

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและ กลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงาน ของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม

The Relations Between Competitive Strategies and Marketing Strategies and the Business Performance of Dormitory Business in Maha Sarakham Province

อภิวัฒน์ มุ่งชู¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษา 1) กลยุทธ์การแข่งขัน 2) กลยุทธ์ทางการตลาด 3) ผลการดำเนินงาน และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม สอบถามจากผู้ประกอบการจำนวน 291 คน วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.942 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า

1. กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 3.70$) ด้านการลดต้นทุน ($\bar{X} = 3.66$) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.64$) และด้านการจำกัดขอบเขต ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

2. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.74$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.60$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.58$) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

3. ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมาก

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ถนนนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 44000

ไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 3.87$) ด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.86$) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.84$) และด้านเรียนรู้และการพัฒนา ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

4. กลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.404$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. กลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{zy} = 0.470$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: กลยุทธ์การแข่งขัน, กลยุทธ์ทางการตลาด, ผลการดำเนินงาน, ธุรกิจหอพัก

Abstract

The objectives of this research were to 1) explore the competitive strategies, 2) to explore the marketing strategies, 3) to assess the business performance, and 4) to analyze the relations between the competitive strategies and the marketing strategies and business performance of the dormitory business in Maha Sarakham province. The research surveyed two hundred and ninety one owners of the dormitory business in Maha sarakham province. The instrument was a questionnaire. The statistics used were mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient. The research findings were as follows:

1. The finding showed that the average level of the competitive strategies for the dormitory business in Maha Sarakham was high ($\bar{X} = 3.65$). Four high rated areas of the competitive strategies were creating the prominence ($\bar{X} = 3.70$), reducing capital cost ($\bar{X} = 3.66$), quick response ($\bar{X} = 3.64$), specifying service areas ($\bar{X} = 3.60$) respectively.

2. The findings indicated that the average level of the marketing strategies for the dormitory business in Maha Sarakham was high ($\bar{X} = 3.61$). Four high rated areas of the marketing strategies were marketing promotion ($\bar{X} = 3.74$), product ($\bar{X} = 3.60$), dormitory rate ($\bar{X} = 3.58$) and sales channel ($\bar{X} = 3.53$) respectively.

3. The findings indicated that the performance of the dormitory business management in Maha Sarakham was high ($\bar{X} = 3.85$). Four high rated areas of the outcomes were an external process ($\bar{X} = 3.87$), income ($\bar{X} = 3.86$), customers ($\bar{X} = 3.84$), and knowledge and development ($\bar{X} = 3.82$) respectively.

4. The findings indicated that the competitive strategies were significantly related to the performance of the dormitory business in Maha Sarakahm at the 0.05 level. The index of the relations between the strategies and the outcomes was moderate ($r_{xy} = 0.404$).

5. The findings also indicated that the marketing strategies were significantly related to the performance of the dormitory business in Maha Sarakahm at the 0.05 level. The index of the relations between the strategies and the outcomes was moderate ($r_{zy} = 0.470$).

Keywords: *Competitive Strategies, Marketing Strategies, Performance, Dormitory Business*

บทนำ

ปัจจุบันจังหวัดมหาสารคามมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดการจ้างงานในจังหวัดมหาสารคาม ทำให้ประชาชนที่อยู่ต่างอำเภอและต่างจังหวัดเดินทางเข้ามาทำงานมากขึ้น อีกทั้งจังหวัดมหาสารคามเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา เนื่องจากมีสถาบันการศึกษาของรัฐที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตมหาสารคาม วิทยาลัยเทคนิคมหาสารคาม วิทยาลัยอาชีวศึกษามหาสารคาม เป็นต้น ผนวกกับนโยบายรัฐที่มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร ด้วยการขยายโอกาสทางการศึกษาให้มากขึ้น จำนวนนักเรียนนักศึกษา ในแต่ละแห่งจึงมีแนวโน้มมากขึ้นด้วย ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคามมีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (นิรันดร์ลักษณ์ ชันชวา, 2552)

ธุรกิจหอพักเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหอพักจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ต่างๆ เช่น กลยุทธ์การลดต้นทุนการสร้างความสะดวกต่างการจำกัดขอบเขตและการตอบสนองที่รวดเร็ว (Porter, 1985) เพื่อยืดเหนี่ยวลูกค้าเดิมให้มั่นคงและเพิ่มลูกค้าใหม่จากการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่ธุรกิจหอพักและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมีทัศนคติที่ดีต่อหอพัก ธุรกิจหอพักมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่จะเข้าพักอาศัยหอพัก และหอพักแต่ละแห่งมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เช่น ทางด้านราคา ระยะการเดินทาง สถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักทำให้ลูกค้ามีโอกาสที่จะเลือกเข้าพักตามความต้องการของแต่ละบุคคล จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักมีการแข่งขันกัน โดยมีปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าพักของลูกค้า อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ที่มีผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้จึงเป็นตัวกำหนดเป้าหมาย ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก จึงต้องนำกลยุทธ์ที่จะทำให้หอพักของตนเองเหมาะกับการเป็นที่พักอาศัยที่ดีของลูกค้า

ผลการดำเนินงานจึงเป็นอีกวิธีที่ใช้ในการประเมินธุรกิจหอพักโดยเฉพาะหอพักที่อยู่ในการแข่งขันสูงจึงเป็นวิธีการวัดผลการดำเนินงานที่ให้เห็นแง่มุมที่กว้าง ประกอบด้วยตัววัดผลการปฏิบัติงานจำนวน 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านเรียนรู้และการพัฒนา (พสุ เดชะรินทร์, 2545) ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักต้องมีข้อมูลเพียงพอต่อการประเมินผลของกลยุทธ์ ข้อมูลที่สำคัญคือลูกค้า ซึ่งการจะได้ลูกค้าต้องมีการบริหารจัดการที่ดี มีความพร้อมในการทำงาน (พัทตร์ผจง วัฒนาสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์, 2545)

จากการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นของธุรกิจหอพักที่อยู่ในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ข้อได้เปรียบอย่างหนึ่งที่สังเกตได้ คือ หอพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และอยู่ใกล้สถาบันการศึกษา หรือแหล่งที่ทำงาน หอพักนั้นจะได้รับความสนใจมีผู้เข้าพักอย่างมาก จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้หอพักที่เปิดให้บริการมากกว่า 7 ปี ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจเดิมที่เข้ามาในตลาดก่อน มีสภาพภายในที่ค่อนข้างทรุดโทรม เครื่องอำนวยความสะดวกภายในผ่านการใช้งานและต้องมีการซ่อมบำรุง และมีจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการต่ำกว่าหอพักที่สร้างขึ้นใหม่อยู่มาก ขณะเดียวกันหอพักในจังหวัดมหาสารคาม มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาสามารถเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริหารจัดการธุรกิจหอพักให้มีคุณภาพและเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจหอพักให้สูงขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม
- 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม
- 3) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม
- 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานของการวิจัย

กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคามในทิศทางเดียวกัน

ขอบเขตของการวิจัย

- 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1) กลยุทธ์การแข่งขัน
 - 2) กลยุทธ์ทางการตลาด
 - 3) ผลการดำเนินงาน
- 2) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจห้องพักในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1,060 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 291 คน โดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของยามาเน่
- 3) ขอบเขตด้านพื้นที่: จังหวัดมหาสารคาม
- 4) ขอบเขตด้านระยะเวลา: 1 ตุลาคม 2556 ถึง 30 กันยายน 2557

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานธุรกิจห้องพักในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. กลยุทธ์การแข่งขัน ความสามารถเฉพาะตัวและความถนัดที่มีอยู่ในตัวผู้จัดการ ผู้นำหรือผู้ทำหน้าที่บริหารมาปรับใช้ในกระบวนการบริหารองค์กรเพื่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย

- 1) ด้านการลดต้นทุน คือ มีการพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน ต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัดใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ราคาถูกแต่มีคุณภาพ และใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า
- 2) ด้านการสร้างความแตกต่าง ธุรกิจห้องพักต้องมีการสร้างความแตกต่างในด้าน คุณภาพ การให้บริการ ราคาเช่าห้องพัก การใช้เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องพัก
- 3) ด้านการจำกัดขอบเขต มีการแยกห้องพัก โดยแยกเป็นห้องพักชายและห้องพักหญิง และให้บริการเฉพาะกลุ่มโดยคำนึงถึงความสามารถทางการเงินของลูกค้า
- 4) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว การเสนอรูปแบบบริการใหม่อย่างรวดเร็ว และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. กลยุทธ์ทางการตลาด คือเทคนิคและวิธีการทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุด เพื่อสร้างผลกำไรและมีการเจริญเติบโตตามเป้าหมาย

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ลักษณะของห้องพักในแต่ละห้องพักที่ผู้ใช้บริการเข้าไปใช้บริการ การตกแต่งห้องพักมีความเหมาะสมและเป็นสัดส่วน มีเฟอร์นิเจอร์และเครื่องอำนวยความสะดวก

2) ด้านราคา ค่าบริการที่ผู้เข้ารับบริการหอพักต้องชำระเป็นรายวันหรือรายเดือน โดยจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือหรือเงื่อนไขการชำระเงิน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัย ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า และใกล้ที่ทำงาน ความสะดวกของสถานที่จอดรถ และมีรถโดยสารผ่าน

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด วิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ให้บริการ

3. ผลการดำเนินงาน สิ่งที่สามารถบ่งบอกได้ถึงความสำเร็จขององค์กร โดยการอาศัยการผสมผสานและความสามารถในทุกๆ ด้าน อย่างเป็นระบบ

1) ด้านการเงิน การวัดผลการปฏิบัติงานของกิจการที่แสวงหาผลกำไร และเป็นตัวบ่งชี้ว่าธุรกิจประสบผลสำเร็จหรือไม่

2) ด้านลูกค้า ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3) ด้านกระบวนการภายในในการพัฒนากระบวนการภายใน เพื่อพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพในการทำงาน

4) ด้านเรียนรู้และการพัฒนา ผลการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และพัฒนาของธุรกิจ เช่น ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานอย่างสม่ำเสมอ เปลี่ยนแปลงกระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก จำนวน 1,060 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 291คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ

เครื่องมือการวิจัย

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านการลดต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการจำกัดขอบเขต และด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว 20 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด 20 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านเรียนรู้และพัฒนา 20 ข้อ

2) ขั้นตอนการสร้างและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

1) ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถาม

2) กำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการตั้งคำถาม เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามแล้วนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

5) รวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถาม แต่ละข้อแล้วนำมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามของการวิจัยด้วยค่า IOC

6) วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ของการวิจัยด้วยค่า IOC ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

7) นำแบบสอบถามมาทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มเติม

8) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มทดลอง ซึ่งมีใหม่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 40 คน

9) ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

9.1) หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยเทคนิค Item-Total Correlation ซึ่งด้านกลยุทธ์การแข่งขัน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.2450 - 0.6308 กลยุทธ์ทางการตลาด ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.3122 - 0.6624 และด้านผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.2254 - 0.5999

9.2) นำข้อที่มีค่าอำนาจจำแนกผ่านเกณฑ์ หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.942

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

2) วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยเทียบกับเกณฑ์

3) วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเทียบกับเกณฑ์

4) วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยเทียบกับเกณฑ์

5) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขัน และกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) ร้อยละ โดยใช้สูตร บุญชม ศรีสะอาด (2545)
- 2) ค่าเฉลี่ย โดยใช้สูตร สมนึก ภัททิยธนี (2546)
- 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร บุญชม ศรีสะอาด (2545)
- 4) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (ทิพย์ฯ กิจวิจารณ์, 2549)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 81.44 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31- 40 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 49.83 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 57.73 และค่าเช่าต่อห้องต่อเดือน 3,001 - 4,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 49.83

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 3.70$) ด้านการลดต้นทุน ($\bar{X} = 3.66$) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.64$) และด้านการจำกัดขอบเขต ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.74$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.60$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.58$) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 3.87$) ด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.86$) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.84$) และด้านเรียนรู้และการพัฒนา ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

5. กลยุทธ์การแข่งขัน (X) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก (Y) ในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.404$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. กลยุทธ์ทางการตลาด (Z) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก (Y) ในจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{zy} = 0.470$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการลดต้นทุน ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว และด้านการจำกัดขอบเขต ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพักได้สร้างความแตกต่างทางด้านราคา ค่าเช่าห้องพัก การใช้เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้อง การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ราคาถูกแต่มีคุณภาพ การทำสัญญาเช่าพักมีความสะดวก รวดเร็ว มีการตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการบริการตามความต้องการของลูกค้า ให้บริการที่หลากหลายโดยคำนึงถึงความสามารถทางการเงินของลูกค้า และสถานที่ตั้งของหอพักมีความสะดวกในการเดินทางสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรี อุดชาชน (2549) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพ เช่น หอพักมีใบอนุญาตจัดตั้งหอพักและผู้จัดการหอพักต่อสำนักงานพาณิชย์จังหวัดมหาสารคาม และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการบริการ เช่น หอพักมีผู้ประกอบการดูแลเอาใจใส่ตลอดเวลาทั้งเวลาปกติและเวลาเจ็บป่วย ด้านแผนธุรกิจ เช่น หอพักมีการบริหารจัดการด้านบุคคลที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และด้านประสิทธิภาพ เช่น หอพักมีการบริหารจัดการในการกำกับดูแลพนักงานให้ทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนในด้านการบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่มีทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขัน ด้านการสร้างคุณค่าแตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่มีจำนวนห้องพักแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขัน โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ ด้านการบริการ ด้านการสร้างคุณค่า ด้านการสร้างเครือข่าย และด้านแผนธุรกิจแตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่มีประสบการณ์ในการดำเนินกิจการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวม ด้านการบริการ ด้านการสร้างคุณค่า ด้านการสร้างเครือข่าย และด้านแผนธุรกิจแตกต่างกัน

2. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหา

น้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า หอพักมีความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน เช่น มีรถโดยสารผ่าน ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย ใกล้ศูนย์การค้า หอพักมีขนาดกว้าง มีเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องอำนวยความสะดวก เช่น ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ ที่นอน หมอน เครื่องปรับอากาศ มีร้านค้าให้บริการอยู่ภายในหอพัก เช่น ร้านซักรีด ร้านอาหารอินเทอร์เน็ต เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ ร้านทำผม นอกจากนี้ยังมีความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า ราคาค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าเช่ารายเดือน และการได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก ประกอบกับหอพักมีภาพพจน์ดีและชื่อเสียงที่ดี และมีการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น สอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา ธรรมารัตน์ (2548) พบว่า ผู้ประกอบการหอพักส่วนใหญ่มีการแบ่งกลุ่มลูกค้า ลูกค้าหลัก ได้แก่ นักศึกษาระดับอุดมศึกษา ที่มีระดับฐานะปานกลาง โดยมีกลยุทธ์ด้านการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่การเป็นหอพักระดับคุณภาพปานกลาง ในราคาปานกลาง เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมาก คือ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านสถานที่ตั้ง กลยุทธ์ด้านบุคลากร และกลยุทธ์การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์ด้านกระบวนการบริการ สิ่งที่ผู้ประกอบการคิดว่าเป็นสาเหตุของการย้ายหอพักของลูกค้าส่วนใหญ่ คือ ย้ายตามเพื่อน ปัญหาที่พบจากการดำเนินกิจการคือ ผู้เช่าจ่ายค่าเช่าไม่ตรงเวลา ผู้ประกอบการคิดว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จนั้นมาจากราคาที่เหมาะสม และมีวิธีการปรับปรุงหอพักเมื่อจำนวนลูกค้าลดลง คือ การปรับปรุงสถานที่ให้สะอาดน่าอยู่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิรันดร์ลักษณ์ ชันขวา (2552) พบว่า 1) กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามที่เช่าพักที่ศูนย์หอพักตักสิลานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุส่วนใหญ่ที่ระหว่าง 15-20 ปี มีระดับรายได้ส่วนใหญ่น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายหอพักส่วนใหญ่ คือ บิดา หรือมารดา บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในระดับความสำคัญมาก 2 ด้าน ปานกลาง 1 ด้าน เรียงลำดับความสำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา 2) กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคามที่ไม่ได้เช่าพักที่ศูนย์หอพักตักสิลานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุส่วนใหญ่ที่ระหว่าง 21-25 ปี มีระดับรายได้ส่วนใหญ่น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายหอพักส่วนใหญ่ คือ บิดา หรือมารดา บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักส่วนใหญ่ คือ ตนเอง ส่วนใหญ่มีการย้ายหอพักและสาเหตุที่สำคัญ คือ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า มีอัตราสูง และแหล่งที่ทำให้รู้จักหอพักส่วนใหญ่ คือ เพื่อน หรือคนรู้จัก โดยมีปัจจัยที่มีผลสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในระดับความสำคัญมากที่สุด 4 ด้าน เรียงลำดับความ สำคัญจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์

3. ผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านเรียนรู้และการพัฒนา ตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายเหตุผลได้ว่า ธุรกิจมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน เพื่อการเรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์ มีการดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม มีผลการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ทำให้ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มขึ้น ธุรกิจบริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีการแบ่งแยก มีรูปแบบการให้บริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า มีการพัฒนาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของอิษยา อุณหพัฒนา (2555) พบว่า ระดับสภาพแวดล้อมภายนอกในการดำเนินธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านการแข่งขันมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และด้านสภาพแวดล้อมทางการตลาด ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยีมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อมทางการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านอุปสงค์ผู้ประกอบการมากที่สุด และความรุนแรงของการแข่งขันผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องความเข้มข้นของการแข่งขันผู้ประกอบการรายเดิมมากที่สุด ระดับสภาพแวดล้อมภายในการดำเนินธุรกิจหอพักบริเวณมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงกรณีศึกษา โชนศรีป่าซา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านการจัดการธุรกิจมากกว่าด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านบุคคลมากที่สุด และด้านการจัดการธุรกิจผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านลูกค้ามากที่สุด

4. กลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.404$) และความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง ($r_{zy} = 0.470$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ว่า กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพัก มีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน เพื่อการเรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์ จัดให้มีการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดดำเนินการตามกฎระเบียบของห้องพักมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า ธุรกิจมีรูปแบบการให้บริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า นำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุง ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ และพนักงานสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพงษ์ นักรีย์ (2554)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล รองลงมา ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ ความสงบเงียบ รองลงมา ความแข็งแรงคงทนของโครงสร้างอาคาร และความเหมาะสมของขนาดห้องพัก ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับห้องพัก รองลงมาความเหมาะสมของการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า และการเก็บค่าประกัน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ หอพักใกล้ที่ทำงาน รองลงมาความสะดวกในการเดินทางไปทำงาน (เช่น มีรถโดยสารผ่าน) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก รองลงมา การมีคนรู้จักอาศัยอยู่ที่เดียวกัน ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ การดูแล ให้คำแนะนำ คำปรึกษาของพนักงานและผู้ดูแลห้องพัก รองลงมา ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ รองลงมา การมีพนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ การป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก รองลงมา การจัดพื้นที่บริเวณโดยรอบเป็นสัดส่วน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจห้องพักในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์การแข่งขันมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ธุรกิจควรให้บริการลูกค้าโดยการคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก
- 2) ธุรกิจห้องพักควรมีการนำเสนอรูปแบบใหม่ในการให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

2. ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ธุรกิจควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และควรติดป้ายประกาศที่มองเห็นได้เด่นชัด
- 2) ห้องพักรวมควรสะอาด สวยงาม น่าอยู่อาศัย และมีเครื่องอำนวยความสะดวกครบถ้วนเพื่อดึงดูดใจลูกค้า

3. ด้านผลการดำเนินงานมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ธุรกิจควรอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ใช้กระบวนการทำงานที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
- 2) ธุรกิจควรมีมาตรการให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มกับค่าจ้าง

บรรณานุกรม

- จินตนา บุญบงการ และคณะ. (2547). *จริยธรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตินันท์ อัฐรัตน์. (2548). *การวางแผนเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ณัฐพงษ์ นักการีย์. (2554). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการเลือกห้องพักในเทศบาลนครเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทิพยา กิจวิจารณ์. (2549). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- นรินทร์ลักษณ์ ชันขวา. (2552). *กลยุทธ์การตลาดโดยศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม กรณีศึกษา: ศูนย์ห้องพักตักสิลานคร จังหวัดมหาสารคาม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2547). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พลุ เดชะรินทร์. (2547). *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicators* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัศตร์ผจง วัฒนาลินธุ์ และพลุ เดชะรินทร์. (2545). *การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2550). *ทฤษฎีการประเมิน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2546). *สถิติพื้นฐานเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมยศ นาวิการ. (2548). *การบริหารเชิงกลยุทธ์* (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.
- สุนทรী อุดชาชน. (2549). *ศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจห้องพักในเขตจังหวัดมหาสารคาม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2544). *ห้องพักนักศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรื.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อังคณา ธรรมาธิวัฒน์. (2548). กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการหอพักในตำบลสุเทพ อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อิชยา อุณหพัฒนา. (2555). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจหอพักบริเวณมหาวิทยาลัย
แม่ฟ้าหลวง กรณีศึกษาโซนศรีป่าซาง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้า
หลวง.