคมที่มั่นคงกว่า 20 ปีที่ผ่านมา เกิดการอพยพ เกิดการสร้างชุมชนเมืองที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วและไม่มีแผน ปัญหาความเหลื่อมล้ำในการกระจายรายได้ และปัญหาความยากจนที่รุนแรงขึ้น รวมทั้งความไม่เท่าเทียมในการจัดบริการพื้นฐาน ทำให้คนจนที่อพยพเข้าเมืองไม่สามารถมีที่อยู่อาศัยที่มั่นคงและถูกต้องตามกฎหมาย มีความหนาแน่นทรุดโทรมและขาดการพัฒนา ก่อให้เกิดปัญหาชุมชนแออัด ชุมชนบุกรุก กระจายกระจายในเมืองต่าง ๆ (กองสวัสดิการสังคม เทศบาลเมืองรังสิต, 2559)

จังหวัดอุดรดิตถ์ ถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยส่งผลให้ปัจจุบันธุรกิจหอพักได้มีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจและประชากร โดยที่ที่พักอาศัยได้นำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกและสร้างแรงจูงใจต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการความจำเป็นและต้องการในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ที่ต้องการที่พักอาศัย เช่น ราคา ทำเลที่ตั้งของที่พัก พื้นที่ใช้สอย เฟอร์นิเจอร์และรูปแบบการตกแต่งห้องพัก เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น เพราะต้องคำนึงถึงรายได้หลักของตนเองและครอบครัว จึงทำให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเองเพื่อแย่งชิงกลุ่มลูกค้าเกิดขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการแต่ละคนจึงต้องหาจุดเด่นของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของ อพาร์ทเมนต์ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ที่จอดรถ รวมถึงการให้บริการ การช่วยให้คนสามารถปรับตัวใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข นอกจากนี้ การให้บริการเช่าหอพักยังพบกับปัญหาค่าเช่าราคาแพง ไม่มีความปลอดภัยและไม่ส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดี

ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งถือเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การเป็นผู้นำตลาด หรือการได้กำไรที่มากกว่าคู่แข่งรายอื่นที่สามารถทำได้ตามปกติ ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงมีเป้าหมายที่จะทำให้ธุรกิจสามารถได้กำไรอย่างยั่งยืนและเหนือกว่าคู่แข่ง จึงเป็นการกิจสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว เพราะเมื่อธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้ก็สามารถดำเนินกิจการได้ดีกว่าคู่แข่งเช่นกัน (สมยศ นาวิการ, 2548) อีกทั้ง ความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ

ในยุคที่การแข่งขันมีความรุนแรง ดังนั้น การกำหนดนโยบายกลยุทธ์และนโยบายการแข่งขันที่ชัดเจน เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะช่วยสร้างขีดความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่ง เนื่องจากการกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินงานในอนาคตที่ชัดเจน ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการ ให้เป็นไปตามเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (รัฐนันท์ พงศ์วิรุทธิ์ธร และสุรัชย์ อุทมอ, 2554)

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการให้บริการเช่าหอพัก อีกทั้ง เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและช่วยให้ผู้ประกอบการตอบโจทย์ ความต้องการของผู้บริโภคได้เพิ่มมากขึ้นในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันและการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนใน จังหวัดอุดรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนใน จังหวัดอุดรดิตถ์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องมีนักวิชาการ และนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษา การสร้างความสามารถที่แตกต่าง เหนือกว่าคู่แข่งและส่งผลให้องค์กรมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งอื่นในตลาดซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อได้เปรียบทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา บริการ คุณภาพ ประสิทธิภาพของต้นทุน เป็นต้น โดยการเสนอสิ่งที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าอย่าง สม่าเสมอเป็นสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือทำได้ดีเท่า และเพื่อความอยู่รอดและเพื่อเอาชนะการแข่งขัน โดยแบ่งการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ 4 ด้าน ได้แก่

การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หมายถึง การแสวงหาหรือการสร้างความแตกต่างให้กับ สินค้าหรือบริการให้มีความแตกต่างหรือพิเศษกว่าคู่แข่ง และการสร้างสินค้าให้มีความแตกต่างและพิเศษนี้ จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้สินค้าของกิจการแม้ว่าสินค้าหรือบริการจะมีราคาสูงกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน

ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Leadership) หมายถึง การทำให้กิจการมีประสิทธิภาพด้าน ต้นทุนสูงสุด เพื่อให้ธุรกิจเกิดข้อได้เปรียบด้านต้นทุน การเป็นผู้นำด้านต้นทุนนี้ จะเน้นการสร้างกระบวนการ ผลิตที่มีประสิทธิภาพ ใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ข้อดีของต้นทุนต่ำก็คือบริษัทจะมีกำไรสูงกว่า ปกติ ป้องกันคู่แข่งไม่ให้ลดราคาลง ป้องกันลูกค้าและผู้ขายวัตถุดิบกดดันในด้านราคาเพราะต้นทุนต่ำ และ ขณะเดียวกันก็ยังช่วยในเรื่องของการตั้งราคาขาย เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้ซื้อสินค้าของทางกิจการ

การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) หมายถึง ความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในการนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ การปรับปรุงบริการ รับบริการตามคำสั่งของลูกค้า และการตัดสินใจทางการบริหาร การตอบสนองอย่างรวดเร็วแสดงให้เห็นการมีความยืดหยุ่นของกิจการ เป็นการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นบางอย่างเพื่อความรวดเร็วเพราะหากการตอบสนองล่าช้า ลูกค้าอาจตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกิจการคู่แข่งในตลาดเดียวกันแทน

การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) หมายถึง ขอบเขตของบริษัทที่เน้นการตลาดอยู่ในวงจำกัดที่แคบ การรวมศูนย์ด้วยการมุ่งเน้นไปยังเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวอาจเป็นการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามลักษณะต่างๆ ซึ่งมุ่งตลาดเฉพาะส่วนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยสรุปตัวแปรที่พบจากแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวแปรที่พบจากแนวคิด ทฤษฎี ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

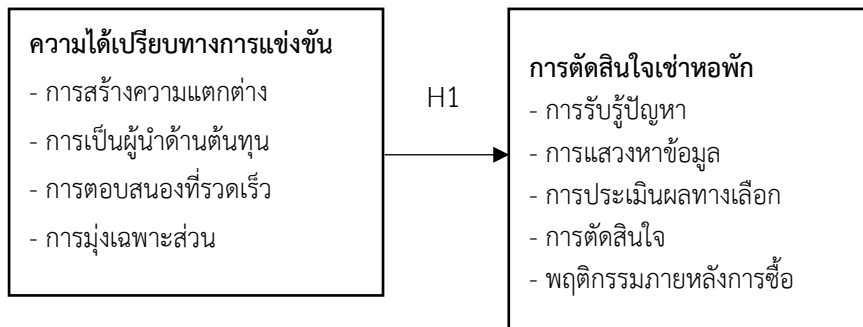
นักวิชาการ	การลดต้นทุน	การสร้างความแตกต่าง	การจำกัดขอบเขตเฉพาะกลุ่ม	การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	การตอบสนองที่รวดเร็ว
Porter (1990)	✓	✓	✓		
อนิวัช แก้วจันทน์ (2551)	✓	✓	✓		✓
สุพานี สฤษฏ์วานิช (2553)	✓	✓	✓		
พัชสิรี ชมภูคำ (2553)	✓				✓
เรวัฒน์ ขาตรีวิศิษฐ์ และคณะ (2553)	✓	✓			✓

และจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ สรุปได้ว่า กระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Kotler (1997) เป็นหลักในการนำไปใช้เป็นกรอบการศึกษาครั้งนี้ โดยนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบหรือสร้างเครื่องมือการวิจัยทั้งที่เป็นข้อคำถามในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ตลอดจนนำไปใช้ในการอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปตัวแปรที่พบจากแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 2 สรุปตัวแปรที่พบจากแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

นักวิชาการ	การรับรู้ปัญหา	การแสวงหาข้อมูล	การประเมินผลทางเลือก	การตัดสินใจซื้อ	พฤติกรรมหลังการซื้อ
Kotler (1997)	✓	✓	✓	✓	✓
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2552)	✓	✓	✓	✓	✓
ไพศาล มะระพฤกษ์วรรณ และคณะ (2539)	✓	✓	✓	✓	✓
ชมพูนุช นรินทรางกุล ณ ออยุธยา และวรเดช ณ กรม (2556)	✓	✓	✓	✓	✓

กรอบแนวความคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เคยใช้บริการเช่าที่อยู่อาศัยหรือเคยเช่าหอพัก ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีจำนวนหอพักให้บริการ จำนวน 75 แห่ง (ข้อมูลการจดทะเบียนหอพักในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองอุดรธานี, 2564) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากร จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 โดยใช้สูตรของ Cochran (1963) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางการแบ่งสัดส่วนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดหอพัก	จำนวนหอพัก	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
เล็ก	19	98
กลาง	37	189
ใหญ่	19	98
รวม	75	385

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นและได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาความเหมาะสม ตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence Index) เลือกเฉพาะที่ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ทั้งนี้ ค่าดัชนีความสอดคล้องที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 จากนั้นจึงทำการทดสอบ Pilot – test ที่ใช้ให้กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ราย จากนั้นนำข้อคำถามไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับมีความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเท่ากับ 0.945 โดยพิจารณาจากค่า Cronbach's Alpha จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ภูมิภูมิลำเนา ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตรวัดจัดลำดับ (Ordinal Scales) วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การมุ่งเฉพาะส่วน การตอบสนองที่รวดเร็ว วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่า ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจพฤติกรรมภายหลังการซื้อ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์ วิเคราะห์ด้วยการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา 2 ประเด็น

ประเด็นที่ 1 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การมุ่งเฉพาะส่วน และการตอบสนองที่รวดเร็ว

ประเด็นที่ 2 การตัดสินใจเช่า ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เคยใช้บริการเช่าที่อยู่อาศัยหรือเคยเช่าหอพักในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และเลือกสุ่มแบบบังเอิญ

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาค้างครั้งนี้ คือ อำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษา ตั้งแต่เดือน มีนาคม - พฤษภาคม 2565

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย เรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในจังหวัดอุดรดิตถ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 อายุ 20-30 ปี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 อาชีพข้าราชการ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 เหตุผลหลักที่ใช้ในการเลือกเช่าห้องพักคือใกล้สถานศึกษา สถานที่ทำงาน จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 ระดับราคาที่ยินดีจ่ายสำหรับห้องพักแบบมาตรฐาน ไม่รวมค่าสาธารณูปโภค 2,500 – 3,000 บาท จำนวน 273 คิดเป็นร้อยละ 70.90 และท่านรู้จักห้องพักที่ท่านเช่าหรือเคยเช่า จากแหล่งใดเป็นอันดับแรก คือสืบทอดด้วยตนเอง จำนวน 149 คิดเป็นร้อยละ 38.70

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันและการตัดสินใจเช่าห้องพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ดังตารางที่ 4 และ 5

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในการเช่าห้องพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์

ความได้เปรียบทางการแข่งขันในการเช่าห้องพัก ของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การสร้างความแตกต่าง	4.40	0.727	มาก
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	4.29	0.879	มาก
การตอบสนองที่รวดเร็ว	4.27	0.840	มาก
การมุ่งเฉพาะส่วน	4.28	0.790	มาก
รวม	4.30	0.809	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในการเช่าห้องพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ในภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.30, S.D.= 0.809) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกราย โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การสร้าง ความแตกต่าง ($\bar{X}$ = 4.40, S.D.= 0.727) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\bar{X}$ = 4.29, S.D.= 0.879) การมุ่งเฉพาะส่วน ($\bar{X}$ = 3.28, S.D.= 0.790) และการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\bar{X}$ = 4.27, S.D.= 0.840) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์

การตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชน ในจังหวัดอุดรดิตถ์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การรับรู้ปัญหา	4.28	0.830	มาก
การแสวงหาข้อมูล	4.37	0.799	มาก
การประเมินผลทางเลือก	4.37	0.767	มาก
การตัดสินใจ	4.26	0.856	มาก
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.27	0.811	มาก
รวม	4.31	0.813	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.813) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.37$, S.D.= 0.799) และการประเมินผลทางเลือก ($\bar{X} = 4.37$, S.D.= 0.767) มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ปัญหา ($\bar{X} = 4.28$, S.D.= 0.830) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= 0.811) และการตัดสินใจ ($\bar{X} = 4.26$, S.D.= 0.856) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์ด้วยวิธี Enter

ตัวแปร อิสระ	ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์					
	B	SE	Beta	t	p-value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.453	0.116		3.912	0.000	
การสร้างความแตกต่าง (X_1)	0.170	0.050	0.157	3.385	0.001**	3.737
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (X_2)	0.118	0.039	0.138	3.035	0.003**	3.560
การตอบสนองที่รวดเร็ว (X_3)	0.193	0.043	0.211	4.539	0.000**	3.730
การมุ่งเฉพาะส่วน (X_4)	0.415	0.045	0.445	9.175	0.000**	4.073
$R^2 = 0.780$, Adj $R^2 = 0.778$, SE = 0.291, F = 337.568						

**มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระ ทุกตัวส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับคือ การการมุ่งเฉพาะส่วน การตอบสนองที่รวดเร็ว การสร้างความแตกต่าง และการเป็นผู้นำด้านต้นทุน สามารถอธิบายค่าความผันแปรของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้ร้อยละ 78.00 ($R^2 = 0.780$)

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันและการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์

ผลการวิจัย พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันในการเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งด้านการสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การมุ่งเฉพาะส่วน และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1990) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ปัจจัยต่างๆ ซึ่งทำให้องค์กรมีความแตกต่าง มีคุณค่าที่เหนือกว่า ในผลิตภัณฑ์และบริการจากคู่แข่ง รายอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าคู่แข่ง ทำให้มีสวนครองตลาดเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับการวางแผนกลยุทธ์ ขึ้นอยู่กับคุณภาพและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ รวมทั้ง ประสิทธิภาพ หากต้องการให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้แล้ว ประกอบด้วย กลยุทธ์ต้นทุน กลยุทธ์ความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561) ที่พบว่า 1. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ระดับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ 2. ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 88 ($R^2 = 0.880$) เมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่า มีตัวแปร 4 ตัว ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การแข่งขัน เจริญ ความกล้าเสี่ยง ความเป็นตัวของตัวเอง และความมีนวัตกรรม ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัย ครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดอุดรดิตถ์ ควรให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งให้ใกล้สถานศึกษาหรือที่ทำงาน เพราะช่วยให้ผู้เช่าหอพักเกิดความสะดวกในการเดินทาง อีกทั้ง ควรมีร้านอาหารอยู่ใกล้บริเวณหอพัก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ ตู้กดน้ำดื่ม และบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง นอกจากนี้ควรสร้างความแตกต่างด้วย คุณภาพมาตรฐานด้วยการบริการ ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายของช่องทางการชำระเงิน ระบบรักษาความปลอดภัย และความรวดเร็วในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้เช่าหอพัก นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วราวุธ ศิริพันธ์ (2562) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านการดำเนินงานเชิงรุกและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้าน

ต้นทุน ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านความมีนวัตกรรมและการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับความสำคัญของการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกัน ทั้งด้านการประเมินผลทางเลือก การแสวงหาข้อมูล พฤติกรรมภายหลังการซื้อ การตัดสินใจ และการรับรู้ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Johnston (2013) ที่กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคว่าเป็นกระบวนการก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ คอทเลอร์ ฟิลลิป และอาร์มสตรอง แกลี (Kotler and Armstrong, 2012) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ สอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่ก่อนตัดสินใจเช่าหอพักจะทำการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจจากการสอบถามผู้ที่เคยเช่า หรือ เข้าค้นหาข้อมูลผ่านระบบออนไลน์คือ Google Facebook อีกทั้ง การตัดสินใจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อาทิ ราคาเช่า การเดินทางเข้าพัก ความปลอดภัย รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ การบอกต่อจากบุคคลที่มีประสบการณ์เช่าห้องพัก การตัดสินใจร่วมกับบุคคลในครอบครัว และการเอาใจใส่ดูแลจากเจ้าของกิจการหอพัก เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Johnston (2013) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นกระบวนการก่อนที่ ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย และ Schiffman & Kanuk (1994) พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพการซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การการมุ่งเฉพาะส่วน การตอบสนองที่รวดเร็ว การสร้างความแตกต่าง และการเป็นผู้นำด้านต้นทุน เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในจังหวัดอุดรธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อนิวัช แก้วจำนงค์ (2551) ที่สรุปไว้ว่ากลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สำคัญ มี 4 กลยุทธ์ คือ การสร้างความแตกต่าง

ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิทธิกิตติ์ รัชตะทรัพย์ (2561) พบว่า ความคาดหวังของผู้เข้าพนักต่อคุณภาพการบริการของอพาร์ทเมนต์อยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความใส่ใจ ด้านคุณภาพและคุณค่าที่ได้รับแนวทางการการออกแบบบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการศึกษาของ ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจ ศศิรัศม์ โสมโสพิณ, ฐนิชา คล้าขานา วัชรภัสร์ แซบัว และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2560) ที่พบว่ากลยุทธ์ที่ใช้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ คือการใช้กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้า และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักควรให้ความสำคัญกับ การมุ่งเฉพาะส่วน เนื่องจากมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากการเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ เช่น การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป็น คนวัยทำงาน หรือ นักศึกษา เพื่อที่จะได้ออกแบบการให้บริการที่เหมาะสม และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้เช่าหอพักได้
2. ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักควรตระหนักถึง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างโดยการออกแบบรูปแบบภายนอกของตัวอาคารด้วยการใช้สีสดใสและออกแบบให้ทันสมัย อีกทั้ง การนำเทคโนโลยีมาใช้กับระบบรักษาความปลอดภัย เช่น การใช้เครื่องสแกนลายนิ้วมือ ซึ่งจะเป็นทางเลือกให้ผู้ต้องการเช่าหอพักมีโอกาสตัดสินใจเลือกได้ง่ายขึ้น
3. ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักควรตระหนักถึง การประเมินผลทางเลือกของผู้เช่าหอพัก เนื่องจากก่อนที่จะตัดสินใจเลือกหอพักจะมีเกณฑ์ในการพิจารณาหลัก ๆ คือ ด้านราคา ความสะอาด ความปลอดภัย ที่จอดรถ และบริการเสริมต่าง ๆ ทั้งนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมของทุกด้านที่ผู้เช่าต้องการให้ได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาในเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรดิตถ์ เท่านั้น การศึกษาวิจัยในอนาคตควรต่อยอดและสร้างองค์ความรู้ใหม่สู่การพัฒนาธุรกิจนี้ในประเด็นที่ทันต่อสถานการณ์การแข่งขันหรือการเปลี่ยนแปลง เช่น กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการแข่งขัน หรือสร้างความได้เปรียบในยุคดิจิทัล เป็นต้น
2. เนื่องจากผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้เช่าหอพัก ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในมุมมองของผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ และอาจเพิ่มเครื่องมือในลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่มของผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้ข้อมูลและเห็นประเด็นที่ศึกษาในเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองสวัสดิการสังคม เทศบาลเมืองรังสิต. (2559). *จุดประกายบ้านมั่นคงที่เมืองรังสิต*. สืบค้น 8 มิถุนายน 2564, จาก <http://www.rangsit.org/New/index.php/en/stet-clita-kasd-guber-6?start=192>
- ชมพูนุช นรินทรางกุล ณ อยุธยา และวรเดช ณ กรม. (2556). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดไนท์บลาซาร์ จังหวัดพิษณุโลก*. พิษณุโลก: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- พนิต ภูจินดา. (2562). *วิกฤติใหม่ในเมือง (The New Urban Crisis)*. สืบค้น 8 มิถุนายน 2564, จาก <https://www.baania.com/th/article>
- พัชสิรี ชมภูคำ. (2553). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- ไพศาล มะระพะกุลวรณ และคณะ. (2539). *การจัดและพัฒนางานองค์การทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจ, ศศิธรณ์ โสมโสพิณ, ฐนิชา คล้าขานา, วัชรภัสร์ แซบัว และวิโรจน์ เจริญลักษณ์. (2560). กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของ ธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream จังหวัดนครปฐม. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(1), 1152-1167.
- รัฐนันท์ พงศ์วิทธิธรร และสุรัช อุตมอ่า. (2554). การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในดำเนินการของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 28(1), 49-63.
- เรวัตร ชาตวิศิษฐ์, ศรินทร ภูจินดา, นันทน์ภัส จินานุรักษ์ และพิมพ์ชนก พ่วงกระแสร. (2553). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: อินเฮาส์โนว์เลจ.
- วราญุ ศรินนท์. (2562) *การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา.
- วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(1), 2148-2167.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร จำกัด.
- สมยศ นาวิกาน. (2548). *การบริหารกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.
- สิทธิศักดิ์ รัชตะทรัพย์. (2561). *การออกแบบบริการสำหรับอพาร์ทเมนต์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2553). *การบริหารเชิงกลยุทธ์:แนวคิดและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนิวัช แก้วจำนงค์. (2551). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management*. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.
- Cochran, W.G. (1963). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc
- Johnston, E. (2013). *Steps to understanding your customer's buying process*. Retrieved July 3, 2020, from <http://goo.gl/YLFX>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (14th ed). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (9th Edition). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Competitive Intelligence Review, January, 14, 2022, from <http://dx.doi.org/10.1002/cir.3880010112>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior (5th ed.)*. New Jersey: Prentice – Hall.