

Competitive Strategies and Service Marketing Mix Strategies Affecting the Operation of Dormitory Businesses in Mueang District Mahasarakham Province

Aungkhanaporn Chaisoda¹ Nisarat Chotchai² and Panita Soonthornchai³

Received	Reviewed	Revised	Accepted
23/08/2562	05/09/2562	25/11/2562	04/12/2562

Abstract

This research is to study 1) Competitive strategies of dormitory business 2) Service marketing mix strategy of dormitory business 3) Dormitory business performance and 4) Competitive strategy and service marketing mix strategy affecting Performance of dormitory business in Mueang District Mahasarakham province the sample group is the dormitory business operators in Muang District. 239 people in Mahasarakham province use simple random methods. The tools used were the questionnaire with the reliability of.971. The statistics used in data analysis were mean, standard deviation, and linear multiple regression analysis.

1. Competition strategy of dormitory business in Mueang District Mahasarakham province Overall, the average is at the highest level ($\bar{X}$ = 4.39; S.D. = 0.38) and when considered individually, it is found that it is at the highest level in all aspects. By sorting by average from descending order as follows: Cost reduction ($\bar{X}$ = 4.45; S.D. = 0.41), followed by in terms of differentiation ($\bar{X}$ = 4.44; S.D. = 0.44) on boundary limits ($\bar{X}$ = 4.41; S.D. = 0.46) and fast response ($\bar{X}$ = 4.28; S.D. = 0.63) respectively.

2. The marketing mix strategy level of dormitory business in Mueang District Mahasarakham province Overall, the average is at the highest level (= 4.45; SD = 0.32) and when considered in each aspect, it is found that the level is at the highest level of 6 in 1 high level. The order is sorted by average from descending to the following.

¹ Business Administration Program, Faculty of Management Science, Maha Sarakham Rajabhat University, E-mail: bow.benz-3n@hotmail.com

² Faculty of Management Science, Maha Sarakham Rajabhat University, E-mail: nisarat.pon@hotmail.com

³ Faculty of Management Science, Maha Sarakham Rajabhat University, E-mail: p_nita54@hotmail.com

Personnel ($\bar{X} = 4.62$; SD = 0.42), followed by Physical aspect ($\bar{X} = 4.55$; SD = 0.41), distribution channel ($\bar{X} = 4.54$; SD = 0.54), product side ($\bar{X} = 4.52$; SD = 0.50), price side ($\bar{X} = 4.48$; SD = 0.49), process ($\bar{X} = 4.32$; SD = 0.45) and marketing promotion ($\bar{X} = 4.14$; SD = 0.42) respectively.

3. The level of performance of dormitory business in Mueang District Mahasarakham province Overall, the average level is at the highest level ($\bar{X} = 4.41$; S.D. = 0.37) and when considered individually, it is found that it is at the highest level in all aspects. By sorting according to the average from the highest to the least as follows: Customer side ($\bar{X} = 4.50$; SD = 0.44), followed by finance ($\bar{X} = 4.45$; SD = 0.41) Learning and development ($\bar{X} = 4.36$; SD = 0.56) And internal process ($\bar{X} = 4.32$; SD = 0.47) respectively.

4. Competitive strategies and marketing mix strategies that affect the performance of dormitory businesses in Mueang District Mahasarakham province with statistical significance at the level of 0.05. The five independent variable factors affecting the performance of the dormitory business are differences. Fast response Scope limits Cost reduction and products as for the independent variable 6, which is not statistically significant at the level of 0.05, is the price of distribution channels. In the promotion of personal marketing in physical aspects and process with multiple correlation coefficients equal to 0.997 ($R = 0.997$). The equation was written as follows.

$$Z = .283 z_1 + .401 z_2 + .316 z_3 + .265 z_4 - .019 z_5 + .019 z_6 - .022 z_7 + .006 z_8 - .001 z_9 - .001 z_{10} + .006 z_{11}$$

$$\text{Improved } Z = .398 Z_2 + .269 Z_4 + .324 Z_3 + .283 Z_1 - .024 Z_5$$

Keywords: Competitive strategy, marketing mix, performance

กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

อังคนาภรณ์ ไชยโสตา⁴ นิศารัตน์ โชติเชย⁵ และภณิตา สุนทรไชย⁶

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษา 1) กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก 2) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจหอพัก 3) ผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก และ 4) กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จำนวน 239 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ.971 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ผลการวิจัย พบว่า

1. ระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$; S.D. = 0.38) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการลดต้นทุน ($\bar{X} = 4.45$; S.D. = 0.41) รองลงมาได้แก่ ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 4.44$; S.D. = 0.44) ด้านการจำกัดขอบเขต ($\bar{X} = 4.41$; S.D. = 0.46) และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.28$; S.D. = 0.63) ตามลำดับ

2. ระดับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$; S.D. = 0.32) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.62$; S.D. = 0.42) รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.55$; S.D. = 0.41) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.54$; S.D. = 0.54) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.52$; S.D. = 0.50) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.48$; S.D. = 0.49) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.32$; S.D. = 0.45) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.14$; S.D. = 0.42) ตามลำดับ

⁴ สาขาบริหารธุรกิจ,คณะวิทยาการการจัดการ,มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

⁵ คณะวิทยาการการจัดการ,มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

⁶ คณะวิทยาการการจัดการ,มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

3. ระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$; S.D. = 0.37) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.50$; S.D. = 0.44) รองลงมาได้แก่ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.45$; S.D. = 0.41) ด้านเรียนรู้และการพัฒนา ($\bar{X} = 4.36$; S.D. = 0.56) และด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 4.32$; S.D. = 0.47) ตามลำดับ

4. กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ปัจจัยตัวแปรอิสระ 5 ตัวที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก คือ ด้านการสร้างแตกต่าง ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ด้านการจำกัดขอบเขต ด้านการลดต้นทุน และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนตัวแปรอิสระ 6 ตัว ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .997 ($R = .997$) ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้ร้อยละ 99.30 ($R^2 = .993$) เขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

สมการมาตรฐาน คือ $Z = .283 z_1 + .401 z_2 + .316 z_3 + .265 z_4 - .019 z_5 + .019 z_6 - .022 z_7 + .006 z_8 - .001 z_9 - .001 z_{10} + .006 z_{11}$

สมการปรับปรุง ด้วยวิธี Stepwise คือ $Z = .398 Z_2 + .269 Z_4 + .324 Z_3 + .283 Z_1 - .024 Z_5$

คำสำคัญ : กลยุทธ์การแข่งขัน, ส่วนประสมทางการตลาด, ผลการดำเนินงาน

บทนำ

จากภาวะการแข่งขันในธุรกิจหอพักที่เพิ่มขึ้นทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักต้องใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันได้แก่ ด้านการลดต้นทุน ด้านการสร้างแตกต่าง การจำกัดขอบเขต และ ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว (Porter, 1985 : 11 - 15) และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการ (Sudaporn Kuntornbutr, 2014 : 135) ในการบริหารจัดการหอพักเพื่อสร้างความได้เปรียบในตลาด โดยมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจหอพัก เป็นการสร้างความโดดเด่นก่อให้เกิดความประทับใจ การใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพ การออกแบบหอพักรวมถึงห้องพักให้น่าอยู่ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างพร้อมเพียง เช่น เครื่องนอน ตู้ โต๊ะหนังสือ รวมถึงระบบอินเทอร์เน็ต (Chamnan Rodpai, 2011 : 2) เพื่อยืดเหนี่ยวลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่จากการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่ธุรกิจหอพักและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมีทัศนคติที่ดีต่อหอพัก ลูกค้า คือสิ่งที่ทุกคนต่าง ยอมรับว่าเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดของธุรกิจบริการ การรักษาลูกค้า

ไว้ให้ยาวนาน และความต้องการของลูกค้า ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก จึงต้องนำกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ ที่จะทำให้อพาร์ทเมนต์ของตนเอง เหมาะกับการเป็นที่พักอาศัยที่ดีของลูกค้าและเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

สำหรับการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันนั้นไม่มีสูตรสำเร็จแต่ขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงให้ทันเหตุการณ์ของผู้ประกอบการและการแก้ไขสถานการณ์ให้ทันต่อการรับรู้ของผู้บริโภค การกำหนดกลยุทธ์ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ได้แก่ 1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์นี้จะดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้การผลิตสินค้าและบริการมีต้นทุนต่ำที่สุดประโยชน์ คือ สามารถนำเสนอราคาที่ดีกว่าคู่แข่งในท้องตลาดได้ อีกทั้งหากเกิดความรุนแรงด้านสงครามราคา ก็ยังสามารถยืนหยัดในตลาดได้ 2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์นี้ จะต้องคิดหาความแตกต่างในตัวสินค้าหรือต้องมียุทธวิธีใหม่ ๆ มานำเสนอทำให้สินค้าดูโดดเด่นกว่าสินค้าคู่แข่งในตลาด 3) กลยุทธ์การการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ให้เล็กลงเพื่อจะได้ทำการตลาดได้อย่างเข้าถึงพฤติกรรมของลูกค้า และสามารถคาดคะเนความต้องการในอนาคตของลูกค้าได้ทำให้เกิดพฤติกรรมซ้ำ ๆ จนเกิดความภักดีในที่สุด กลยุทธ์การแข่งขันทั้งหมดนี้จึงส่งผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (Suchonnee Metiyothin, 2018 : 128)

การวัดผลการดำเนินงานเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินแผนกลยุทธ์ทางการตลาดไปสู่บุคคลทุกระดับที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ มุ่งองค์ประกอบ 4 มุมมอง คือ ด้านการเงิน ลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และการเรียนรู้และพัฒนา จะเห็นได้ว่า มุมมองทั้ง 4 ด้าน เป็นการวัดหรือประเมินผลที่จะสามารถช่วยทำให้ธุรกิจเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ เป็นการนำเสนอข้อมูลแนวคิด ที่ช่วยในการประเมินผลให้ผู้ประกอบการในการนำกลยุทธ์ทางการตลาดที่คำนึงถึงปัจจัยที่จะใช้ในการทำกลยุทธ์ต่อการตัดสินใจเลือกหอพักย่อมขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น อัตรา ค่าเช่า ผู้แนะนำ ลักษณะหอพัก สถานที่ตั้ง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผู้ประกอบการที่ต้องปรับปรุงธุรกิจ ห้องเช่า หรือ อพาร์ทเมนต์ ที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว เข้าสู่การแข่งขันทางการตลาด เพื่อที่จะรักษาผลกำไรให้คงอยู่ และเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในการเลือกที่พักหอพัก (Arisa Chuewongskun, 2017 : 1)

ปัจจุบันในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ปี 2560 มีหอพักจำนวน 591 แห่ง เป็นพักหญิงจำนวน 439 แห่ง หอพักชายจำนวน 152 แห่ง ในการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการธุรกิจหอพักได้นำแนวทาง กลยุทธ์ ในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานปัจจัยการตลาดมาเป็นรูปแบบในการดำเนินธุรกิจแนวใหม่ในการสร้างความโดดเด่นให้กับผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้าน การเรียนรู้และการพัฒนา โดยใช้เป็นการผลักดันให้ธุรกิจหอพักมีการเติบโต บนพื้นฐานการสร้างสมดุลระหว่าง คน เงิน ผลกำไร และการเติบโต อันที่จะทำให้ก่อให้เกิดความภักดีต่อผู้ใช้บริการในระยะยาว (Pipat Yodprudtikan, 2010 : 2) แต่ในการเปิดธุรกิจหอพักก็พบกับปัญหาเนื่องจากปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากปี 2558 มีผู้ประกอบการจำนวน 544 คน ปี 2559 มี

ผู้ประกอบการจำนวน 572 คน และ ปี 2560 มีผู้ประกอบการจำนวน 591 คน (Maha Sarakham Provincial Social Development and Human Security Office. 2017 : 1) ทำให้หอพักประสบปัญหาในด้านยอดขายที่ลดลงส่งผลให้รายได้ลดลงไปด้วย ท่ามกลางการแข่งขันที่มีความรุนแรงขึ้นทุกขณะจากคู่แข่ง และความต้องการที่หลากหลายมากขึ้นเรื่อย ๆ ของลูกค้าทำให้หอพักต้องมีการบำรุงรักษาตัวอาคาร สิ่งแวดล้อมและการจัดการในเรื่องอำนวยความสะดวกสบาย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดการแข่งขันด้านธุรกิจหอพักสูงขึ้นตามไปด้วย ลูกค้าจึงมีทางเลือกที่หลากหลาย ในการเข้าพักหอพักใดหอพักหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าเอง บรรดาธุรกิจหอพักแต่ละแห่งจึงต้องมีกลยุทธ์ที่คอยดึงดูดให้นักศึกษาเข้ามาพักที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้ดำเนินธุรกิจหอพักต้องทำการสำรวจความต้องการของนักศึกษาถึงปัจจัย ที่จะทำให้นักศึกษาเข้าพักหอพักว่ามีอะไรบ้าง เช่น ราคา สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ระบบรักษาความปลอดภัย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจที่จะเลือกเข้าพักในหอพักใดหอพักหนึ่ง จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษากลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาสามารถเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริหารจัดการธุรกิจหอพักให้มีคุณภาพและเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจหอพักให้สูงขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการของธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
4. เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานการวิจัย

กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วย
 - 1.1 กลยุทธ์การแข่งขัน ได้แก่ ด้านการลดต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว

1.2 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

1.3 ผลการดำเนินงาน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และ ด้านเรียนรู้และการพัฒนา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม จำนวน 591 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 239 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย

3. พื้นที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

4. ระยะเวลา มีนาคม 2561 -กุมภาพันธ์2562

5. เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ (1) ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านการลดต้นทุน ด้านการสร้างความสะดวกสบาย ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว (3) ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ และ (4) ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านเรียนรู้และการพัฒนา

6. ขั้นตอนการสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ ดังนี้ (1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) ร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบแก้ไขข้อเสนอแนะ (3) นำแบบสอบถาม มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว นำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบภาษา เนื้อหา และสถิติ และใช้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขโดยมีผู้เชี่ยวชาญ (4) ปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ และนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง 0.270-0.772 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.97

7. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการดังนี้ (1) ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ ของการตอบแบบสอบถามทุกฉบับที่ได้รับคืนมา (2) การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (3) วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (4) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (5) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

ธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (6) วิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามในเขต อำเภอเมืองมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 77.41 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 43.93 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 61.09 สถานภาพส่วนใหญ่สมรส จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 68.62 และค่าเช่าต่อเดือนต่อห้องอยู่ระหว่าง 3,501 – 4,500 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 47.

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม

กลยุทธ์การแข่งขัน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการลดต้นทุน	4.45	0.41	มากที่สุด
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	4.44	0.44	มากที่สุด
3. ด้านการจำกัดขอบเขต	4.41	0.46	มากที่สุด
4. ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.28	0.63	มากที่สุด
รวม	4.39	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$; S.D. = 0.38) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการลดต้นทุน ($\bar{X} = 4.45$; S.D. = 0.41) รองลงมาได้แก่ ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 4.44$; S.D. = 0.44) ด้านการจำกัดขอบเขต ($\bar{X} = 4.41$; S.D. = 0.46) และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.28$; S.D. = 0.63) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ระดับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.52	0.50	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.48	0.49	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.54	0.54	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.14	0.42	มาก
5. ด้านบุคคล	4.62	0.42	มากที่สุด
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.55	0.41	มากที่สุด
7. กระบวนการ	4.32	0.45	มากที่สุด
รวม	4.45	0.32	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ระดับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$; S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.62$; S.D. = 0.42) รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.55$; S.D. = 0.41) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.54$; S.D. = 0.54) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.52$; S.D. = 0.50) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.48$; S.D. = 0.49) ด้าน กระบวนการ ($\bar{X} = 4.32$; S.D. = 0.45) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.14$; S.D. = 0.42) ตามลำดับ

4. ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการดำเนินงานธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม

ผลการดำเนินงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการเงิน	4.45	0.41	มากที่สุด
2. ด้านลูกค้า	4.50	0.44	มากที่สุด
3. ด้านกระบวนการภายใน	4.32	0.47	มากที่สุด
4. ด้านเรียนรู้และการพัฒนา	4.36	0.56	มากที่สุด
รวม	4.41	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$; S.D. = 0.37) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.50$; S.D. = 0.44) รองลงมาได้แก่ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.45$; S.D. = 0.41) ด้านเรียนรู้และการพัฒนา ($\bar{X} = 4.36$; S.D. = 0.56) และด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 4.32$; S.D. = 0.47)) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง

ตัวแปรอิสระ	Unstandardied Coefficients		Standardized Coefficients		sig
	b	SE _b	β	t	
ค่าคงที่ (a)	.003	.031		.109	.913
1. ด้านการลดต้นทุน (X_1)	.254	.008	.283	33.198	.000*
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง (X_2)	.340	.009	.401	37.105	.000*
3. ด้านการจำกัดขอบเขต (X_3)	.255	.008	.316	33.812	.000*
4. ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว (X_4)	.157	.005	.265	34.755	.000*
5. ด้านผลิตภัณฑ์ (X_5)	-.014	.007	-.019	-1.890	.060*
6.ด้านราคา (X_6)	.014	.008	.019	1.715	.088
7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_7)	-.015	.006	-.022	-2.368	.019
8. ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_8)	.005	.005	.006	.916	.361
9. ด้านบุคลากร (X_9)	-.001	.008	-.001	-.101	.919
10. ด้านลักษณะทางกายภาพ (X_{10})	-.001	.008	-.001	-.115	.909
11. ด้านกระบวนการ (X_{11})	.005	.007	.006	.732	.465
a =.003	SE _b =.03124		R ² =.993 R =.997		
F = 45.025	Sig =.000*				

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง โดยพิจารณาผลของตัวแปรอิสระทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม พบว่า

1. ปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจหอพักมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม เท่ากับ.997 ($R = .997$) ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

2. กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจหอพัก มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือการผันแปรต่อปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม เท่ากับ.993 ($R^2 = .993$) ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ได้ร้อยละ 99.30 มีความคาดเคลื่อนมาตรฐานของสมการถดถอยในการพยากรณ์ เท่ากับ.03124 ($SE_{est} = .03124$)

ผลการวิจัยพบว่า พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จำนวน 5 ตัวแปร คือ ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ด้านการจำกัดขอบเขต ด้านการลดต้นทุน และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนตัวแปรอิสระ 6 ตัว ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ เขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z = .283 Z_1 + .401 Z_2 + .316 Z_3 + .265 Z_4 - .019 Z_5 + .019 Z_6 - .022 Z_7 + .006 Z_8 - .001 Z_9 - .001 Z_{10} + .006 Z_{11}$$

$$\text{สมการปรับปรุง } Z = -.398 Z_2 + .269 Z_4 + .324 Z_3 + .283 Z_1 - .024 Z_5$$

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการลดต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปราย เหตุผลได้ว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ด้านการลดต้นทุน ธุรกิจมีการควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด โดยการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ราคาถูกแต่มีคุณภาพ และพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน ด้านการจำกัดขอบเขต มีการให้บริการโดยยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก สถานที่ตั้งของหอพักมีความสะดวกในการเดินทาง มีการแยกหอพัก โดยแยกเป็นหอพักชายและหอพักหญิง การตอบสนองที่รวดเร็วในการทำสัญญาเข้าพัก ธุรกิจมีการเสนอรูปแบบบริการใหม่อย่างรวดเร็ว และมีความรวดเร็วในการให้บริการ

ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ และในด้านการสร้างความแตกต่าง มีความแตกต่างทางด้านราคาเช่าห้องพักสร้างให้เกิดความแตกต่างทางด้านคุณภาพ และสร้างความแตกต่างทางการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sompatorn Panmisri (2013 : 71) ทำการศึกษาเรื่องการวางแผนกลยุทธ์หอพักเกิดชัยยะ บริเวณรอบมหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย ผลการศึกษาพบว่าเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพการณ์ปัจจุบันของหอพักเอกชน โดยทำการสำรวจภาคสนามเพื่อค้นหาข้อมูลที่เป็นประสบการณ์เชิงบวกของกลุ่มตัวอย่าง ทำการศึกษาทฤษฎีสุนทรียสาธก เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ของหอพักเกิดชัยยะ ร่วมกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งไป ผลการศึกษาทำให้ได้แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในหอพัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tippa Loonpe (2016 : 91) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้หอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้หอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย จังหวัดหนองคาย คือ ควรมีการปรับปรุงระบบอินเทอร์เน็ตภายในหอพักให้มีความเร็วมากขึ้นกว่าเดิม ควรมีการบริหารสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการภายในหอพัก เช่น เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ เครื่องเติมน้ำ ควรมีแม่บ้านทำความสะอาดบริเวณรอบหอพักให้สะอาดอยู่เสมอ ควรมียามรักษาความปลอดภัยคอยดูแลบริเวณหอพักพร้อมกับการติดกล้องวงจรปิดเพื่อบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ควรมีการควบคุมราคาหอพักไม่ให้ราคาแตกต่างกันมากจนเกินไป ควรมีการจัดรายการลดราคาสำหรับนักศึกษาที่เช่าหอพักเป็นเทอม เจ้าของหอพักควรเพิ่มการดูแลนักศึกษาที่เข้าพักอาศัย ประดุจดังลูกหลานครบถ้วนระยะเวลาในการเปิด-ปิดหอพักใหม่ ควรเก็บค่าน้ำค่าไฟตามอัตราของทางราชการและควรเพิ่มที่จอดรถยนต์และจักรยานยนต์ให้มากขึ้นกว่าเดิม

2. ระดับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคคล รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายเหตุผลได้ว่าด้านบุคคล พนักงานหอพักสามารถให้ข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง และความเอาใจใส่ของพนักงานหอพัก ด้านลักษณะทางกายภาพ มีป้ายชื่อหอพักที่มีความโดดเด่น ชัดเจน และสังเกตเห็นง่าย ขนาดของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักมีความเหมาะสม และด้านกระบวนการมีการกำหนด กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของหอพักอย่างชัดเจน ด้านการส่งเสริมการตลาด หอพักมีภาพพจน์ดีและมีชื่อเสียงดี ได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก และมีการโฆษณาหอพักและบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน ด้านราคาราคาหอพักที่เหมาะสมกับเครื่องอำนวยความสะดวกภายในห้อง ความเหมาะสมกับอัตราค่าประกันหอพัก

และค่ามัดจำก่อนเช่า ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดของห้องพัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน เช่น มีรถโดยสารผ่าน มีสถานที่จอดรถและอยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า ด้านผลิตภัณฑ์ ความสะดวก สวยงาม และเป็นสัดส่วนของห้องพัก ความเหมาะสมของขนาดห้องพัก มีร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่ห้องพัก เช่น ที่ซักรีด ร้านอาหาร อินเทอร์เน็ต เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ และร้านทำผม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pensiri Thammasorn (2015 : 69) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ใช้บริการ หอพักลานนาพะเยา อำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ครบครัน เช่น เครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม โทรทัศน์ภายใน ปัจจัยด้านราคาเรื่องราคาห้องพักที่เหมาะสม และเรื่องราคา ค่าประกันห้องพัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Juthamas Jaisamuth (2014 : 90) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษาเพศหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย - กรณีสึกษา หอพักหญิงบ้านดวงโรจน์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ต้องการห้องพักที่มีระบบไฟสำรองฉุกเฉินภายในห้องพักเมื่อเกิดไฟฟ้าดับ ด้านราคา ต้องการห้องพักที่ก่อนการชำระเงินมีการแจ้งยอดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ด้านการส่งเสริมการตลาดต้องการห้องพักที่มีการให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ที่พักเป็นเวลานาน เช่น ส่วนลดค่าเช่าห้องพัก ด้านบุคลากรต้องการห้องพักที่มีการเอาใจใส่ดูแลของพนักงานรักษาความปลอดภัย ด้านการบริการ ต้องการห้องพักที่มีการให้บริการในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่รวดเร็ว ด้านลักษณะทางกายภาพห้องพักที่มีการจัดทาสะอาดบริเวณทั้งในอาคารและนอกอาคาร

3. ผลการดำเนินงานของธุรกิจห้องพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านเรียนรู้และการพัฒนา และด้านกระบวนการภายใน ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปราย เหตุผลได้ว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจห้องพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ด้านการเงิน ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ ธุรกิจมีมาตรการให้พนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ ด้านลูกค้า ธุรกิจมีบุคลากรอำนวยความสะดวกในการซ่อม แก้ไขอุปกรณ์ต่าง ๆ รูปแบบการให้บริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ธุรกิจใช้กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการและมีการจัดลำดับก่อนหลังในการมาติดต่อขอใช้บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ธุรกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ และการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pavena Leelachai et al (2014 : 90) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างระบบการจัดการที่ดีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจห้องเช่าและห้องพักในจังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการ

ธุรกิจห้องเช่าและหอพัก ที่มีทุนในการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านลูกค้า แตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจห้องเช่าและหอพัก ที่มีระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวมด้านการเงินและด้านลูกค้า แตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจห้องเช่าและหอพัก ที่มีจำนวนห้องพักแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านกระบวนการภายในและด้านลูกค้า แตกต่างกัน

4. กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม ด้านการลดต้นทุน ธุรกิจใช้ทรัพยากรอย่างจำกัดและเป็นประโยชน์สูงสุด และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ มีเฟอร์นิเจอร์และเครื่องอำนวยความสะดวก เช่น ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ ที่นอน หมอน แอร์ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดของห้องพัก และธุรกิจได้สร้างให้เกิดความแตกต่างทางด้านคุณภาพ ด้านการให้บริการ ความแตกต่างในการใช้เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องพัก รูปแบบของอาคารหอพักมีความสวยงาม สภาพแวดล้อมภายนอกหอพักมีความสวยงาม สะอาด บรรยากาศการเหมาะในการพักอาศัย และมีการออกแบบเรื่องความสะดวกสวยงามและพื้นที่ใช้สอยในห้องพักสอดคล้องกับงานวิจัยของ Therachot Ritthidet (2013 : 84) ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อแรงงานพม่า ในการเลือกเช่าหอพักในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแต่ละด้าน ดังนี้ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ให้ความสำคัญในเรื่องไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอกเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา มีความเหมาะสมเป็นลำดับแรกปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ให้ความสำคัญในเรื่องความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ น้ำไม่ไหลเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในเรื่องความคงทนแข็งแรงของตัวอาคารเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากร ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานประจำหอพักสามารถสื่อสารด้วยภาษาพม่าได้เป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในเรื่องมีส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนเป็นลำดับแรก และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่ตั้งของหอพักใกล้ที่ทำงานเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับงานวิจัย Mallika Khunoi (2013 : 63) ทำการศึกษาเรื่องการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของหอพักบ้านกุลจิราพร เพื่อเพิ่มยอดผู้เข้าพักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกและความสวยงามของห้องพักมากที่สุดด้านราคา ลูกค้าให้ความสำคัญเรื่องอัตราค่าเช่าห้องพักมีความเหมาะสมมาก ด้านสถานที่ ลูกค้าให้ความสำคัญเรื่องการคมนาคมที่สะดวกมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดลูกค้าให้ความสำคัญเรื่องการมีโปรโมชั่น เช่น ลดราคาเช่าสำหรับผู้เช่าในระยะเวลาที่ยาวนานมากด้านการบริการ ลูกค้าให้ความสำคัญเรื่องอินเทอร์เน็ต ด้านบุคลากร ลูกค้าให้ความสำคัญเรื่องการมีมนุษยสัมพันธ์เป็นกันเองของเจ้าของห้องหอพักมากที่สุด ด้านกายภาพ ลูกค้าให้ความสำคัญที่จอดรถยนต์/รถจักรยานยนต์กว้างขวางและเพียงพอมาก

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการลดต้นทุน รองลงมาได้แก่ ด้านการสร้างความสะดวกต่าง ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ตามลำดับ
2. ระดับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคคล รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ
3. ระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า รองลงมาได้แก่ ด้านการเงิน ด้านเรียนรู้และการพัฒนา และด้านกระบวนการภายใน ตามลำดับ
4. กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

ควรดำเนินการ ดังนี้ (1) ธุรกิจควรสร้างความแตกต่างในการตกแต่งสถานที่ภายในบริเวณหอพักให้เป็นระเบียบ สวยงาม ถูกสุขลักษณะมีที่ทิ้งขยะ (2) พนักงานต้อนรับ ควรทักทายด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม (3) พนักงานควรมีความซื่อสัตย์ (4) ควรการให้คำแนะนำต่าง ๆ ก่อนการทำสัญญาเช่าหอพัก

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้ความสามารถและความช่วยเหลือจาก ผศ.ดร.นิศาตร์ตัน โชติเชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รศ.ดร.ภณิดา สุนทรไชย ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รศ.ดร.ดร.สุเทพ เมยไธสง ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และ ดร.ศรินทร์ เลียงจินดาถาวร ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

References

- Arisa Chuewongskun. (2017). *Deciding Behavior in Student Dormitory Rental, Rajamangala University of Technology Rattanakosin Wang Klai Kangwon Campus 4, in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province*. Master of Business Administration Thesis: Stamford International.
- Chamnan Rodpai. (2011). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY'S PERCEPTIONS AND SERVICE MARKETING MIX INFLUENCING THE LOYALTY OF DORMITORY OF UBON*

- RATCHATHANI UNIVERSITY'S STUDENT. Master of Business Administration Thesis : Ubon Ratchathani University.
- Juthamas Jaisamuth. (2014). *Relationship between Demand, Marketing Mix Factor and Dormitory Rental Decision Behavior of Undergraduate Female Students, University of the Thai Chamber of Commerce: Case Study of Baan Duangroj Female Dormitory*. Master of Business Administration Thesis: University of the Thai Chamber of Commerce.
- Maha Sarakham Provincial Social Development and Human Security Office. (2017). *List of dormitories in Maha Sarakham Province*. Mahasarakham: Social Development and Human Security, Maha Sarakham Province.
- Mallika Khunoi. (2013). *Marketing Strategy Planning of Ban Kuljiraporn Dormitory to increase the number of guests in Muang District, Khon Kaen Province*. Independent Study, Master of Business Administration: Khon Kaen University.
- Pavena Leelachai, Palan JantaraJaturapath and Areerat Pansuppawat. (2014). "Relationships between Good Management System and Performance of Apartment and Dormitory Businesses in Mahasarakham Province" *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham University*, 6(4): 108-118.
- Pensiri Thammasorn. (2015). *Satisfaction towards services marketing mix of residents at Lanna Phayao Apartment, Amphoe Mueang Chiang Mai*. Independent Research Master of Business Administration: Chiang Mai University.
- Pipat Yodprudtikan. (2010). *Business operations according to sustainable development guidelines*. Bangkok: InterContinental.
- Porter, Michel E. (1985). *Competitive Advantage*. New York : Macmillan, Inc.
- Sompatorn Panmisri. (2013). *Strategic Planning, Kerdchaiya Dormitory, Around Khon Kaen University, Nong Khai Campus*. Master of Business Administration Independent Study : Khon Kaen University.
- Suchonnee Metiyothin. (2018). *Competitive Strategy*. Chonburi: Burapha University.
- Sudaporn Kuntonbutr. (2014). *Modern Marketing Principles*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Therachot Ritthidet. (2013). *Services marketing mix affecting burmese labors towards selecting rental residences in Samut Sakhon Province*. Master of Business Administration Thesis: Chiang Mai University.
- Tippa Loonpe. (2016). *Factors Marketing Mix Affect in Choosing Private Domitory of Khonkean University Students, Nongkhai Campus, Nongkhai Province*. Master of Public Administration Thesis: Rajabhat Mahasarakham University.