

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในจังหวัดปทุมธานี

**FACTORS INFLUENCING STUDENT DECISION MAKING TO
CHOOSE STUDENT ACCOMMODATION
IN PATHUMTHANI PROVINCE**

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในจังหวัดปทุมธานี

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี

Factors Influencing Student Decision Making to Choose
Student Accommodation in Pathum Thani Province

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวลัดดาวัลย์ ประกอบมูล

วิชาเอก

การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.

ปีการศึกษา

2556

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

Riraynt P.

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์พิรุทธิ์ พัฒน์ธนนานนท์, D.B.A.)

ม.ลศ. มีจินดา

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ปณิศา มีจินดา, Ph.D.)

นพ

..... กรรมการ
(อาจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

กนกพร

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, D.B.A.)

วันที่ 13 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2557

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวลัดดาวัลย์ ประกอบมูล
วิชาเอก	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กนกพร ชัยประสิทธิ์, Ph.D.
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับการทำธุรกิจหอพัก และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เช่าหอพักในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักศึกษาที่อยู่ในเขตพื้นที่ อ.ธัญบุรี และ อ.คลองหลวง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Samples t-test, One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18-22 ปี มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคกลาง และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) ในภาพรวมพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง มีความคิดเห็นในด้านราคาอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับความสำคัญมาก ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก ขึ้นอยู่กับปัจจัยอายุ รายได้ ภูมิลำเนา สถาบันการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก ส่วนประสมทางการตลาด

Independent Study Title	Factors Influencing Student Decision Making to Choose Student Accommodation in Pathumthani Province
Name-Surname	Miss Luddawan Pragobmoon
Major Subject	Marketing
Independent Study Advisor	Miss Kanokporn Chaiprasit, Ph.D.
Academic Year	2013

ABSTRACT

This independent study aimed to study student decision making to choose student accommodation in Pathumthani province in order to help the investors to build and facilitate accommodation and facilities to meet student demand including product, price, place, promotion, personnel, physical and process. Samples were the students who lived in Amphoe Thanyaburi and Amphoe Klongluang. 400 samples were collected by the questionnaires. Statistics used to analyze data were Percentage, Frequency, Mean, Standard Deviation, Independent Samples t-test, and One-way ANOVA at statistical significant level of 0.05.

The findings showed that most respondents were female with the age between 18-22 years old, had the average income 5,000-10,000 Baht. Mostly, they were from the Central area and they studied at Thammasat University (Rangsit Campus). The results revealed that the opinion toward the important of the overall marketing mix factor was rated at the moderate level, while price was at the most important and product was rated at the high level. Besides, place, promotion, personnel, physical and process were rated at the moderate level.

The hypothesis testing found that factors that affect the decision making to choose student accommodation were age, average income, domicile and educational institution with level of significance of 0.05

Keywords: decision making to choose accommodation, marketing mix

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากท่าน ดร.พิรุฑ์ พัฒนรัตนานนท์ ประธานกรรมการ และรองศาสตราจารย์ ดร.ปณิศา มีจินดา ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ พร้อมกับให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง สำหรับท่าน ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ที่ได้คอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และตรวจผลงานพร้อมกับให้คำแนะนำ ในการปรับปรุงแก้ไข จนทำให้ผลการศึกษาประสบความสำเร็จ เป็นการค้นคว้าอิสระเล่มสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาในข้อสงสัย รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ บุคคลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง คุณพ่อสำเนา คุณแม่ถนอม ประกอบมูล ครอบครัว และญาติพี่น้อง ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ช่วยส่งเสริม สนับสนุน และเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา จนทำให้การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ประสบผลสำเร็จ

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(12)
บทที่ 1 บทนำ.....	13
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	13
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	14
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	14
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	14
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	15
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	17
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
2.1 พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2507.....	18
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา.....	24
2.3 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดปทุมธานี.....	30
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	35
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	42
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	78
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	78
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	81
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	84
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	87
บรรณานุกรม.....	88
ภาคผนวก.....	90
ประวัติผู้เขียน.....	96



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 แนวคิดส่วนผสมทางการตลาด 4Ps.....	29
ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่ทบทวนมา.....	33
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	43
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	44
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	44
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา.....	45
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถาบันการศึกษา.....	45
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวม.....	46
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตัดสินใจตามด้านผลิตภัณฑ์.....	47
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตัดสินใจตามด้านราคา.....	47
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตัดสินใจตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	48
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตัดสินใจตามด้านการส่งเสริมการตลาด.....	49
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตัดสินใจตามด้านบริการ.....	49
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตัดสินใจตามด้านสภาพแวดล้อม.....	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตัดสินใจตามด้านกระบวนการ	51
ตารางที่ 4.14 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม จำแนกตามเพศที่ต่างกัน	52
ตารางที่ 4.15 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี เป็นรายด้าน จำแนกตามเพศที่ต่างกัน	52
ตารางที่ 4.16 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามอายุที่ต่างกัน	53
ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษา จำแนกตามอายุที่ต่างกัน	54
ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	55
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	56
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	56
ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามรายได้ที่ต่างกัน	57
ตารางที่ 4.22 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามรายได้ที่ต่างกัน	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่.....	59
ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่.....	60
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่.....	61
ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน.....	62
ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน.....	62
ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านการตลาด จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่.....	64
ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านการบริการ จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่.....	65
ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านกระบวนการ จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่.....	66
ตารางที่ 4.31 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามสถาบันการศึกษาที่แตกต่างกัน.....	67
ตารางที่ 4.32 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามสถาบันการศึกษาที่แตกต่างกัน.....	68
ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่.....	70
ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่.....	71
ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่.....	72
ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่.....	73
ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่.....	74
ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่.....	75
ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านกระบวนการ จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่.....	76
ตารางที่ 4.41 สรุปความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก.....	77

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 แสดงภาพกรอบแนวคิด.....	หน้า 17
-----------------------------------	---------



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องด้วยจังหวัดปทุมธานีตั้งอยู่ในเขตปริมณฑล ที่มีความเจริญในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นสถานที่สำคัญต่าง ๆ ศูนย์การค้า สถานที่ราชการ และสถานศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่ให้ความสำคัญในด้านการศึกษา จึงทำให้มีสถานศึกษาก่อตั้งขึ้นมากมาย รวมถึงมหาวิทยาลัยที่อยู่ในจังหวัดปทุมธานี พบว่ามีจำนวน 8 แห่ง ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนและของรัฐบาล คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 31,760 คน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 28,000 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 25,729 คน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 25,065 คน มหาวิทยาลัยรังสิต มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 16,000 คน มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 4,008 คน มหาวิทยาลัยปทุมธานี มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 2,629 คน และมหาวิทยาลัยชินวัตร (วิทยาเขตปทุมธานี) มีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 25,065 คน ด้วยเหตุนี้การขยายตัวในทุก ๆ ด้าน ทำให้เราเห็นว่าในแต่ละปีจะมีนักศึกษาเข้ามาศึกษาทั้งจากต่างจังหวัดและบริเวณใกล้เคียง ซึ่งในจำนวนดังกล่าวส่วนหนึ่งมีที่พักอาศัยเป็นของตนเอง แต่ยังมีอีกจำนวนมากที่ไร้ที่พักพิงแน่นอน และบุคคลกลุ่มนี้มีความจำเป็นต้องการที่อยู่อาศัยเป็นการชั่วคราว ซึ่งความต้องการนี้ทำให้มีคนประกอบธุรกิจสร้างหอพักในปริมาณมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในย่านใกล้สถานศึกษาหรือแหล่งชุมชน อาจเนื่องมาจากการย้ายถิ่นของคนที่มิภูมิลำเนาต่างจังหวัดเข้ามาพักอาศัยเพื่อให้สามารถเดินทางมาศึกษาได้สะดวก รวมทั้งปัญหาเรื่องของการจราจรที่ติดขัดทำให้บุคคลที่มีที่พักอยู่ไกลจากสถานศึกษาต้องหันมาอาศัยห้องเช่ามากขึ้น ดังนั้นที่อยู่อาศัยให้เช่าประเภทต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็น หอพัก บ้านเช่า อพาร์ทเมนต์ แมนชั่น จึงเกิดขึ้นเพื่อสนองต่อสิ่งที่ต้องการเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี

สำหรับหอพักเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากนักศึกษา เพราะเป็นบ้านแห่งที่สองของนักศึกษา เป็นส่วนหนึ่งที่ประสพระหว่างชีวิตนอกห้องเรียนของนักศึกษา เป็นสถานที่ที่นักศึกษาจะต้องใช้เวลาอยู่นานมากกว่าในสถานศึกษา เจ้าของหรือผู้จัดการหอพักจึงต้องทำหน้าที่เปรียบเสมือนผู้ปกครองของนักศึกษาเพราะจะต้องคอยดูแลหอพักให้มีส่วนเสริมทางการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมนักศึกษาได้พัฒนาชีวิตให้สมบูรณ์ เห็นชีวิตในแนวกว้างและสร้างทัศนคติที่ดี ดังนั้นหอพักจึงควรจัดให้มีความสวยงามเป็นระเบียบ มีความสะอาดสบายสร้างความเป็นส่วนตัว

ให้แก่นักศึกษา ดูแลรักษาด้านความปลอดภัยจัดสิ่งแวดล้อมให้นักศึกษาที่เข้ามาอยู่ในห้องอย่างมีระเบียบ ไม่ส่งเสียงเอะอะ อึกทึก ไม่เปิดวิทยุเสียงดังจนเกินไป ไม่ทำลายระเบียบกฎเกณฑ์ และหอพักสามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่พัฒนาทักษะทางสังคม ความรับผิดชอบภายในหอพัก ส่งเสริมการเป็นผู้นำและการกีฬา เพราะหอพักมีผลกระทบต่อผลการเรียน การพัฒนาของนักศึกษาเหล่านั้นด้วย

ในปัจจุบันที่อยู่อาศัยที่สร้างขึ้นเพื่อให้เช่าในจังหวัดปทุมธานีได้เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในบริเวณใกล้แหล่งสถานศึกษา ทำให้นักศึกษาคำนั่งถึงปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกหอพักมากขึ้น โดยนักศึกษาเริ่มมองที่ด้านอื่น ๆ เป็นตัวช่วยในการเลือกด้วย ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ด้านราคาค่าเช่า ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความปลอดภัย ด้านสภาพแวดล้อม เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงต้องมีความรู้และศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา เพราะผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาเป็นแนวคิดของการศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น โดยให้สัมพันธ์กับสิ่งที่นักศึกษาต้องการในปัจจุบัน และเพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ที่จะทำธุรกิจหอพัก ใช้ในการที่จะพัฒนาระบบการให้บริการให้เป็นที่น่าพอใจของนักศึกษาอย่างเต็มที่

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาที่อยู่ในจังหวัดปทุมธานี

1.2.2 เพื่อเป็นข้อมูลส่งเสริมในการตัดสินใจสำหรับการทำธุรกิจหอพัก และเพื่อสนองต่อสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าหอพักใน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

เพศ อายุ รายได้ ภูมิฐานะของนักศึกษาผู้เช่าหอพักต่างกัน จะมีการให้ระดับความสำคัญในปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา ในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 เนื้อหาการวิจัย : ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร : นักศึกษาที่ต้องการเช่าหอพักในเขตอำเภอชัยบุรีและอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี รวม 5 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

1.4.3 พื้นที่การวิจัย : หอพักที่อยู่บริเวณเขตอำเภอธัญบุรีและอำเภอลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี รวม 5 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

1.4.4 ช่วงเวลาที่ทำการวิจัย : ช่วงเวลาระหว่าง เดือนตุลาคม-เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัย หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวจูงใจก่อให้เกิดการผลักดันช่วยในการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกเช่าหอพัก ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ด้านราคาค่าเช่า ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านอื่น ๆ เป็นต้น

การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดและปฏิบัติ เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ดังนั้นก่อนที่จะมีการตัดสินใจจึงควรมีการชั่งใจ ไตร่ตรอง วิจัย ค้นหาวิธีการและทางเลือกหลาย ๆ ทางเพื่อไปสู่ทางเลือกที่ดีที่สุด

หอพัก หมายถึง ที่อยู่อาศัยชั่วคราวสำหรับผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507

นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีอยู่ในจังหวัดปทุมธานี และเป็นผู้ที่กำลังใช้บริการเช่าหอพักบริเวณมหาวิทยาลัยขณะทำการศึกษา

การบริการ หมายถึง สิ่งที่ทางหอพักมอบความสะดวกสบายในด้านต่าง ๆ แก่นักศึกษาผู้เช่า เช่น ลิฟต์ ที่จอดรถ ยามรักษาความปลอดภัย ระบบโทรศัพท์สายตรง พนักงานทำความสะอาด ห้องอาหาร เคาเบิ้ลทีวี เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่ทางหอพักมีอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ มีไว้ให้บริการแก่ผู้เช่าพัก ได้แก่ เตียงนอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง โต๊ะเขียนหนังสือ ตู้เย็น เครื่องทำน้ำร้อน เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

ภูมิภาค หมายถึง ถิ่นฐานบ้านเกิดของนักศึกษาที่เข้าพักอาศัยในหอพักนักศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 7 ภูมิภาค และ 77 จังหวัด ซึ่งแต่ละภูมิภาคประกอบด้วยจังหวัดต่อไปนี้

ภาคเหนือ ได้แก่ กำแพงเพชร เชียงราย เชียงใหม่ ตาก นครสวรรค์ น่าน พะเยา แพร่ พิจิตร แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์ ลำปาง ลำพูน พิชณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ และอุทัยธานี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ กาศสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุดรธานี อุบลราชธานี บึงกาฬ

ภาคกลาง ได้แก่ ชัยนาท นครนายก ลพบุรี สระบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง และพระนครศรีอยุธยา กรุงเทพฯ และปริมณฑล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร

ภาคตะวันออก ได้แก่ จันทบุรี ชลบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว และระยอง ภาคตะวันตก ได้แก่ กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม เพชรบุรี ราชบุรี และสุพรรณบุรี

ภาคใต้ ได้แก่ กระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พัทลุง พังงา ภูเก็ต ยะลา ระนอง สงขลา สตูล และสุราษฎร์ธานี

รายได้ต่อเดือน หมายถึง จำนวนเงินที่นักศึกษาที่เข้าพักอาศัยในหอพักนักศึกษาได้รับในแต่ละเดือน ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่ผู้ปกครองให้ไว้ใช้จ่ายต่อเดือน รวมถึงจำนวนเงินที่นักศึกษาสามารถหามาได้จากการทำงานพิเศษต่าง ๆ รวมเป็นรายได้ต่อเดือน

ด้านการตลาด หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ผู้เป็นเจ้าของกิจการหอพักใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ด้านบุคคล หมายถึง การคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจได้แตกต่างมากกว่าคู่แข่ง พนักงานมีความรู้และความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสร้างความคิดในเรื่องค่านิยมให้แก่บริษัท

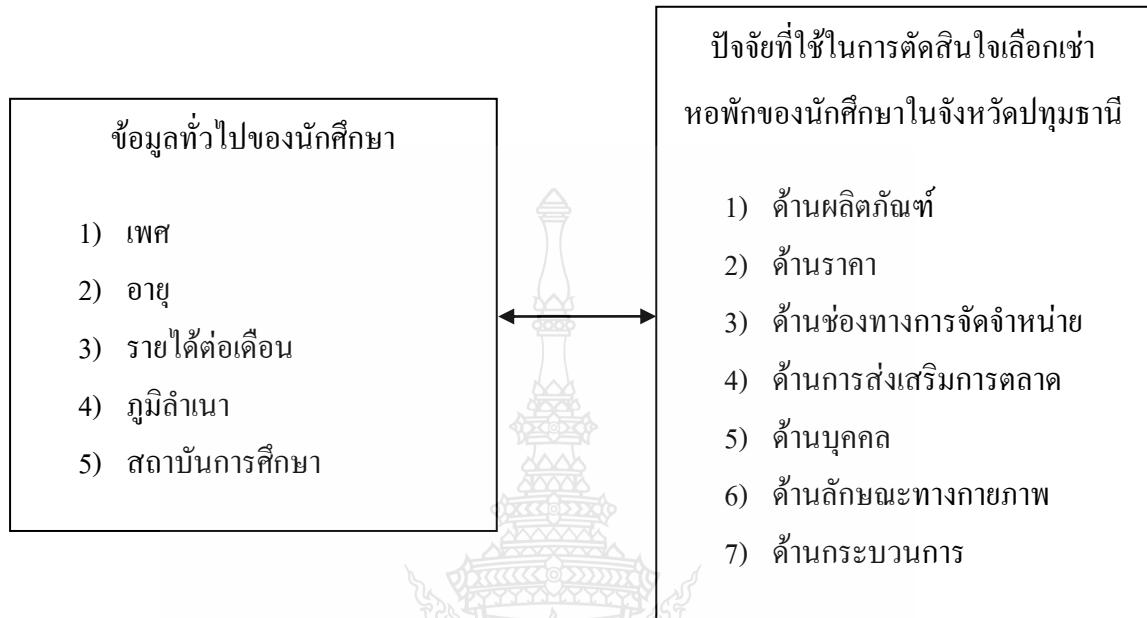
ด้านกระบวนการ หมายถึง การสร้างคุณภาพในการบริการ ให้กับลูกค้าได้อย่างประทับใจ และรวดเร็ว

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ตัวอย่างเช่น โรงแรมหรือหอพัก ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการบริการ เพื่อให้เกิดคุณค่ากับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



ภาพที่ 1.1 แสดงภาพกรอบแนวคิด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.7.1 ทำให้ผู้ประกอบการรู้ถึงปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษา เพื่อให้เป็นแนวคิดในการทำธุรกิจห้องพัก และตรงตามที่ต้องการของผู้เช่าได้โดยตรงจุด และใช้เป็นประโยชน์ในแนวคิดของระบบการให้บริการ

1.7.2 ทำให้ผู้ประกอบการ ใช้เป็นข้อมูลส่งเสริมในการตัดสินใจสำหรับการทำธุรกิจห้องพัก และใช้เป็นแนวทางในการลงทุนธุรกิจ

1.7.3 ทำให้ผู้เช่าได้รับบริการที่พึงพอใจในด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ประวัติความเป็นมาและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการศึกษา โดยศึกษาในหัวข้อต่าง ๆ

- 2.1 พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507
- 2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษา
- 2.3 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดปทุมธานี
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507

เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ ปรากฏว่าเด็กและเยาวชนหรือผู้ที่อยู่ในระหว่างการศึกษาซึ่งเข้ามาศึกษาเล่าเรียน ในจังหวัดพระนครหรือในจังหวัดใหญ่ ๆ บางจังหวัด และเข้าพักอยู่ในหอพักของเอกชนได้ทวีจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับ บรรดาหอพักต่าง ๆ ของเอกชนที่จัดตั้งขึ้นไม่มีกฎหมายควบคุม ผู้จัดตั้งหอพักได้ดำเนินการเพื่อประโยชน์ในการค้ามากกว่าเพื่อสวัสดิภาพ และอาจก่อให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อย ผิดศีลธรรมอันดีหรืออาจเป็นภัยต่อประเทศชาติ จึงสมควรให้มีกฎหมายควบคุมการจัดตั้งหอพักของเอกชน

2.1.1 การตั้งหอพัก

ผู้ใดจะตั้งหอพัก ต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนหอพักเสียก่อน เว้นแต่หอพักต่อไปนี้ ซึ่งได้รับการยกเว้นให้ไม่ต้องขออนุญาตจัดตั้งคือ

2.1.1.1 หอพักของกระทรวง ทบวง กรม

2.1.1.2 หอพักที่รับผู้พักซึ่งกำลังศึกษาเล่าเรียนอยู่ในมหาวิทยาลัย วิทยาลัย โรงเรียน รัฐบาลหรือโรงเรียนราษฎร์ มีจำนวนน้อยกว่า 5 คน

2.1.1.3 หอพักที่รับผู้พักโดยไม่เรียกทรัพย์สินตอบแทน

2.1.1.4 หอพักของโรงเรียนอนุบาล ประถม โรงเรียนมัธยมสามัญศึกษา โรงเรียนมัธยมวิสามัญศึกษา ตามกฎหมายว่าด้วยโรงเรียนราษฎร์ ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณของโรงเรียน และรับเฉพาะนักเรียนของโรงเรียนนั้นเข้าพัก

ดังนั้น หอพักที่อยู่ในข่ายควบคุมตามกฎหมายนี้ กล่าวโดยทั่วไปหมายถึงหอพักเอกชน ที่รับนักเรียน นิสิตหรือนักศึกษาเข้าพักตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป และคำว่า นักเรียน นักศึกษา นี้หมายรวมถึงนักเรียน หรือนักศึกษาในโรงเรียนของเอกชนที่สอนวิชาเสริมสวย วิชาช่างกล วิชาตัดเย็บเสื้อผ้า หรือวิชาชีพอย่างอื่น ซึ่งได้รับอนุญาตจัดตั้งตามพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ พ.ศ. 2497 ด้วย

2.1.2 ผู้ขออนุญาตจัดตั้งหอพัก ต้องเป็นเจ้าของหอพักเอง คำว่า “เจ้าของหอพัก” ตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ได้ให้คำนิยามไว้ หมายความว่า บุคคลซึ่งเป็นเจ้าของกิจการหอพักมิได้หมายถึงผู้เป็นเจ้าของอาคารที่ต้งหอพัก เพราะผู้ตั้งหอพักอาจเช่าบ้านผู้อื่นมาตั้งเป็นหอพักขึ้นก็ได้ แต่เจ้าของอาคารเองก็อาจจะเป็นเจ้าของกิจการหอพักเองได้ด้วย ดังนั้นผู้ที่เช่าหรือยืม อาคาร สถานที่ บุคคลอื่นมาดำเนินการ ก็มีสิทธิยื่นเรื่องขออนุญาตตั้งหอพักต่อนายทะเบียนได้

กล่าวโดยสรุปก็คือ เจ้าของกรรมสิทธิ์อาคารสถานที่กับเจ้าของกิจการหอพัก จะเป็นบุคคลคนเดียวหรือคนละคนก็ได้ แต่ผู้มีหน้าที่ยื่นคำขออนุญาตจัดตั้งหอพักต้องเป็นเจ้าของกิจการหอพักเท่านั้น

2.1.3 เจ้าของหอพัก

คุณสมบัติของผู้เป็นเจ้าของหอพัก และหน้าที่ของเจ้าของหอพักตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507

พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่เป็นเจ้าของหอพักไว้ 5 ประการ คือ

2.1.3.1 ต้องอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์

2.1.3.2 ต้องไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสีย หรือบกพร่องในศีลธรรมอันดี

2.1.3.3 ต้องไม่เป็นผู้วิกลจริต หรือจิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ

2.1.3.4 ไม่เป็นผู้เคยต้องโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่ความผิดลหุโทษหรือความผิดที่ได้กระทำโดยประมาท

2.1.3.5 ไม่เป็นผู้เจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อน วัณโรค ในระยะอันตราย โรคเท้าช้างในระยะปรากฏอาการเป็นที่รังเกียจของสังคม โรคยาเสพติดให้โทษอย่างร้ายแรง หรือโรคพิษสุราเรื้อรัง

หากสมาคม มูลนิธิองค์การ หรือบริษัท ห้างร้านที่เป็นนิติบุคคลเป็นเจ้าของกิจการหอพัก จะต้องตั้งบุคคลธรรมดาที่มีคุณสมบัติดังกล่าวแล้วเป็นผู้แทน เพื่อปฏิบัติการตามกฎหมายตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ได้กำหนดหน้าที่เจ้าของหอพักไว้ดังต่อไปนี้

2.1.3.6 เจ้าของหอพักจะต้องยื่นขออนุญาตจัดตั้งหอพักต่อนายทะเบียนหอพัก

2.1.3.7 ในกรณีที่เจ้าของหอพักมิได้เป็นผู้จัดการหอพักด้วย เจ้าของหอพักต้องทำหนังสือแต่งตั้งผู้จัดการหอพัก เพื่อให้ผู้จัดการหอพักแนบหนังสือแต่งตั้งมาพร้อมกับคำขออนุญาตเป็นผู้จัดการหอพักยื่นต่อนายทะเบียน หากมีการเปลี่ยนแปลงตัวผู้จัดการหอพัก เป็นหน้าที่ที่เจ้าของหอพักจะต้องยื่นเรื่องราวขออนุมัติจากนายทะเบียน

2.1.3.8 ต้องจัดให้มีระเบียบประจำหอพัก ตามมาตรา 10 ซึ่งเจ้าของหอพักต้องยื่นมาพร้อมกับคำขออนุญาตจัดตั้งหอพักสาระสำคัญของระเบียบประจำหอพักอย่างน้อยต้องมี 7 ประการตามที่กฎหมายกำหนด คือ

- 1) หลักเกณฑ์การรับผู้พัก
- 2) อัตราค่าเช่าหอพัก ค่าอาหาร และค่าบริการอื่น ๆ
- 3) เวลาเข้าออกหอพัก
- 4) การเยี่ยมผู้พัก
- 5) การรักษาพยาบาล
- 6) การค้ำแรมที่อื่น
- 7) การห้ามผู้พักมิให้ก่อความรำคาญแก่ผู้อยู่ใกล้เคียง

2.1.3.9 ต้องแสดงใบอนุญาตให้ตั้งหอพักไว้ ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายในหอพัก ถ้าฝ่าฝืนจะถูกดำเนินคดีต้องระวางโทษปรับ

2.1.3.10 ต้องให้มีป้ายหอพักโดยระบุชื่อและประเภทหอพักว่าเป็นหอพักชายหรือหญิง เป็นภาษาไทยขนาดใหญ่เห็นได้ในระยะอันสมควรติดไว้ ณ หอพักในที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายภายนอกอาคาร ถ้าฝ่าฝืนเช่นไม่มีป้ายชื่อติดไว้หรือติดไว้แต่ไม่ถูกต้อง หากถูกดำเนินคดีต้องระวางโทษปรับ

2.1.3.11 การแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบประจำหอพัก เป็นหน้าที่ของเจ้าของหอพักที่ต้องยื่นเรื่องราวต่อนายทะเบียน เพื่อขอรับความเห็นชอบจากนายทะเบียนเสียก่อน จึงจะใช้ระเบียบประจำหอพักฉบับใหม่ได้โดยเฉพาะในระเบียบประจำหอพักจะมีเรื่องกำหนดอัตราค่าเช่าไว้ด้วย เจ้าของหอพักจะเก็บค่าเช่าหอพักเกินกว่าอัตราที่ได้รับอนุญาตไว้ในระเบียบประจำหอพักมิได้

2.1.3.12 การแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมหอพัก เจ้าของหอพักมีหน้าที่จะต้องแจ้งเป็นหนังสือต่อนายทะเบียนภายใน 7 วันก่อนแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติม

2.1.3.13 ในกรณีใบขออนุญาตจัดตั้งหอพักสูญหาย หรือถูกทำลายในสาระสำคัญ เจ้าของหอพักมีหน้าที่จะต้องแจ้งต่อนายทะเบียน และยื่นคำร้องขอรับใบอนุญาตภายใน 15 วัน นับแต่ได้ทราบว่าใบอนุญาตสูญหายหรือถูกทำลาย

2.1.4 ผู้จัดการหอพัก

นอกจากเจ้าของหอพักแล้ว ตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ยังได้กำหนดให้มีผู้จัดการหอพักอีกด้วย จะมีเพียงเจ้าของหอพักเท่านั้นก็ได้ แต่เจ้าของหอพักอาจเป็นผู้จัดการเองด้วยก็ได้แต่ต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนเสียก่อน ตามกฎหมายได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นผู้จัดการหอพักไว้เช่นเดียวกับเจ้าของหอพักดังกล่าวแล้ว นอกจากนั้นยังได้กำหนดหน้าที่ไว้หลายประการ คือ

2.1.4.1 ผู้จะเป็นผู้จัดการหอพักจะต้องยื่นเรื่องราวขออนุญาตจากนายทะเบียน

2.1.4.2 ต้องแสดงใบอนุญาตให้เป็นผู้จัดการหอพักไว้ ณ ที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายในหอพักทั้งต้องดูแลให้มีการแสดงใบอนุญาตจัดตั้งไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ชัดเจนเช่นกันรวมทั้งต้องดูแลให้แสดงป้ายชื่อหอพักตามที่กฎหมายกำหนดด้วย

2.1.4.3 จัดทำสมุดทะเบียนผู้พัก ตามแบบที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง

2.1.4.4 เมื่อมีผู้มาพักให้กรอกข้อความในสมุดทะเบียนผู้พักทุกรายการ และให้ผู้จัดการพร้อมด้วยผู้พักลงลายมือชื่อกำกับไว้ด้วย

2.1.4.5 ต้องให้ความร่วมมือแก่สถานศึกษาของผู้พักในเรื่องการศึกษา และความประพฤติของผู้พัก

2.1.4.6 ต้องไม่รับหรือยอมให้บุคคลที่ขาดคุณสมบัติตามกฎหมาย เช่น ผู้ที่มีความประพฤติเสื่อมเสีย หรือบกพร่องในศีลธรรมอันดี ทำงานในหอพักหนึ่งหอพักหญิงจะต้องใช้หญิงเท่านั้นเป็นผู้ทำงานในหอพัก

2.1.4.7 เมื่อปรากฏหรือมีเหตุอันควรสงสัยว่าผู้พักตกอยู่ หรือจะตกอยู่ในอันตรายเพราะเหตุเจ็บป่วย หรือเหตุอื่นใดก็ตาม ต้องแจ้งให้บิดามารดาหรือผู้ปกครองของผู้พักทราบโดยด่วน

2.1.4.8 ต้องควบคุมดูแลมิให้หญิงเข้าอยู่ในหอพักชายและมีให้ชายเข้าอยู่ในหอพักหญิง

2.1.5 ข้อกำหนดในการจัดตั้งและดำเนินงานหอพัก

2.1.5.1 ตามกฎหมายได้กำหนดประเภทของหอพักไว้เพียง 2 ประเภท คือหอพักชายกับหอพักหญิง ฉะนั้นเมื่อจะขออนุญาตจัดตั้งหอพักจะต้องตกลงใจเสียให้แน่ก่อนว่าจะตั้งหอพักประเภทใด เจ้าของจะตั้งหอพักเดียวแล้วจัดให้ผู้พักทั้งชายและหญิงอยู่ด้วยกันมิได้ แต่อาจตั้งหอพักชายและหอพักหญิงอยู่ใกล้เคียงกันได้ โดยแยกกันให้เด็ดขาดเป็นสัดส่วนคนละหอพัก

2.1.5.2 หอพักต้องจัดให้มีห้องนอน ห้องต้อนรับผู้เยี่ยมชม หรืออีกนัยหนึ่งห้องรับแขก ห้องรับประทานอาหาร ห้องน้ำ ห้องส้วม ซึ่งมีสภาพถูกสุขลักษณะ เช่น ต้องมีช่องแสง

สว่างและช่องระบายอากาศอย่างเพียงพอ สำหรับห้องนอนต้องมีขนาดความจุอากาศไม่น้อยกว่า 9 ลูกบาศก์เมตร ต่อผู้พักหนึ่งคน ห้องต้อนรับผู้มาเยี่ยมเยียนต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 8 ตารางเมตร ห้องน้ำต้องมีพื้นที่ห้อง ไม่คลุมชิดจากใต้พื้นและไม่มีน้ำขัง ห้องส้วมต้องเป็นแบบส้วมซึม เป็นต้น นอกจากนี้ห้องต่าง ๆ ตามที่กฎหมายระบุไว้แล้ว หอพักอาจจัดให้มีห้องอื่น ๆ เพื่อประโยชน์สำหรับผู้พักอีกก็ได้ เช่น ห้องสมุด ห้องดูหนังสือ ห้องกีฬาในร่ม หรือห้องปฏิบัติศาสนกิจ ทั้งนี้แล้วแต่เจ้าของหอพักจะพิจารณาเห็นสมควรหรืออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พักทั้งหลาย

2.1.5.3 เจ้าของหอพักจะต้องวางระเบียบประจำหอพักขึ้นไว้โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องมีข้อกำหนดในเรื่องหลักเกณฑ์การรับผู้พัก อัตราค่าเช่าหอพัก ค่าอาหาร และค่าบริการอื่น ๆ เวลาเข้าและออกหอพัก การเยี่ยมผู้พัก การรักษาพยาบาลป่วยไข้ การค้างแรมที่อื่นนอกหอพักและการห้ามผู้พักมิให้ก่อความรำคาญแก่ผู้ใกล้เคียง ระเบียบประจำหอพักนี้ เมื่อเจ้าของหอพักจัดทำขึ้นแล้วจะต้องเสนอขอความเห็นชอบจากนายทะเบียนก่อน และถ้าจะแก้ไขเพิ่มเติมก็จะต้องได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนเช่นเดียวกัน

2.1.5.4 เจ้าของหอพักต้องจัดให้มีป้ายคำว่า หอพัก ชื่อของหอพักและประเภทหอพักชายหรือหอพักหญิงเป็นภาษาไทยขนาดใหญ่พอเห็นได้ในระยะพอสมควรติดไว้ ณ หอพักในที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายจากภายนอกอาคาร นอกจากนั้นจะต้องติดใบอนุญาตให้ตั้ง และให้เป็นผู้จัดการหอพักไว้ ณ ที่เปิดเผยเห็นได้ง่ายภายในหอพักด้วย ในกรณีนี้ส่วนมากเจ้าของหอพักนิยมเอาใบอนุญาตใส่กรอบติดไว้ ณ บริเวณสำนักงานที่ติดอยู่ในหอพักซึ่งทำให้ดูเรียบร้อยดี

2.1.5.5 ในการขออนุญาตจัดตั้งหอพัก และขออนุญาตเป็นผู้จัดการหอพักจะต้องยื่นคำขออนุญาตตามแบบที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2508) ออกตามความในพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 (แบบ พ.1 และ แบบ พ.2) สำหรับคำขอขออนุญาตจัดตั้งหอพักนั้นจะต้องแนบรูปถ่ายของเจ้าของหอพัก ขนาดกว้าง 5 เซนติเมตร สูง 6 เซนติเมตร จำนวน 2 รูป กับระเบียบประจำหอพักแผนผังบริเวณหอพัก และแปลนอาคารหอพักเสนอพร้อมไปด้วย สำหรับแผนผังบริเวณหอพักและแปลนอาคารนั้นควรแสดงให้เห็นรายละเอียดที่สำคัญต่าง ๆ โดยครบถ้วน เฉพาะแปลนอาคารต้องแสดงให้เห็นว่าอาคารมีกี่ชั้น มีกี่ห้องแต่ละห้องเป็นห้องอะไรบ้างและมีขนาดกว้าง ยาว สูง เท่าใด (แบบพิมพ์เขียว)

2.1.5.6 อัตราค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตจัดตั้งหอพัก และเป็นผู้จัดการหอพัก นั้นกฎหมายได้กำหนดให้เรียกเก็บเป็นค่าใบอนุญาตให้จัดตั้งหอพัก 200 บาท และใบอนุญาตให้เป็นผู้จัดการหอพัก 100 บาท ใบอนุญาตทั้งสองชนิดนี้สิ้นอายุภายในวันที่ 31 ธันวาคม ของทุกปีที่ออกใบอนุญาต การขอต่ออายุใบอนุญาตผู้ขอต้องยื่นเรื่องราวก่อนใบอนุญาตหมดอายุไม่น้อยกว่า 30 วัน

หรืออีกนัยหนึ่งคือ ต้องยื่นคำขอต่ออายุใบอนุญาตต่อนายทะเบียนก่อน ต้นเดือนธันวาคมทุกปี ส่วนค่าธรรมเนียมต่ออายุใบอนุญาตให้จัดตั้งหอพัก 100 บาท และค่าธรรมเนียมต่ออายุใบอนุญาตให้เป็นผู้จัดการหอพัก 50 บาท

2.1.6 การตรวจตราควบคุมและบทกำหนดโทษผู้ฝ่าฝืน

2.1.6.1 พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ให้อำนาจนายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่ในอันที่จะเข้าไปในหอพักใด ๆ ในเวลาระหว่างพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตกได้เสมอ โดยมีต้องบอกกล่าวล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อตรวจตราควบคุมให้การปฏิบัติได้เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายบุคคลที่อยู่ในหอพักนั้น ไม่ว่าจะเป็น เจ้าของ ผู้จัดการ ผู้พัก หรือบุคคลอื่นใดก็ตามให้ความสะดวกพอสมควรแต่ในกรณีจำเป็น เช่น ได้ทราบว่ามีหอพักใดประกอบการทุจริตมิชอบ นายทะเบียนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งปฏิบัติตามคำสั่งของนายทะเบียน ก็มีอำนาจเข้าไปตรวจหอพักก่อนเวลาพระอาทิตย์ขึ้น หรือหลังเวลาพระอาทิตย์ตกก็ได้ ในกรณีที่เจ้าของหอพักสงสัยว่า จะเป็นนายทะเบียนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่จริงหรือไม่อาจขออุทธรณ์ประจำตัวได้

2.1.6.2 นายทะเบียนมีอำนาจสั่งเป็นหนังสือ ให้เจ้าของหอพักหรือผู้จัดการหอพักจัดการหรือแก้ไขหอพักหรือปฏิบัติการอย่างใด ๆ ให้เป็นไปตามกฎหมายนี้ภายในกำหนดเวลาแล้วแต่จะเห็นสมควรได้ ถ้าเจ้าของหรือผู้จัดการหอพักไม่ปฏิบัติการให้เป็นตามคำสั่งของนายทะเบียนดังกล่าวแล้วก็ดี เป็นผู้ขาดคุณสมบัติตามที่กฎหมายกำหนดไว้ก็ดี หรือดำเนินกิจการหอพักเป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อย ศีลธรรมอันดี หรือเป็นภัยต่อประเทศชาติ นายทะเบียนมีอำนาจสั่งให้พนักงานเจ้าหน้าที่เข้าควบคุมหรือดำเนินกิจการหอพักนั้น หรือถ้าเห็นสมควรจะสั่งเพิกถอนใบอนุญาตให้ตั้งหอพัก หรือใบอนุญาตให้เป็นผู้จัดการหอพักโดยอนุมัติของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ก็ได้ ค่าใช้จ่ายในการที่พนักงานเจ้าหน้าที่เข้าควบคุม หรือดำเนินกิจการหอพักดังกล่าวนี้ให้เจ้าของหอพักเป็นผู้จ่าย

2.1.6.3 พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ได้กำหนดโทษผู้ฝ่าฝืนกฎหมายนี้ไว้หลายประการ เช่น ผู้ใดตั้งหอพักหรือเป็นผู้จัดการหอพักโดยมิได้รับอนุญาตต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 2,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าผู้จัดการหอพักไม่ควบคุมดูแลปล่อยให้หญิงเข้าไปอยู่ในหอพักชายหรือให้ชายเข้าไปอยู่ในหอพักหญิงจะต้องโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือน หรือปรับไม่เกิน 1,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ เป็นต้น

2.1.7 นายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่

ตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ได้กำหนดไว้ว่า สำหรับกรุงเทพมหานครให้ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็กเยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ

เป็นนายทะเบียนที่จะพิจารณาอนุญาตหรือไม่อนุญาตแก่ผู้ขอจัดตั้งหอพักหรือเป็นผู้จัดการหอพักและดำเนินการอื่น ๆ ตามที่กฎหมายดังกล่าวได้บัญญัติไว้ ส่วนในจังหวัดอื่น ๆ ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น ๆ เป็นนายทะเบียน

ส่วนพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานตรวจตราควบคุมหอพักต่าง ๆ นั้น ต้องเป็นผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่ากระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

อนึ่ง ทั้งนายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่จะมีบัตรประจำตัวแสดงเป็นหลักฐานในการปฏิบัติงานด้วย

การที่ทางราชการได้ตราพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507 ออกใช้บังคับนี้ มิได้มีความมุ่งหมายที่จะก่อให้เกิดความยุ่งยากเดือนร้อนแก่บรรดาผู้ดำเนินกิจการหอพักทั้งหลาย แต่ต้องการที่จะช่วยคุ้มครองสวัสดิภาพ และความเป็นอยู่ของเยาวชน ซึ่งจะเติบโตขึ้นเป็นกำลังของประเทศชาติเป็นสำคัญ สำหรับหอพักที่ดำเนินงานดีและปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายนั้น ทางราชการก็ยินดีส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มที่

ทางราชการได้ตระหนักดีว่า เจ้าของและผู้จัดการหอพักทั้งหลายนั้นเป็นผู้ที่มีความสำคัญยิ่ง เพราะเป็นผู้ที่เยาวชนเป็นจำนวนมากต้องอาศัยร่วมไม้ขายของท่าน เป็นที่พักอาศัยระหว่างการศึกษาเล่าเรียน และเยาวชนเหล่านี้ต่างก็ต้องจากบิดามารดาผู้ปกครองมาจากแดนไกล จึงหวังว่าจะมีท่านเท่านั้นที่จะให้ความเอื้ออารีแก่เขาได้

กฎหมายสามารถบังคับได้แต่เฉพาะความประพฤติภายนอก แต่ความเมตตาปราณีที่ท่านจะพึงให้แก่เยาวชนที่เข้ามาพำนักในหอพักของท่านทั้งหลายนั้น ย่อมเกิดจากน้ำใจของท่านเอง (กลุ่มการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิ สำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์เยาวชน สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็กเยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ ถนนนิคมมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ฯ)

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษา

2.2.1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7 P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, น. 32-33) แนวคิดทางการตลาดของ Phillip Kotler

2.2.1.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่นำมาขายโดยธุรกิจเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่นำมาขายจะประกอบด้วยสินค้าบริการ ความคิด สถานที่ บริษัทหรือ

คน และสิ่งนั้นต้องมีประโยชน์ มีคุณค่าในความคิดของลูกค้าจึงจะสามารถจำหน่ายได้ การกำหนดกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน 2) การแข่งขันที่แตกต่างกัน 3) การพิจารณาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น รูปร่างลักษณะ ประโยชน์ คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ 4) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย และแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ และมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น 6) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนผสมผลิตภัณฑ์

2.2.1.2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะมีแนวคิดในคุณค่าของผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้ามีค่ากว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง 1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในตัวผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น 2) มีต้นทุนและมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง 3) การแข่งขัน 4) ปัจจัยอื่น ๆ

2.2.1.3 การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นวิธีติดต่อสื่อสารทางด้านข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและการซื้อ การสื่อสารจะมีเครื่องมือหลายประการ ซึ่งอาจจะใช้ได้หลาย ๆ เครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน โดยจะต้องมองถึงความสมเหตุสมผลกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญคือ

1) การโฆษณา (Advertising) เป็นการเสนอขายเรื่องราวเกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กร และ(หรือ) ผลิตภัณฑ์และบริการ หรือเรื่องของการจ่ายเงินโดยผู้สนับสนุนรายการกลยุทธ์ที่ใช้โฆษณาสัมพันธ์กับ (1) กลยุทธ์ในสิ่งที่สร้างสรรค์งานโฆษณาและยุทธวิธีการโฆษณา (2) กลยุทธ์สื่อ

2) การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการเสนอข่าวสารและแรงจูงใจตลาดโดยใช้บุคลากร งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์ที่ใช้พนักงานขาย (2) วิธีการจัดการหน่วยขาย

3) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง การส่งเสริมสิ่งที่ไม่ใช่งานโฆษณา การส่งเสริมการขาย แบ่งได้ 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค (2) การกระตุ้นคนกลาง (3) การกระตุ้นพนักงานขาย

4) การให้ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการที่ไม่จำเป็นต้องจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ คือ การพยายามวางแผนโดยบริษัทหนึ่ง เป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และให้ข่าวสามารถเป็นการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง

5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) และการตลาดเชิงตรง (Online Marketing) คือเป็นการติดต่อสื่อสารส่วนตัว ระหว่าง นักการตลาด และกลุ่มเป้าหมาย โดยนักการตลาดสามารถวัดผลการตอบสนองจาก ผู้บริโภคได้ประกอบด้วย (1) การขายในรูปแบบโทรทัศน์ (2) การขายที่ชี้จดหมาย (3) การขายที่ใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งสามารถจูงใจให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมด้วย เช่น การสะสมแต้มแลกซื้อสินค้า

2.2.1.4 สถานที่ (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการขององค์การไปยังตลาด การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค

2) การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคโดยทั่วไปแล้ว 4Ps ก็เพียงพอแล้วสำหรับธุรกิจผลิตสินค้า แต่ในธุรกิจบริการกลับมีความต้องการ ในส่วนประกอบมากขึ้น ดังนั้น Booms และ Bitner จึงได้แนะนำให้ใช้อีก 3 Ps คือ People, Physical Evidence และ Process

2.2.1.5 บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งมีการคัดเลือก (Selection) การให้ความรู้ (Training) วิธีการจูงใจ (Motivation) เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าที่แตกต่างกันเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความรู้ มีทัศนคติที่ดี เพื่อให้ตอบสนองต่อลูกค้าได้ มีความคิดริเริ่ม มีความเข้าใจที่จะแก้ไขปัญหา และจะต้องทำให้เกิดค่านิยมแก่องค์กร

2.2.1.6 กระบวนการ (Process) เพื่อเพิ่มคุณภาพในการบริการแก่ลูกค้า ให้เป็นที่น่าประทับใจ (Customer Satisfaction)

2.2.1.7 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยการที่จะสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ตัวอย่างเช่น โรงแรมหรือห้องพัก ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพ และการให้บริการ เพื่อทำให้เกิดคุณค่าแก่ลูกค้า (Customer-value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ

พิบูล ทีปะपाल (2545, น. 44-47) ได้กล่าวถึง แนวคิดทางการตลาด หมายถึง การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า จะต้องคำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4 ประการ หรือ 4Ps ในการตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า ดังนี้

1) ผลិតภณัฑ์ หมายถึง การขายโดยธุรกิจที่ทำให้เกิดความพอใจของลูกค้ำ โดยการตอบสนองความต้องการ ผลิตภณัฑ์ที่เสนอขายอาจจะมิตัวตนหรือไม่ก็ตาม ซึ่งประกอบด้วยสินค้ำ บริการ และความคิด ผลิตภณัฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ และมีมูลค่าในสายตาของลูกค้ำจึงจะทำให้ผลิตภณัฑ์สามารถขายได้

2) ราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้ำในรูปตัวเงิน อันเป็นต้นทุนของลูกค้ำในการที่จะเลือกซื้อผู้บริโภคจะเปรียบเทียบกับมูลค่า กับราคาของผลิตภณัฑ์ ถ้ามูลค่าสูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคา ลูกค้ำก็จะตัดสินใจซื้อ

3) สถานที่ หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และงานในการเคลื่อนย้ายสินค้ำไปยังตลาด โดยสถาบันที่นำผลิตภณัฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันทางการตลาด ส่วนกิจกรรมในการกระจายสินค้ำ ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้ำ การเก็บรักษาสินค้ำ ครงคลัง

4) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภณัฑ์ระหว่างผู้ซื้อ กับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมกรซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายโดยตรง หรือใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายการประชาสัมพันธ์ การขายโดยตรง เช่น ทางโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต

สมชาติ กิจจรยง (2543, น. 9-10) ได้กล่าวถึงแนวคิดทางการตลาด หมายถึง การที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้ำเพราะในปัจจุบันและอนาคต ล้วนมีการแข่งขันและการสร้างกลยุทธ์การแข่งขันรูปแบบต่าง ๆ ดังจะเห็นได้จากปัจจุบัน จะมีกลยุทธ์ตลาดที่แข่งขันกันด้วย 4Ps คือ

1) Product ได้แก่ ผลิตภณัฑ์ สินค้ำ คุณภาพ คุณสมบัติ คุณประโยชน์ เทคโนโลยี อายุงาน ส่วนประกอบ

2) Price ได้แก่ ราคา ราคาก็มีหลายราคา เช่น ราคาเงินสด ราคาส่ง ราคาขาย ราคาตามระยะเวลาการให้เครดิต หรือราคาเงินผ่อน เป็นต้น

3) Place ได้แก่ ช่องทาง ลู่ทางจำหน่าย หรือทำเลในการทำมาค้ำขาย เช่น การขายโดยตรง การขายผ่อนของร้านค้ำต่าง ๆ

4) Promotion ได้แก่ การส่งเสริมสิ่งทีประกอบ เช่น การโฆษณาและการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2538, น. 34-38) ได้กล่าวถึง ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้อย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขายผลิตภณัฑ์ที่เสนอ

ขายและระบบการจัดจำหน่าย ได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ ส่วนผสมทางการตลาดแต่ละด้านมีความหมายและรายละเอียด ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ที่จะต้องมีการพัฒนาออกแบบและปรับปรุงขึ้นมาให้ตรงกับตลาดและความต้องการลูกค้า ความหมายของผลิตภัณฑ์นี้จะหมายถึง รูปร่างและแบบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมไปถึง บริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ส่วนสำคัญที่สุดของเรื่องผลิตภัณฑ์นี้ คือ การมุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งที่สามารถทำให้ตรงตามที่ถูกคาดหวังได้

สถานที่ หรือการไปให้ถึงเป้าหมาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ดีหากไม่สามารถไปถึงทันเวลา และในสถานที่ที่ซึ่งมีความต้องการแล้วผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ก็จะไร้ความหมาย ดังนั้นในด้านของสถานที่ จึงต้องมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลา และบุคคลที่สินค้าและบริการควรจะถูกนำไปเสนอขาย โดยปกติการเคลื่อนตัวของสินค้าและบริการจะไม่ดำเนินไปได้ด้วยดีด้วยตัวเอง แต่จะขึ้นอยู่กับช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ มากมายที่เกี่ยวข้องอยู่ ทั้งจากสถาบันที่ทำหน้าที่ค้าขาย (Institutions) และคนกลาง (Middlemen) หลายฝ่ายด้วยกันกว่าจะถึงมือผู้บริโภคสุดท้าย ทั้งสถาบันการค้าและคนกลางต่างเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย นักการตลาดต้องเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การส่งเสริมการตลาด หรือการแจ้ง บอกกล่าวและการขายความคิดความเข้าใจให้ลูกค้ารู้ถึง การส่งเสริมการจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความ (Communicate) ให้ถึงตลาดเป้าหมายให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่าได้มีจำหน่าย ณ ที่ใด ณ ระดับราคาใด การส่งเสริมการจำหน่ายจะประกอบด้วยการขายโดยพนักงานขาย การขายโดยทั่วไป และการส่งเสริมการขาย ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีต่าง ๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกันให้เป็นการส่งเสริมการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพที่สุด สำหรับการขายโดยพนักงานขาย จะหมายถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงแบบตัวต่อตัว ระหว่างผู้ขายและลูกค้า แต่การขายแบบทั่วไปนั้นกลับจะเป็นวิธีที่ออกแบบสำหรับการสื่อความกับลูกค้าจำนวนมาก ๆ พร้อมกัน ซึ่งหากพิจารณาดูจะเห็นว่าการขายโดยพนักงานจะมีความสำคัญที่สุดในส่วนผสมทางการตลาดทั้งปวงเพราะตามวิธีนี้พนักงานขายจะคล่องตัว โดยสามารถปรับส่วนผสมทางการตลาดของบริษัททำให้สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละคนได้ อย่างดี แต่ต้นทุนการขายก็มักจะสูงตาม จึงมักจะต้องใช้เฉพาะกรณีสำคัญหรือใช้เฉพาะเป็นส่วนเสริมหรือเพิ่มเติมหลังจากที่ได้มีการใช้วิธีการขายแบบทั่วไปและการส่งเสริมการขายแล้ว วิธีการโฆษณา นับว่าเป็นวิธีการขายแบบทั่วไปที่สำคัญที่สุด แต่การส่งเสริมการขายเป็นเครื่องมือที่พยายามใช้เสริมหรือสนับสนุนการขายที่ใช้พนักงานและการขายแบบทั่วไปในเรื่องการส่งเสริมการขายนี้มักจะเป็นหน้าที่ของบุคคลสำคัญ คือ ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา ผู้จัดการขาย ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการจัดจำหน่าย และ

โดยเฉพาะจะเป็นงานสำคัญของนักบริหารการตลาดที่ต้องตัดสินใจกำหนดนโยบายส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อให้เหมาะสมกับกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ

ราคาที่ต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม ในเรื่องราคาดังกล่าวจะเป็นใจกลางของส่วนผสมการตลาดทั้งหมด และเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคานี้จะต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย และปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่แตกต่าง วิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่มส่วนลดและเงื่อนไขการขายจะต้องพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใด ปัญหา ก็จะเกิดขึ้นโดยแผนงานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้แล้วจะเสียหายหมดไปใช้ปฏิบัติไม่ได้ ถึงแม้ว่าราคาจะเป็นส่วนเดียวของส่วนผสมการตลาดก็ตาม แต่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ลูกค้าจะจ่ายออกมาเมื่อเขาได้พอใจในส่วนผสมการตลาดของบริษัทแล้ว ราคาจึงเป็นส่วนตัดสินใจที่สำคัญที่ผู้บริหารการตลาดต้องตัดสินใจเป็นพิเศษ

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมาสามารถสรุปได้ คือ

ตารางที่ 2.1 แนวคิดส่วนประสมการตลาด 4Ps

ผู้วิจัย	แนวคิด
พิบูล ทีปะปาล (2545)	ได้ให้แนวคิดเรื่องการตลาด โดยการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมต่างๆของลูกค้า โดยใช้ส่วนผสมการตลาด 4Ps
สมชาติ กิจยรรยง (2543)	ได้ให้แนวคิดเรื่องของการตลาด โดยต้องคำนึงถึงความพอใจของลูกค้า เพราะปัจจุบันมีการแข่งขันเกิดขึ้น มีการสร้างกลยุทธ์การแข่งขันรูปแบบต่าง ๆ จึงใช้กลยุทธ์การตลาด 4 Ps
ธงชัย สันติวงษ์ (2538)	ได้ให้ความหมายแนวคิดส่วนผสมการตลาด ซึ่งจะเน้นเรื่องการผสมผสานให้เข้ากันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ระบบการจัดจำหน่าย โดยใช้ส่วนผสมการตลาดมาช่วยในการดำเนินงาน มาปรับใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

จากตารางที่ 2.1 สรุปได้ว่า แนวคิดของทั้ง 3 คน ได้ให้ความสำคัญในการใช้ส่วนผสมทางการตลาด 4Ps เช่นเดียวกัน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยจะมีกลยุทธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ในการตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า

2.3 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดปทุมธานี

เดิมจังหวัดปทุมธานี เป็นถิ่นฐานบ้านเมืองแล้วไม่น้อยกว่า 300 ปี นับตั้งแต่รัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแห่งกรุงศรีอยุธยา คือ เมื่อพุทธศักราช 2002 มังนันทมิตรได้กวาดต้อนครอบครัวมอญเมืองเมาะตะมะ 1 ได้อพยพหนีภัยมาจากศึกพม่าเข้ามาพึ่งพระบรมพิศสมภารสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกรุงเทพ ทราวดีศรีอยุธยา ซึ่งสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ครอบครัวมอญเหล่านั้น ไปตั้งเรือนอยู่ที่บ้านสามโคก จากนั้นมาชุมชนสามโคกได้พัฒนามากขึ้นเป็นอันดับต่อมาในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชแห่งกรุงธนบุรี ชาวมอญได้อพยพหนีพม่าเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารอีก เป็นครั้งที่ 2 สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ อนุญาตให้ตั้งบ้านเรือนที่บ้านสามโคก และครั้งสุดท้ายในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้มีการอพยพชาวมอญใหญ่จากเมืองเมาะตะมะ เข้าสู่ประเทศไทยเรียกว่า “มอญใหญ่” พระองค์ทรงกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ชาวมอญบางส่วนตั้งบ้านเรือนอยู่ที่สามโคก อีกเช่นเดียวกัน ฉะนั้นจากชุมชนขนาดเล็ “บ้านสามโคก” จึงกลายเป็น “เมืองสามโคก” ในกาลต่อมา

พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ทรงเอาพระทัยใส่ดูแล ทำนุบำรุงชาวมอญเมืองสามโคกมิได้ขาด ครั้งเมื่อเดือน 11 พุทธศักราช 2358 ได้เสด็จประพาสออกเยี่ยมพสกนิกรที่เมืองสามโคก และประทับที่พลับพลาริมแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งซ้าย เยื้องเมืองสามโคก ยังความปลาบปลื้มใจให้แก่ชาวมอญเป็นล้นพ้น จึงได้พากันหลั่งไหลนำดอกไม้ธูปเทียนบูชาถวายเป็นราชสักการะอยู่เป็นประจำ เนื่องในศรัทธา ยังความซาบซึ้งในพระราชหฤทัยเป็นที่ยิ่ง จึงบันดลพระราชหฤทัยให้พระราชทานนามเมืองสามโคก เสียใหม่ว่า “เมืองปทุมธานี” ซึ่งวันนั้นตรงกับวันที่ 23 สิงหาคม พุทธศักราช 2358 ด้วยพระมหากรุณาธิคุณดังกล่าวชื่อ เมือง ปทุมธานี จึงได้กำเนิดนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

ในปีพุทธศักราช 2461 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ใช้คำว่า “จังหวัด” แทน “เมือง” และให้เปลี่ยนการเขียนชื่อจังหวัดใหม่จาก “ประทุมธานี” เป็น “ปทุมธานี” ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ยุบจังหวัดชัยบุรีมาขึ้นกับจังหวัดปทุมธานี เมื่อ พ.ศ. 2475 จังหวัดปทุมธานี จึงได้แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ ดังที่เป็นเช่นปัจจุบันนี้

นับตั้งแต่พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้พระราชทานนามเมืองปทุมธานีเป็นต้นมา จังหวัดปทุมธานีก็เจริญรุ่งเรืองขึ้นเป็นลำดับ เป็นจังหวัดที่อุดมสมบูรณ์มีศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์อื่น ๆ เป็นของตัวเองซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวปทุมธานี ภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง และเป็นจังหวัดในเขตปริมณฑลที่มีความเจริญรุ่งเรืองมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคตอันใกล้

2.3.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดปทุมธานีแบ่งเขตการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 7 อำเภอ 60 ตำบล 399 หมู่บ้าน การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 14 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 16 แห่ง

- จังหวัดปทุมธานีตั้งอยู่ในภาคกลางประมาณเส้นรุ้งที่ 14 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศาตะวันออก อยู่เหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง 2.30 เมตร มีเนื้อที่ประมาณ 1,525,856 ตารางกิโลเมตร หรือ ประมาณ 953,660 ไร่ ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศเหนือ ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลขที่ 1 (ถนนพหลโยธิน) เป็นระยะทางประมาณ 27.8 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางไทร อำเภอบางปะอิน และอำเภวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอหนองแค และอำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี

- ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก และอำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา

- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม และอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี

- ทิศใต้ ติดต่อกับเขตหนองจอก เขตคลองสามวา เขตสายไหม เขตบางเขน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร และอำเภอปากเกร็ด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี

2.3.2 ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มริมสองฝั่งแม่น้ำ โดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านใจกลางจังหวัดในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี และอำเภอสามโคก ทำให้พื้นที่ของจังหวัดปทุมธานีถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝั่งตะวันตกของจังหวัดหรือบนฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ พื้นที่ในเขตอำเภอลาดหลุมแก้วกับพื้นที่บางส่วนของอำเภอเมืองและอำเภอสามโคก กับฝั่งตะวันออกของจังหวัด หรือบนฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ พื้นที่อำเภอเมืองบางส่วน อำเภอธัญบุรี อำเภอกลองหลวง อำเภอหนองเสือ อำเภอลำลูกกา และบางส่วนของอำเภอสามโคก

โดยปกติระดับแม่น้ำเจ้าพระยาในฤดูฝนจะเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ยประมาณ 50 เซนติเมตร ซึ่งทำให้ภาวะน้ำท่วมในบริเวณพื้นที่ราบริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นบริเวณกว้าง และก่อให้เกิดปัญหาอุทกภัยในพื้นที่ฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยา สำหรับพื้นที่ทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยานั้นเนื่องจากประกอบด้วยคลองซอยเป็นคลองชลประทานจำนวนมาก สามารถควบคุมจำนวนปริมาณน้ำที่ได้ทำให้อุทกภัยเกี่ยวกับอุทกภัยมีน้อยกว่า

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รวีกา วงศ์บุศรัตน์ (2547, น. 57-71) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการเรื่องหอพักนักศึกษาของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยผลการวิจัยสรุปได้คือ ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางตลาดบริการ ที่นักศึกษามีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และด้านสถานที่ สำหรับปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล การติดต่อสื่อสาร กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ รวมถึงลักษณะทางกายภาพ

เสาวนีย์ วิวัฒน์วานิช (2541, น. 54-57) ได้ทำการวิจัยในเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าต่อการบริการของหอพักสตรี ผลการวิจัยสรุปได้คือ ผู้ใช้บริการจะมีความพอใจในภาพรวมต่อการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกการให้บริการเป็นรายด้าน สิ่งที่พบคือผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในด้านสวัสดิการสูง ถัดมา คือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่และด้านบุคลากรให้บริการดังนี้

ด้านสวัสดิการที่ได้รับจากหอพัก พบว่า ผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจเรื่องห้องนอนมีตู้เสื้อผ้า ที่นอน โตะ-เก้าอี้

ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า ผู้ที่ให้บริการโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจมากในเรื่องความเพียงพอของหนังสือพิมพ์รายวัน

ด้านสถานที่ที่ได้รับจากหอพัก พบว่าผู้ใช้โดยส่วนใหญ่ด้านบริการจะมีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และพอใจมากในเรื่องของแหล่งที่ตั้งของหอพักทำให้เดินทางไป-มาได้สะดวก

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่าผู้ให้บริการโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจจัดอยู่ในระดับปานกลางและพอใจมากในเรื่องในเรื่องเจ้าหน้าที่รับโทรศัพท์ ได้แก่ ความสุภาพ การตั้งใจทำงาน การรับฝากข้อความ

สำหรับปัจจัยด้านอายุ ราคาห้องพัก รายได้ ประสบการณ์ของการพักอาศัย ความปลอดภัย ความสะดวก ของการเดินทางจากที่พัก ไม่มีความสัมพันธ์ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ที่ให้บริการ

นิรันดร์ วัชรชนพคุณ (2542, น. 64-67) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาอุปสงค์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อหอพักเอกชน ผลการวิจัยสรุปได้ คือ สิ่งที่นักศึกษาต้องการให้มีอยู่ในหอพักเอกชนเรียงตามลำดับความสำคัญมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ดังนี้ บรรยากาศดี ไม่มีกลิ่นรบกวน มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การเดินทางที่สะดวก ความเงียบสงบเป็นส่วนตัว ความสะอาดของตัวอาคารและห้องพัก ความใกล้มหาวิทยาลัย ค่าเช่าห้องพักเหมาะสมกับรายได้ของนักศึกษา ความใกล้แหล่งชุมชน มารยาทของเจ้าของหรือเจ้าหน้าที่ภายในหอพัก และมีเพื่อนร่วมห้องที่รู้จักกันอยู่แล้ว

นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์ (2541, น. 56-63) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อที่พักอาศัย ประเภทเช่าของผู้ทำงานที่ศึกษาภาคสมทบ : กรณีศึกษาสถาบันราชภัฏจันทรเกษม ผลการวิจัยสรุปได้ คือ นักศึกษาหญิงจะให้ความสำคัญเรื่องความต้องการความปลอดภัยของการพักอาศัย ในขณะที่ นักศึกษาชายจะให้ความสำคัญในเรื่องความต้องการอิสระในการพักอาศัยมากกว่า

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ คือ

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่ทบทวนมา

ผู้วิจัย	สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ
รวีภา วงศ์สุรรัตน์ (2547)	ได้ทำวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของหอพักนักศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านส่วนผสมตลาดบริการที่นักศึกษามีความพึงพอใจมาก ได้แก่ ด้านของราคา และด้านของสถานที่ ระดับกลาง ได้แก่ ด้านของบุคคล ด้านของกระบวนการ ด้านของการติดต่อสื่อสาร ด้านของผลิตภัณฑ์ และด้านของลักษณะทางกายภาพ
เสาวนีย์ วิวัฒน์วานิช (2541)	ได้ทำวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เช่าต่อการบริการของหอพักสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับกลาง ได้แก่ ด้านสวัสดิการ รองลงมาคือด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่ และด้านบุคลากร
นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์ (2541)	ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อที่พักอาศัย สรุปได้ว่า นักศึกษาหญิงให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยมาก ส่วนนักศึกษาชายให้ความสำคัญในเรื่องอิสระในการพักอาศัยมาก
งานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ	
นิรันดร์ วัชรนพคุณ (2542)	ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาอุปสงค์ของนักศึกษาที่มีต่อหอพักเอกชน สรุปได้ว่า นักศึกษามีความต้องการที่สุด คือ ด้านของลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือด้านราคา

จากตารางที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่าผู้พักอาศัยในหอพัก ไม่ว่าจะเป็นหอพักประเภทหอพักนักศึกษาของทางมหาวิทยาลัยที่จัดให้ หรือเป็นหอพักเอกชนโดยส่วนมากมีความพึงพอใจในบริการหอพักจากภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสามารถแยกเป็นรายปัจจัยที่ผู้พักอาศัยเกิดความพึงพอใจมาก คือ ราคาค่าบริการของหอพักเหมาะสม และทำเลที่ตั้งเหมาะสม เกิดจากความสะดวกในการเดินทางนอกจากนี้สวัสดิการยังมีผลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยด้วย

ซึ่งจากสรุปเรื่องวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ผู้ศึกษาสามารถนำข้อมูลไปเปรียบเทียบผลการค้นคว้าอิสระในเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี ว่ามีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันมากน้อยเพียงใด เพื่อตรวจสอบ ในสิ่งที่ผิดพลาดของการศึกษาได้อีกทางหนึ่ง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี มีรายละเอียดวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Samples)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Gathering)

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey Research)

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาที่อยู่ในเขตพื้นที่ 2 อำเภอ คือ อำเภอธัญบุรี และอำเภอคลองหลวงของจังหวัดปทุมธานีจำนวน 114,562 คน รวม 5 มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาที่อยู่ในเขตพื้นที่ 2 อำเภอ คือ อำเภอธัญบุรี และอำเภอคลองหลวงของจังหวัดปทุมธานี กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้สูตรทาโร ยามาเน (Taro yamane) ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549, น. 178-179)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

แทนค่าจากสูตร

$$n = \frac{1145625}{1+(114562 \times 0.05^2)}$$

$$n = 398.608$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนนักศึกษาทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ประมาณ 399 คน ซึ่งผู้ศึกษากำหนดขนาดตัวอย่างทั้งสิ้นให้เป็นจำนวน 400 คน

ขั้นที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience sampling) ผู้ศึกษาได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของนักศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาในเขตอำเภอชัยบุรี และอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความสำคัญที่ตรงกับตนเองมากที่สุด การวัดระดับความสำคัญตามแบบมาตราลิเกิร์ต (Likert Scale) โดยใช้มาตราวัดประเภท อันตรภาค (Interval Scale) 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุงและแก้ไข เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended question) เพื่อที่จะแสดงข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุง และแก้ไข สำหรับการบริการของหอพักนักศึกษา

ในแบบสอบถามส่วนที่ 2 ซึ่งใช้การวัดตามแบบมาตราลิเกิร์ต (Likert Scale) โดยใช้รูปแบบของมาตราวัดประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด แต่ละระดับมีการให้คะแนนดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2548, น. 193-19)

ระดับ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ในแบบสอบถามผู้ศึกษาใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ซึ่งผลของการคำนวณใช้สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังต่อไปนี้

$$\text{จากสูตร ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{แทนค่าจากสูตร} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = 0.8$$

ระดับคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายได้ดังนี้

ระดับ	คะแนนเฉลี่ย
มากที่สุด	4.21 - 5.00
มาก	3.41 - 4.20
ปานกลาง	2.61 - 3.40
น้อย	1.81 - 2.60
น้อยที่สุด	1.00 - 1.81

3.2.1 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนที่ใช้แบบสอบถามในการเก็บและรวบรวมข้อมูล ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability)

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นมาเพื่อที่จะนำไปเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและพิจารณาความเหมาะสม ความครอบคลุมของเนื้อหา การใช้ภาษาที่ถูกต้อง และเค้าโครงของแบบสอบถาม เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองกับกลุ่มทดสอบ

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติในการตรวจสอบคุณสมบัติและค่าความเชื่อมั่นในแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัก (Cronbach) เพื่อความถูกต้องค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงออกมาถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม

จะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีค่าเชื่อมั่นสูง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลที่มีมาของข้อมูลดังต่อไปนี้

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จะเป็นข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจ โดยที่จะใช้แบบสอบถาม

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จะเป็นข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล และค้นคว้าในหนังสือ ตำราวิชาการ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ตรงตามสิ่งที่ต้องการแล้ว ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของแบบสอบถาม และทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาลงบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Sciences)

ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การนำเสนอข้อมูลรูปตาราง ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) ตั้งไว้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้ค่าทางสถิติ t-test เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างของกลุ่มสองกลุ่ม ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of variance) ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปว่าแตกต่างกันหรือไม่

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติ 3 ประเภท ดังนี้

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description analysis) โดยใช้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2548, น. 289)

ค่าร้อยละ (Percentage) จะใช้สูตรของการคำนวณข้อมูล ดังนี้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

- เมื่อ p เท่ากับ ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
 f เท่ากับ ความถี่ในข้อมูลของแต่ละกลุ่ม
 n เท่ากับ จำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ใช้สัญลักษณ์ \bar{x} จะใช้สูตรของการคำนวณข้อมูลดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546, น. 34 - 35)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

- เมื่อ \bar{x} เท่ากับ ค่าของของคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ เท่ากับ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N เท่ากับ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จะใช้สูตรของการคำนวณข้อมูลดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546, น. 65)

$$S = \sqrt{\frac{nx^2 - (x)^2}{n(n-1)}}$$

- เมื่อ S เท่ากับ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(x)^2$ เท่ากับ ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 x^2 เท่ากับ ผลรวมของคะแนนของแต่ละตัวยกกำลังสอง
 n เท่ากับ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

ค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2548, น. 326)

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

- เมื่อ \bar{x}_1 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยของลักษณะที่สนใจศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ 1 ที่เลือกมาจากประชากร
 \bar{x}_2 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยของลักษณะที่สนใจศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ 1 ที่เลือกมาจากประชากร
 μ_1 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยของลักษณะที่สนใจศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ 1
 μ_2 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยของลักษณะที่สนใจศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ 2

s^2_1	เท่ากับ	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
s^2_2	เท่ากับ	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2
n_1	เท่ากับ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1
n_2	เท่ากับ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

ค่า F-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มขึ้นไป โดยจะวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (บุญชม ศรีสะอาด, 2547, น. 266-267)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F เท่ากับ ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤต จากการแจกแจงแบบเพื่อทราบ นัยสำคัญ

MS_b เท่ากับ ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)

MS_w เท่ากับ ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

$$MS_b = \frac{SS_b}{(k-1)}$$

$$MS_w = \frac{SS_w}{(n-k)}$$

SS_b เท่ากับ ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม (Between group sum of Squares)

SS_w เท่ากับ ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม (Within group sum of Squares)

K เท่ากับ จำนวนกลุ่ม

n เท่ากับ จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

(k - 1) เท่ากับ Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (df_b)

(n - k) เท่ากับ Degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม (df_w)

สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของครอนบัก (Croanbach) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545, น. 165) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \overline{Covariance} / \overline{Variance}}{1 + (k - 1) \overline{Covariance} / \overline{Variance}}$$

k	เท่ากับ	จำนวนคำถาม
$\overline{Covariance}$	เท่ากับ	ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนระหว่างคำถามต่าง ๆ
$\overline{Variance}$	เท่ากับ	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในการนำเสนอผลของการวิเคราะห์เรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลและการแปรผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษามีการกำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

N	แทน	จำนวนผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
F-Prob.,p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบความแตกต่าง (Least Significant Difference)
Max	แทน	ค่าสูงสุด (Maximum)
Min	แทน	ค่าต่ำสุด (Minimum)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (95 เปอร์เซ็นต์)
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (99 เปอร์เซ็นต์)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig.	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้นำเสนอตามความมุ่งหมายของการศึกษา โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 3 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี นำเสนอในรูปของตาราง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเข้าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี นำเสนอในรูปของตาราง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์การศึกษานำเสนอในรูปของตาราง โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) มาวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล โดยแสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(ความถี่)	ร้อยละ
ชาย	173	43.30
หญิง	227	56.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลของการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามเพศ ได้ผลลัพธ์ว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คนคิดเป็นร้อยละ 56.80 และเพศชาย จำนวน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	23	5.80
18-22 ปี	184	46.00
23-27 ปี	124	31.00
28-32 ปี	69	17.30
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามอายุ ได้ผลลัพธ์ว่าส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 18-22 ปี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ อายุ 23-27 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 อายุ 28-32 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 และอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	39	9.80
5,000-10,000 บาท	136	34.00
10,001-15,000 บาท	108	27.00
15,001-20,000 บาท	86	21.50
มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป	31	7.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ผลลัพธ์ว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ รายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 และรายได้มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	68	17.00
ภาคกลาง	153	38.80
ภาคตะวันออก	49	12.30
ภาคตะวันตก	37	9.30
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	50	12.50
ภาคใต้	43	10.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามภูมิลำเนา ได้ผลลัพธ์ว่าส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาภาคกลาง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมาคือ ภาคเหนือ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ภาคตะวันออก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ภาคใต้ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 และภาคตะวันตก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลปัจจัยทั่วไป จำแนกตามสถานับการศึกษา

สถานับการศึกษา	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	88	22.00
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต)	103	25.80
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์	89	22.30
มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย	29	7.30
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	91	22.80
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกตามสถานับการศึกษา ได้ผลลัพธ์ว่าส่วนใหญ่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก
ของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจโดยภาพรวม

ปัจจัยการตัดสินใจ	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.64	0.65	มาก
2 ด้านราคา	4.22	0.52	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.97	0.60	มาก
4 ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.86	0.91	ปานกลาง
5 ด้านบริการ	3.03	0.71	ปานกลาง
6. ด้านสภาพแวดล้อม	2.90	0.72	ปานกลาง
7. ด้านกระบวนการ	2.93	0.78	ปานกลาง
ภาพรวม	3.37	0.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจ โดยภาพรวมได้
ผลลัพธ์ว่าความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยการตัดสินใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านราคามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.22 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้าน
ผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และด้านบริการ ด้านกระบวนการ
ด้านสภาพแวดล้อม และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.03, 2.93, 2.90 และ 2.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยการตัดสินใจ	\bar{X}	SD	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ชื่อเสียงของหอพัก	3.36	0.94	ปานกลาง
2. การออกแบบและความสวยงามของอาคาร	3.75	0.81	มาก
3. ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี	3.72	0.82	มาก
4. ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก	3.70	0.86	มาก
5. มีโทรศัพท์ภายในห้องพัก	3.62	0.93	มาก
6. มีพัดลม/เครื่องปรับอากาศภายในห้องพัก	3.59	0.89	มาก
7. การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ให้เป็น กิจจะลักษณะ	3.72	0.82	มาก
รวม	3.64	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ ได้ผลลัพธ์ว่า ความคิดเห็นของปัจจัยในการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และสรุปเป็นรายชื่อได้ว่า การออกแบบและความสวยงามของอาคาร ห้องน้ำที่ใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ให้เป็นกิจจะลักษณะ ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก การมีโทรศัพท์ภายในห้องพัก และการมีพัดลม/เครื่องปรับอากาศภายในห้องพัก มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75, 3.72, 3.72, 3.70, 3.62 และ 3.59 และชื่อเสียงของหอพักมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านราคา

ปัจจัยการตัดสินใจ	\bar{X}	SD	แปลผล
ด้านราคา			
1. อัตราค่าเช่ารายเดือนห้องพักมีความเหมาะสม	4.27	0.67	มากที่สุด
2. การจัดเก็บค่าเช่า 1 เดือนก่อนเข้าพัก	4.23	0.64	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมของค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์	4.27	0.70	มากที่สุด
4. ความเหมาะสมของค่าประกันความเสียหาย	4.10	0.68	มาก
รวม	4.22	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านราคา ได้ผลลัพธ์ว่า ความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยการตัดสินใจ ในด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และสรุปเป็นรายชื่อ ได้ผลลัพธ์ว่าอัตราค่าเช่ารายเดือนห้องพักมีความเหมาะสม ความเหมาะสมของค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และการจัดเก็บค่าเช่า 1 เดือนก่อนเข้าพัก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27, 4.27 และ 4.23 ส่วนความเหมาะสมของค่าประกันความเสียหาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยการตัดสินใจ	\bar{X}	SD	แปลผล
ช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. หอพักใกล้สถานบันการศึกษา	4.23	0.74	มากที่สุด
2. หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	3.97	0.81	มาก
3. หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.88	0.81	มาก
4. ความสะดวกในการเดินทาง	3.81	0.76	มาก
รวม	3.97	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ผลลัพธ์ว่า ความคิดเห็นในเรื่องของปัจจัยการตัดสินใจ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และสรุปเป็นรายชื่อ ได้ผลลัพธ์ว่าการมีหอพักใกล้สถานบันการศึกษา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และการมีหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า มีหอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และความสะดวกในการเดินทาง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97, 3.88 และ 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจจำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยการตัดสินใจ	\bar{X}	SD	แปลผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. การประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโปสเตอร์โฆษณา	2.99	0.98	ปานกลาง
2. มีส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	2.74	0.98	ปานกลาง
รวม	2.67	0.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ของปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ผลลัพธ์ว่าความคิดในเรื่องที่เห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจ ในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และสรุปเป็นรายชื่อได้ผลลัพธ์ว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโปสเตอร์โฆษณา และมีส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และ 2.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านบริการ

ปัจจัยการตัดสินใจ	\bar{X}	SD	แปลผล
ด้านบริการ			
1. เจ้าหน้าที่หอพักสามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับหอพักได้ดี	2.98	0.80	ปานกลาง
2. เจ้าหน้าที่หอพักให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.13	0.93	ปานกลาง
3. เจ้าหน้าที่หอพักเต็มใจที่จะให้บริการ และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ	3.08	0.93	ปานกลาง
4. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ และสามารถไว้วางใจได้	2.95	0.97	ปานกลาง
5. ขั้นตอนในการติดต่อและดำเนินการกับทางหอพักสะดวก รวดเร็ว	2.95	0.99	ปานกลาง
6. การให้บริการรับฝากข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่มีความถูกต้องและรวดเร็ว	2.97	1.02	ปานกลาง
7. ระบบรักษาความปลอดภัยของหอพัก (ลิฟท์การ์ด วงจรปิด)	3.11	1.00	ปานกลาง
รวม	3.03	0.71	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ของปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านบริการ ได้ผลลัพธ์ว่า ความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจในด้านบริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และสรุปเป็นรายชื่อได้ผลลัพธ์ว่า เจ้าหน้าที่หอพักให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว การมีระบบรักษาความปลอดภัยของหอพัก (คีย์การ์ด กล้องวงจรปิด) เจ้าหน้าที่หอพักเต็มใจที่จะให้บริการ และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เจ้าหน้าที่หอพักสามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับหอพักได้ดี การให้บริการรับฝากข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ที่มีความถูกต้องและรวดเร็ว เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ และสามารถไว้วางใจได้ ขั้นตอนในการติดต่อและดำเนินการกับทางหอพักสะดวก รวดเร็ว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13, 3.11, 3.08, 2.98, 2.97, 2.95 และ 2.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านสภาพแวดล้อม

ปัจจัยการตัดสินใจ	\bar{X}	SD	แปลผล
ด้านสภาพแวดล้อม			
1. สภาพแวดล้อมภายนอก (เช่น บริเวณหอพัก สนามหญ้า สะอาดสวยงาม)	3.39	0.74	ปานกลาง
2. การจัดพื้นที่และสภาพแวดล้อมของร้านขายอาหาร มีความสะอาดและเป็นระเบียบ	2.99	0.80	ปานกลาง
3. ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ ในธุรกิจหอพักของนักศึกษา	2.68	1.04	ปานกลาง
4. มีเงินทุนมากพอที่จะทำธุรกิจหอพักนักศึกษา	2.54	1.05	ปานกลาง
รวม	2.90	0.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ของปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้านสภาพแวดล้อม ได้ผลลัพธ์ว่าความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจ ในด้านสภาพแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และสรุปเป็นรายชื่อได้ผลลัพธ์ว่า การมีสภาพแวดล้อมภายนอก (เช่น บริเวณหอพัก สนามหญ้า สะอาดสวยงาม) การจัดพื้นที่และสภาพแวดล้อมของร้านขายอาหาร มีความสะอาดและเป็นระเบียบ ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ ในธุรกิจหอพักของนักศึกษา มีเงินทุนมากพอที่จะทำธุรกิจหอพักนักศึกษา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39, 2.99, 2.68 และ 2.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการตัดสินใจ จำแนกตามด้าน

กระบวนการ				
ปัจจัยการตัดสินใจ	\bar{X}	SD	แปลผล	
ด้านกระบวนการ				
1. มีบริการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ไฟดับ น้ำรั่ว	3.11	0.80	ปานกลาง	
2. มีบริการทำความสะอาด	2.76	0.91	ปานกลาง	
รวม	2.93	0.78	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ของปัจจัยการตัดสินใจ ด้านกระบวนการ ได้ผลลัพธ์ว่า ความคิดในเรื่องที่เห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจ ในด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 และสรุปเป็นรายชื่อได้ผลลัพธ์ว่า มีบริการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ไฟดับ น้ำรั่ว และมีบริการทำความสะอาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และ 2.76 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ผู้ศึกษาได้พิจารณาจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา สถาบันการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักไม่

แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก

แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ซึ่งสุ่มจากแต่ละกลุ่มตัวอย่าง อย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.14 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือก
เช่าห้องพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน

ปัจจัยในการตัดสินใจ	t-test for Equality of mean				
	เพศ	Mean	SD	t	Sig. (2-tailed)
ปัจจัยในการตัดสินใจโดยภาพรวม	ชาย	3.36	0.33	-0.32	0.74
	หญิง	3.37	0.43		

จากตาราง 4.14 แสดงผลการทดสอบของความแตกต่าง ระหว่างเพศกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาในด้านภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.74 หมายความว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นในปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจด้านภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือก
เช่าห้องพักของนักศึกษา เป็นรายด้านจำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	t-test for Equality of mean				
	เพศ	Mean	SD	t	Sig. (2-tailed)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.66	0.62	0.51	0.61
	หญิง	3.63	0.68		
2. ด้านราคา	ชาย	4.27	0.47	1.53	0.13
	หญิง	4.19	0.56		
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	4.00	0.56	0.79	0.43
	หญิง	3.95	0.63		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	2.85	0.90	-0.48	0.73
	หญิง	2.88	0.93		
5. ด้านบริการ	ชาย	3.00	0.66	-0.70	0.49
	หญิง	3.05	0.75		
6. ด้านสภาพแวดล้อม	ชาย	2.88	0.63	-0.49	0.62
	หญิง	2.92	0.78		
7. ด้านกระบวนการ	ชาย	2.86	0.73	-1.71	0.08
	หญิง	2.99	0.82		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ระหว่างเพศกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา เป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านบริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.61, 0.13, 0.43, 0.73, 0.49, 0.62 และ 0.08 ตามลำดับ หมายความว่านักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักแตกต่างกัน โดยสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติ F-test โดยวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One- Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ปัจจัยการตัดสินใจโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.35	3	0.12	0.78	0.507
	ภายในกลุ่ม	59.80	396	0.15		
	รวม	60.16	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ระหว่างอายุกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักโดยภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.507 หมายความว่านักศึกษาที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือก
เช่าห้องพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.16	3	0.05	0.12	0.947
	ภายในกลุ่ม	171.51	396	0.43		
	รวม	171.67	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.97	3	0.99	3.66	0.013*
	ภายในกลุ่ม	107.16	396	0.27		
	รวม	110.14	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.43	3	0.14	0.39	0.754
	ภายในกลุ่ม	145.00	396	0.36		
	รวม	145.44	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.38	3	0.46	0.55	0.646
	ภายในกลุ่ม	330.32	396	0.83		
	รวม	331.71	399			
5. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.09	3	1.36	2.76	0.042*
	ภายในกลุ่ม	195.82	396	0.49		
	รวม	199.92	399			
6. ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	4.53	3	1.51	2.93	0.033*
	ภายในกลุ่ม	203.47	396	0.51		
	รวม	208.00	399			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	4.63	3	1.54	2.55	0.055
	ภายในกลุ่ม	239.67	396	0.60		
	รวม	244.31	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ระหว่างอายุกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักเป็นรายด้าน พบว่าด้านราคา ด้านบริการ และด้านสภาพแวดล้อม มีค่า Sig. เท่ากับเท่ากับ 0.013, 0.042 และ 0.033 หมายความว่านักศึกษาที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักเป็นรายด้านแตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการมีค่า Sig. เท่ากับ 0.947, 0.754, 0.646 และ 0.055 หมายความว่านักศึกษาที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักเป็นรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-27 ปี	28-32 ปี
ต่ำกว่า 18 ปี	3.95	-	0.05	0.00*	0.01*
18-22 ปี	4.17	-	-	0.04*	0.15
23-27 ปี	4.29	-	-	-	0.84
28-32 ปี	4.28	-	-	-	0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 จากการวิเคราะห์ผลพบว่าอายุกับปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านราคา มากกว่านักศึกษาที่มีอายุ 23-27 ปี และอายุ 28-32 ปี นักศึกษาที่มีอายุ 18-22 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านราคา มากกว่านักศึกษาที่มีอายุ 23-27 ปี

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของของปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-27 ปี	28-32 ปี
ต่ำกว่า 18 ปี	3.40	-	0.00*	0.00*	0.05
18-22 ปี	2.98	-	0.42	0.42	0.32
23-27 ปี	2.98	-	-	0.00	-0.09
28-32 ปี	3.08	-	-	-	-0.10

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 จากการวิเคราะห์ผลพบว่าอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านบริการ มากกว่านักศึกษาที่มีอายุ 18-22 ปี และอายุ 23-27 ปี

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-27 ปี	28-32 ปี
ต่ำกว่า 18 ปี	3.22	-	0.07	0.01*	0.00*
18-22 ปี	2.94	-	0.28	0.38	0.46
23-27 ปี	2.84	-	-	0.10	0.18
28-32 ปี	2.76	-	-	-	0.08

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 จากการวิเคราะห์ผลพบว่าอายุ กับปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านสภาพแวดล้อม มากกว่านักศึกษาที่มีอายุ 23-27 ปี และอายุ 28-32 ปี

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ปัจจัยการตัดสินใจโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.86	4	0.21	1.44	0.219
	ภายในกลุ่ม	59.28	395	0.15		
	รวม	60.15	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่า F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระหว่างรายได้กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักโดยภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.219 หมายความว่านักศึกษาที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.33	4	0.33	0.77	0.542
	ภายในกลุ่ม	170.33	395	0.43		
	รวม	171.66	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.72	4	0.68	2.50	0.042*
	ภายในกลุ่ม	107.42	395	0.27		
	รวม	110.14	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.79	4	0.19	0.54	0.705
	ภายในกลุ่ม	144.65	395	0.36		
	รวม	145.44	399			

ตารางที่ 4.22 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามรายได้ที่แตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.37	4	0.59	0.71	0.584
	ภายในกลุ่ม	329.33	395	0.83		
	รวม	331.71	399			
5. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.61	4	1.40	2.85	0.024*
	ภายในกลุ่ม	194.30	395	0.49		
	รวม	199.92	399			
6. ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	5.46	4	1.36	2.66	0.032*
	ภายในกลุ่ม	202.54	395	0.51		
	รวม	208.00	399			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.10	4	0.52	0.86	0.488
	ภายในกลุ่ม	242.20	395	0.61		
	รวม	244.31	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่า F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระหว่างรายได้กับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านราคา ด้านบริการ และด้านสภาพแวดล้อม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.042, 0.024 และ 0.032 หมายความว่านักศึกษาที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านราคา ด้านบริการ และด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.542, 0.705, 0.584 และ 0.488 หมายความว่านักศึกษาที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า	5,000-	10,001-	15,001-	มากกว่า
		5,000	10,000	15,000	20,000	20,0001
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป
	\bar{X}	4.11	4.13	4.31	4.26	4.29
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4.11	-	0.85	0.04*	0.13	0.16
			-0.01	0.19	-0.14	-0.17
5,000-10,000 บาท	4.11	-	-	0.00*	0.06	0.12
				-0.18	-0.13	-0.15
10,001-15,000 บาท	4.31	-	-	-	0.52	0.83
					0.04	0.02
15,001-20,000 บาท	4.26	-	-	-	-	0.81
						-0.02
มากกว่า 20,0001 บาท ขึ้นไป	4.29	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 จากการวิเคราะห์ผลพบว่ารายได้ต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และนักศึกษาที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านราคา มากกว่านักศึกษาที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า	5,000-	10,001-	15,001-	มากกว่า
		5,000	10,000	15,000	20,000	20,0001
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท ขึ้นไป
	\bar{X}	3.21	3.10	2.87	2.96	3.13
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.21	-	0.38	0.00*	0.05	0.62
			0.11	0.34	0.25	0.08
5,000-10,000 บาท	3.10	-	-	0.01*	0.13	0.83
				0.23	0.14	-0.02
10,001-15,000 บาท	2.87	-	-	-	0.38	0.06
					-0.08	-0.26
15,001-20,000 บาท	2.96	-	-	-	-	0.23
						-0.17
มากกว่า 20,0001 บาท ขึ้นไป	3.13	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 จากการวิเคราะห์ผลพบว่ารายได้ต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ หมายความว่านักศึกษาที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และนักศึกษาที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านบริการ มากกว่านักศึกษาที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตาม รายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	ต่ำกว่า	5,000-	10,001-	15,001-	มากกว่า
		5,000	10,000	15,000	20,000	20,0001
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท ขึ้นไป
	\bar{X}	3.14	2.98	2.81	2.78	2.83
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.14	-	0.21	0.01*	0.00*	0.07
			0.16	0.33	0.36	0.30
5,000-10,000 บาท	2.98	-	-	0.06	0.04*	0.30
				0.17	0.20	0.14
10,001-15,000 บาท	2.81	-	-	-	0.79	0.85
					0.02	-0.02
15,001-20,000 บาท	2.78	-	-	-	-	0.72
						-0.05
มากกว่า 20,0001 บาท ขึ้นไป	2.83	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 จากการวิเคราะห์ผลพบว่ารายได้ต่อเดือน กับปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม หมายความว่านักศึกษาที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการตัดสินใจเข้าหอพักด้านสภาพแวดล้อม มากกว่านักศึกษาที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และมีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการตัดสินใจเข้าหอพักด้านสภาพแวดล้อม มากกว่านักศึกษาที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท

ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ปัจจัยการตัดสินใจโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.78	5	0.15	1.03	0.397
	ภายในกลุ่ม	59.37	394	0.15		
	รวม	60.15	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่า F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระหว่างภูมิลำเนาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักโดยภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.397 หมายความว่านักศึกษามีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.77	5	0.55	1.29	0.265
	ภายในกลุ่ม	168.89	394	0.42		
	รวม	171.66	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.86	5	0.17	0.62	0.682
	ภายในกลุ่ม	109.27	394	0.27		
	รวม	110.14	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.35	5	0.27	0.74	0.592
	ภายในกลุ่ม	144.38	394	0.36		
	รวม	145.44	399			

ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือก
เช่าห้องพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน (ต่อ)

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	15.02	5	3.00	3.73	0.003*
	ภายในกลุ่ม	316.68	394	0.80		
	รวม	331.71	399			
5. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.13	5	1.42	2.91	0.013*
	ภายในกลุ่ม	192.78	394	0.48		
	รวม	199.92	399			
6. ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	2.67	5	0.53	1.02	0.402
	ภายในกลุ่ม	205.32	394	0.52		
	รวม	208.00	399			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	8.90	5	10.78	2.98	0.012*
	ภายในกลุ่ม	235.40	394	0.59		
	รวม	244.31	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างโดย ระหว่างภูมิลำเนาเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ และด้านกระบวนการ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.003, 0.013 และ 0.012 หมายความว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ และด้านกระบวนการแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสภาพแวดล้อม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.265, 0.682, 0.592 และ 0.402 หมายความว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่

ภูมิลำเนา	\bar{X}	ภาคเหนือ	ภาค กลาง	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันตก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
		2.89	3.05	2.50	2.59	2.81	2.84
ภาคเหนือ	2.89	-	0.22 -0.15	0.01* 0.39	0.09 0.30	0.60 0.08	0.78 0.04
ภาคกลาง	3.05	-	-	0.00* 0.55	0.00* 0.46	0.09 0.24	0.18 0.20
ภาคตะวันออก	2.50	-	-	-	0.62 -0.09	0.08 -0.31	0.06 -0.34
ภาคตะวันตก	2.59	-	-	-	-	0.26 -0.21	0.20 0.25
ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	2.81	-	-	-	-	-	0.83 -0.03
ภาคใต้	2.84	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 จากการวิเคราะห์ผลพบว่าภูมิลำเนา กับปัจจัยการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก ส่วนนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ จำแนกตามภูมิลำเนาเป็นรายคู่

ภูมิลำเนา	\bar{X}	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
		ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคใต้
ภาคเหนือ	3.00	-	0.28	0.18	0.03*	0.36
			0.10	-0.17	-0.29	-0.11
ภาคกลาง	2.89	-	-	0.01*	0.00*	0.04*
				-0.28	-0.40	-0.22
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.17	-	-	-	0.41	0.68
					-0.12	0.05
ภาคตะวันออก	3.30	-	-	-	-	0.23
						0.18
ภาคใต้	3.12	-	-	-	-	-
						0.55
ภาคเหนือ	3.03	-	-	-	-	-
						0.08

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 จากการวิเคราะห์ผลพบว่าภูมิลำเนา กับปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านบริการมากกว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านบริการมากกว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านกระบวนการจำแนกตาม
ภูมิภาคเป็นรายคู่

ภูมิภาค	\bar{X}	ภาคเหนือ	ภาค กลาง	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันตก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
ภาคเหนือ	2.79	-	0.02*	0.82	0.24	0.06	0.14
			-0.25	-0.03	0.18	-0.26	0.21
ภาคกลาง	3.04	-	-	0.08	0.00*	0.93	0.77
				0.22	0.44	-0.01	0.03
ภาคตะวันออก	2.82	-	-	-	0.19	0.13	0.25
					0.21	-0.23	-0.18
ภาคตะวันตก	2.60	-	-	-	-	0.00*	0.02*
						-0.45	0.40
ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ	3.06	-	-	-	-	-	0.76
							0.04
ภาคใต้	3.01	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์พบว่าภูมิภาคกับปัจจัยการตัดสินใจด้านกระบวนการมีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคเหนือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักด้านกระบวนการ มากกว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ส่วนนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักด้านกระบวนการ มากกว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก และนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคตะวันตก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักด้านกระบวนการ มากกว่านักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

ตารางที่ 4.31 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือก
เช่าห้องพักของนักศึกษาโดยภาพรวม จำแนกตามสถาบันการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ปัจจัยการตัดสินใจโดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.37	4	0.59	4.05	0.00*
	ภายในกลุ่ม	57.78	395	0.14		
	รวม	60.15	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่า F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระหว่างสถาบันการศึกษากับปัจจัยในการตัดสินใจโดยภาพรวม พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักโดยภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในภาพรวม จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่

สถาบันการศึกษา	\bar{X}	ม.ราชมงคล	ม.	ม.วไลยลง	ม.อีสเทิร์น	ม.กรุงเทพ
		ธัญบุรี	ธรรมศาสตร์	กรณ์	เอเชีย	
		3.47	3.39	3.24	3.33	3.35
ม.ราชมงคลธัญบุรี	3.47	-	0.16	0.00*	0.10	0.04*
			0.07	0.22	0.13	0.11
ม.ธรรมศาสตร์	3.39	-	-	0.00*	0.49	0.52
				0.14	0.05	0.03
ม.วไลยลงกรณ์	3.24	-	-	-	0.25	0.04*
					-0.09	-0.11
ม.อีสเทิร์นเอเชีย	3.33	-	-	-	-	0.81
						-0.01
ม.กรุงเทพ	3.35	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์พบว่าสถาบันการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจในภาพรวม มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในภาพรวม มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในภาพรวม มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ และนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในภาพรวม มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามสถาบันการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	8.79	4	2.20	5.33	0.000*
	ภายในกลุ่ม	162.86	395	0.41		
	รวม	171.66	399			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	6.02	4	1.50	5.71	0.000*
	ภายในกลุ่ม	104.11	395	0.26		
	รวม	110.14	399			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.32	4	1.58	4.48	0.001*
	ภายในกลุ่ม	139.12	395	0.35		
	รวม	145.44	399			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	25.76	4	6.44	8.31	0.000*
	ภายในกลุ่ม	305.94	395	0.77		
	รวม	331.71	399			
5. ด้านบริการ	ระหว่างกลุ่ม	34.64	4	8.66	20.69	0.000*
	ภายในกลุ่ม	165.27	395	0.41		
	รวม	199.92	399			

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือก
เช่าหอพักของนักศึกษาเป็นรายด้าน จำแนกตามสถาบันการศึกษาที่แตกต่างกัน

ปัจจัยการตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
6. ด้านสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	12.85	4	3.21	6.50	0.000*
	ภายในกลุ่ม	195.14	395	0.49		
	รวม	208.00	399			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	26.09	4	0.59	4.05	0.003*
	ภายในกลุ่ม	218.21	395	0.14		
	รวม	244.31	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่า F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ระหว่างสถาบันการศึกษากับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านกระบวนการ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.001, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.003 หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านกระบวนการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่

สถาบันการศึกษา	\bar{X}	ม.ราชมงคล	ม.	ม.วไลย	ม.อีสเทิร์น	ม.กรุงเทพ
		ชัยบุรี	ธรรมศาสตร์	ลงกรณ์	เอเชีย	
		3.73	3.78	3.38	3.68	3.61
ม.ราชมงคลชัยบุรี	3.73	-	0.59	0.00*	0.71	0.20
			-0.04	0.34	0.05	0.12
ม.ธรรมศาสตร์	3.78	-	-	0.00*	0.45	0.06
				0.39	0.10	0.17
ม.วไลยลงกรณ์	3.38	-	-	-	0.03*	0.01*
					-0.29	-0.22
ม.อีสเทิร์นเอเชีย	3.68	-	-	-	-	0.59
						0.07
ม.กรุงเทพ	3.61	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์พบว่าสถาบันการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกัน หมายความว่า นักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาย่อมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่านักศึกษาที่ย่อมมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ ส่วนนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาย่อมมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่านักศึกษาที่ย่อมมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา จำแนกตาม
สถาบันการศึกษาเป็นรายคู่

สถาบันการศึกษา	\bar{X}	ม.ราชวมงคล	ม.	ม.วไลย	ม.อีสเทิร์น	ม.กรุงเทพ
		ชัยบุรี	ธรรมศาสตร์	ลงกรณ์	เอเชีย	
ม.ราชวมงคลชัยบุรี	4.01	-	0.00*	0.05	0.01*	0.00*
ม.ธรรมศาสตร์	4.34	-	-	0.02*	0.63	0.51
ม.วไลยลงกรณ์	4.17	-	-	0.17	0.05	0.04
ม.อีสเทิร์นเอเชีย	4.29	-	-	-	0.26	0.10
ม.กรุงเทพ	4.29	-	-	-	-0.12	-0.12
						0.97
						-0.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์พบว่าสถาบันการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจด้านราคา มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านราคา มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านราคา มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่

สถาบันการศึกษา	\bar{X}	ม.ราชวมงคล	ม.	ม.วไลย	ม.อีสเทิร์น	ม.กรุงเทพ
		ชัยบุรี	ธรรมศาสตร์	ลงกรณ์	เอเชีย	
	\bar{X}	3.78	4.11	4.03	3.81	3.99
ม.ราชวมงคลชัยบุรี	3.78	-	0.00*	0.00*	0.81	0.01*
			-0.33	-0.24	-0.02	-0.21
ม.ธรรมศาสตร์	4.11	-	-	0.34	0.01*	0.17
				0.08	0.31	0.11
ม.วไลยลงกรณ์	4.03	-	-	-	0.08	0.68
					0.22	0.03
ม.อีสเทิร์นเอเชีย	3.81	-	-	-	-	0.14
						-0.18
ม.กรุงเทพ	3.99	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์พบว่าสถาบันการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลชัยบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่

สถาบันการศึกษา	\bar{X}	ม.ราชวมงคล	ม.	ม.วไลย	ม.อีสเทิร์น	ม.กรุงเทพ
		ชัยบุรี	ธรรมศาสตร์	ลงกรณ์	เอเชีย	
		3.08	3.15	2.67	2.74	2.54
ม.ราชวมงคลชัยบุรี	3.08	-	0.64	0.00*	0.06	0.00*
			-0.05	0.41	0.34	0.54
ม.ธรรมศาสตร์	3.15	-	-	0.00*	0.02*	0.00*
				0.47	0.41	0.60
ม.วไลยลงกรณ์	2.67	-	-	-	0.74	0.30
					-0.06	0.13
ม.อีสเทิร์นเอเชีย	2.74	-	-	-	-	0.29
						0.19
ม.กรุงเทพ	2.54	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์พบว่า สถาบันการศึกษากับปัจจัยการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลชัยบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ จำแนกตาม
สถาบันการศึกษาเป็นรายคู่

สถาบันการศึกษา	\bar{X}	ม.ราชมงคล	ม.	ม.วไลย	ม.อีสเทิร์น	ม.กรุงเทพ
		ชัยบุรี	ธรรมศาสตร์	ลงกรณ์	เอเชีย	
ม.ราชมงคลชัยบุรี	3.10	-	0.00*	0.64	0.62	0.00*
ม.ธรรมศาสตร์	2.56	-	-	0.00*	0.00*	0.00*
ม.วไลยลงกรณ์	3.06	-	-	-	0.41	0.00*
ม.อีสเทิร์นเอเชีย	3.17	-	-	-	-	0.13
ม.กรุงเทพ	3.38	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์พบว่าสถาบันการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจด้านบริการ มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านบริการ มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านบริการ มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านบริการ มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามสถาบันการศึกษาเป็นรายคู่

สถาบันการศึกษา	\bar{X}	ม.ราชวมงคล	ม.	ม.วไลย	ม.อีสเทิร์น	ม.กรุงเทพ
		ชัยบุรี	ธรรมศาสตร์	ลงกรณ์	เอเชีย	
		3.16	2.87	2.63	2.85	2.94
ม.ราชวมงคลชัยบุรี	3.16	-	0.00* 0.28	0.00* 0.53	0.03* 0.31	0.03* 0.21
ม.ธรรมศาสตร์	2.87	-	-	0.01* 0.24	0.86 0.02	0.51 -0.06
ม.วไลยลงกรณ์	2.63	-	-	-	0.14 -0.22	0.00* -0.31
ม.อีสเทิร์นเอเชีย	2.85	-	-	-	-	0.54 -0.09
ม.กรุงเทพ	2.94	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์พบว่า สถาบันการศึกษากับปัจจัยการตัดสินใจด้านสภาพแวดล้อม มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านสภาพแวดล้อม มากกว่านักศึกษาที่อยู่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียและมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านสภาพแวดล้อม มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ และนักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักด้านสภาพแวดล้อม มากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจด้านกระบวนการ จำแนกตาม
สถาบันการศึกษาเป็นรายคู่

สถาบันการศึกษา	\bar{X}	ม.ราชมงคล	ม.	ม.วไลย	ม.อีสเทิร์น	ม.กรุงเทพ
		ชัยบุรี	ธรรมศาสตร์	ลงกรณ์	เอเชีย	
ม.ราชมงคลชัยบุรี	3.39	-	0.00* 0.48	0.00* 0.64	0.00* 0.58	0.00* 0.66
ม.ธรรมศาสตร์	2.91	-	-	0.13 0.15	0.51 0.10	0.09 0.18
ม.วไลยลงกรณ์	2.75	-	-	-	0.71 -0.05	0.84 0.02
ม.อีสเทิร์นเอเชีย	2.81	-	-	-	-	0.61 0.79
ม.กรุงเทพ	2.73	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

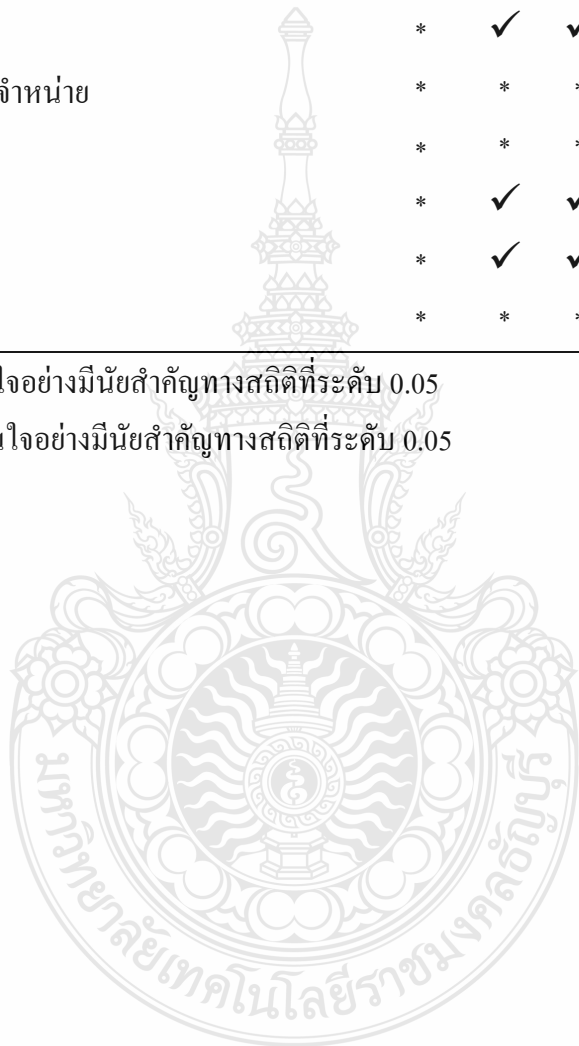
จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์พบว่าสถาบันการศึกษา กับปัจจัยการตัดสินใจด้านกระบวนการ มีความแตกต่างกัน หมายความว่านักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักด้านกระบวนการมากกว่านักศึกษาที่อยู่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยลงกรณ์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตารางที่ 4.41 สรุปความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ
ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัย	ปัจจัยส่วนบุคคล				
	เพศ	อายุ	รายได้	ภูมิลำเนา	สถานการศึกษา
1. ด้านผลิตภัณฑ์	*	*	*	*	✓
2. ด้านราคา	*	✓	✓	*	✓
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	*	*	*	*	✓
4. ด้านการตลาด	*	*	*	✓	✓
5. ด้านบริการ	*	✓	✓	✓	✓
6. ด้านสภาพแวดล้อม	*	✓	✓	*	✓
7. ด้านกระบวนการ	*	*	*	✓	✓

✓ มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* ไม่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี” ในแต่ละด้านประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ ซึ่งผู้ศึกษาได้เก็บและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มสำรวจที่เป็นนักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 400 คน โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

จากผลการศึกษารั้ครั้งนี้พบว่า นักศึกษาในจังหวัดปทุมธานีที่ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 ส่วนใหญ่มีอายุ 18-22 ปี จำนวน 184 คนคิดเป็นร้อยละ 46.00 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 คน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ทางภาคกลาง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ตามลำดับ

5.1.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

จากที่ได้ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักประกอบด้วยปัจจัยทั้ง 7 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบริการ 6) ด้านสภาพแวดล้อม และ 7) ด้านกระบวนการ พบว่า นักศึกษาให้ความคิดเห็นที่สรุปผลได้คือ

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในภาพรวมจะอยู่ในระดับมาก และสรุปผลที่ได้เป็นรายชื่อตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุดคือการออกแบบและความสวยงามของอาคาร รองลงมาคือห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี รวมถึงการออกแบบตกแต่ง การแบ่ง

ส่วนการใช้พื้นที่ให้เป็นกิจจะลักษณะ ความพร้อมของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก มีโทรศัพท์ภายในห้องพัก และมีพัดลม/เครื่องปรับอากาศภายในห้องพัก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ

2) ด้านราคา พบว่า ในภาพรวมจะอยู่ในระดับมากที่สุด และสรุปผลที่ได้เป็นรายชื่อตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ อัตราค่าเช่ารายเดือนห้องพักมีความเหมาะสม ความเหมาะสมของค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ และการเก็บค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือนก่อนเข้าพัก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความเหมาะสมของค่าประกันความเสียหาย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสรุปผลที่ได้เป็นรายชื่อตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ หอพักใกล้สถาบันการศึกษา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนหอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน และความสะดวกในการเดินทาง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสรุปผลที่ได้เป็นรายชื่อตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโปสเตอร์ โฆษณา และมีส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

5) ด้านบริการ พบว่า ในภาพรวมจะอยู่ในระดับปานกลาง และสรุปผลที่ได้เป็นรายชื่อตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ห้องพักให้บริการได้เร็วและถูกต้อง รongมา คือ การรักษาความปลอดภัยของห้องพัก (คีย์การ์ด กล้องวงจรปิด) รวมถึงการให้บริการรับฝากข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ มีความถูกต้องรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ห้องพักเต็มใจที่จะให้บริการและช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์และเป็นที่น่าไว้วางใจได้ มีขั้นตอนในการติดต่อและดำเนินการกับทางห้องพักได้สะดวก รวดเร็ว มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ

6) ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสรุปผลที่ได้เป็นรายชื่อตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ สภาพแวดล้อมภายนอก (เช่น บริเวณห้องพัก สนามหญ้า สะอาดสวยงาม) รongลงมาคือการจัดพื้นที่และสภาพแวดล้อมของร้านขายอาหารมีความสะอาดและเป็นระเบียบ ผู้ที่ทำธุรกิจมีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจห้องพักของนักศึกษา รวมถึงการมีเงินทุนมากพอในการทำธุรกิจห้องพักของนักศึกษา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ

7) ด้านกระบวนการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสรุปผลที่ได้เป็น รายชื่อตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ การบริการของการ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ไฟดับ น้ำรั่ว รongลงมา คือ มีการบริการทำความสะอาด มีความคิดเห็นอยู่ใน ระดับปานกลางทุกข้อ

สรุปได้ว่าในภาพรวมที่ พบว่า เกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 7 ด้านรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง มีความคิดเห็นในด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด รองมาคือด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ ด้านสภาพแวดล้อม และด้าน กระบวนการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้ที่ทำธุรกิจด้านหอพักให้นำมาพิจารณาเพื่อ วางแผนการตลาดและตอบในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการต่อไป

5.1.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานที่ 1 เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลมูลทั่ว ๆ ไปของผู้ที่ ตอบคือ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา และสถาบันการศึกษา กับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก สรุปได้ดังนี้

5.1.3.1 จำแนกตามเพศ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ เพศชาย และเพศหญิง พบว่า ใน ภาพรวม และสรุปเป็นรายด้าน ได้ผลลัพธ์ได้ว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าหอพักของนักศึกษา

5.1.3.2 จำแนกตามอายุ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 18 ปี, 18-22 ปี, 23-27 ปี, 28-32 ปี และ 32 ปีขึ้นไป พบว่า ในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน คือ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการ ตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา และสรุปเป็นรายด้าน ได้ผลลัพธ์ว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน คือ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาด้านราคา ด้านบริการ และด้าน สภาพแวดล้อม มีความแตกต่างกัน คือ อายุ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของ นักศึกษา

5.1.3.3 จำแนกตามรายได้ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท, 5,000-10,000 บาท, 10,001-15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป พบว่า ในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน คือ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา และ เมื่อสรุปเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน คือ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก

ของนักศึกษา ส่วนด้านราคา ด้านบริการ และด้านสภาพแวดล้อม มีความแตกต่างกัน คือ รายได้ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา

5.1.3.4 จำแนกตามภูมิลำเนา แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ พบว่า ในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน คือ ภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา และสรุปเป็นแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน คือ ภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ และด้านกระบวนการ มีความแตกต่างกัน คือ ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา

5.1.3.5 จำแนกตามสถาบันการศึกษา แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า ในภาพรวมและปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ต่างกัน คือ สถาบันการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษา

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปราย มีดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นการตอบในสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าหอพักยังต้องมีการปรับปรุงและหาวิธีการในการส่งเสริมปัจจัยด้านต่าง ๆ ให้สามารถตอบในสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าหอพักให้มากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมและในรายข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ตอบในสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าหอพักได้เป็นอย่างดีโดยเฉพาะเรื่องของการออกแบบและความสวยงามของอาคาร รวมถึงการใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดีการตกแต่งและแบ่งส่วนพื้นที่ใช้สอยได้เหมาะสม จากผลการศึกษา พบว่าเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, น. 106-107) กล่าวไว้ว่า ในการวัดคุณภาพในการที่จะบริการลูกค้า จะวัดด้วยองค์ประกอบของคุณภาพที่จะให้บริการ ได้แก่ สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ได้แก่ อาคารธุรกิจ เครื่องมือและอุปกรณ์ให้บริการ ที่จอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคาในภาพรวม และในรายข้อทุกข้อมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสูงสุดกว่าทุก ๆ ด้านคืออยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงการกำหนดราคาและแผนการตลาดด้านกลยุทธ์ของการกำหนดราคาห้องพักที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าห้องพักและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอัตราค่าเช่ารายเดือนของห้องพักที่กำหนดได้อย่างเหมาะสมตรงตามสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษาซึ่งสอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของนักศึกษาที่กล่าวมา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวม และในรายข้อมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคืออยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการที่ห้องพักมีทำเลอยู่ใกล้สถานศึกษาถือเป็นช่องทางที่ผู้เช่าพักต้องการมากที่สุด ด้วยผู้เช่าพักส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามีรายได้น้อย ถ้าได้ห้องพักใกล้สถานศึกษาหรือแหล่งชุมชน ตลาดและศูนย์การค้าจะช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายของการเดินทาง ทั้งยังช่วยให้สะดวกในการซื้อหาสิ่งบริโภคของใช้ประจำวันได้เป็นอย่างดี จากผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาของผู้เช่าพักที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษา ซึ่งได้สอดคล้องกับงานวิจัย ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, น. 81) กล่าวว่า ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลในการไปใช้บริการหากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานลูกค้าในการส่งมอบบริการ ต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสถานที่ให้บริการและเวลาที่สะดวกรวดเร็วจากการได้รับบริการ โดยผ่านทางอีเมลล์ หรือทางเว็บไซต์ก็ได้เพราะลูกค้าจะคำนึงถึงความรวดเร็วและสะดวกในการรับบริการเป็นปัจจัยสำคัญ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม และในรายข้อมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลางในด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโปสเตอร์โฆษณา เป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้เช่าห้องพักความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ห้องพัก จากป้ายโปสเตอร์ที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ห้องพัก เพราะเป็นการสื่อให้ผู้เช่ามองเห็นภาพของห้องพักได้เป็นอย่างดี ทั้งยังเป็นการเชิญชวนให้อยากเข้าพัก ถ้าหากโปสเตอร์สื่อภาพของสถานที่ห้องพักออกมาอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนที่ช่วยให้การตัดสินใจเช่าห้องพักอีกตัวช่วยหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดของผู้ทำธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่าภูมิลำเนาและสถาบันการศึกษาของผู้เช่าพักที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษา ซึ่งเกี่ยวข้องกับหนังสือการบริหารการตลาดยุคใหม่เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, น. 146-148) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารข้อมูลของผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างแนวคิดที่ดีและพฤติกรรม

ส่งเสริมการขาย รวมถึงสิ่งทีนอกเหนือจากการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ช่วยกระตุ้นความสนใจ การซื้อหรือทดลองใช้

ปัจจัยด้านบริการ ในภาพรวมและในรายช้อมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง นักศึกษา จะให้ความสำคัญกับการให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็วของเจ้าหน้าที่หอพัก รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัยและการเต็มใจที่ให้บริการและช่วยเหลือผู้เช่าพัก การรับฝากข้อมูลข่าวสารซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้เช่าพักให้ความสำคัญกับสิ่งที่กล่าวมามากที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรจัดเจ้าหน้าที่ที่มีจิตสาธารณะในการให้บริการแก่ผู้เช่าพัก รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นหัวใจสำคัญที่สร้างความมั่นคงและความเชื่อมั่นต่อผู้เช่าหอพักว่าสามารถได้รับบริการที่ดี และมีความปลอดภัยสูงสุดเมื่อเช่าพักที่หอพักนี้ จากผลการศึกษาพบว่า อายุ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา และสถาบันการศึกษาของผู้เช่าพักที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษา

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในภาพรวม และในรายช้อมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาให้ความสำคัญกับการจัดพื้นที่สภาพแวดล้อมร้านอาหารบริเวณหอพัก ความสะอาดและเป็นระเบียบ ซึ่งบ่งบอกให้เห็นว่าผู้ทำธุรกิจควรมีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดูร่มรื่น สะอาดเพื่อให้ผู้เช่าได้มีโอกาสนั่งพักผ่อน เป็นการสร้างความผ่อนคลาย รวมถึงความสะอาดในทุกบริเวณของหอพัก ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญที่จะสร้างแรงจูงใจให้ผู้เช่าตัดสินใจเช่าหอพักที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีและสะอาด ดูสบายตา ผ่อนคลายซึ่งเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่เหนื่อยล้าจากภายนอกเมื่อได้กลับเข้าที่พักแล้วทำให้รู้สึกสบาย จากผลการศึกษาพบว่า อายุ รายได้ต่อเดือนและสถานการศึกษาของผู้เช่าพักที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก

ปัจจัยด้านกระบวนการ ในภาพรวม และรายช้อมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาให้ความสำคัญกับการบริการของการที่ช่วยแก้ปัญหาในสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟดับ น้ำรั่ว เป็นต้น ซึ่งผู้ทำธุรกิจควรมีการวางแผนป้องกันหรือมีแนวปฏิบัติของการแก้ไขปัญหาสำคัญดังกล่าว เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้พักอาศัย ว่าเมื่อเข้ามาอยู่จะไม่พบปัญหานี้หรือถ้ามีเหตุการณ์เหล่านี้เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ทันเวลาไม่ทำให้ผู้พักอาศัยเดือดร้อนซึ่งก็เป็นอีกจุดขายหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ผลการศึกษาพบว่า ภูมิลำเนา และสถาบันการศึกษาของผู้เช่าพักที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษา

การเปรียบเทียบความแตกต่าง จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา และสถานศึกษา พบว่า

จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ จึงสามารถกล่าวได้ว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่ใช้ในการเลือกเช่าหอพัก

จำแนกตามอายุ 5 กลุ่ม พบว่า ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาในภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ จึงอธิบายได้ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่ใช้ในการเลือกเช่าห้องพัก แต่ถ้าแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา ด้านบริการ และด้านสภาพแวดล้อม มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 5 กลุ่ม พบว่า ในภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ จึงอธิบายได้ว่ารายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่ใช้ในการเลือกเช่าห้องพัก แต่ถ้าแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา ด้านบริการ และด้านสภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

จำแนกตามภูมิลำเนา 6 กลุ่ม พบว่า ในภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ จึงอธิบายได้ว่า ภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่ใช้ในการเลือกเช่าห้องพัก แต่ถ้าแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ ที่แตกต่างกัน

จำแนกตามสถาบันการศึกษา 5 กลุ่ม พบว่า ในภาพรวมและในรายด้านมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษา จึงอธิบายได้ว่าสถาบันการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ที่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขปัญหาของห้องเช่าพักอาศัย รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดโดยผู้ศึกษาได้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ดังนี้

5.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลจากการศึกษา ได้ผลลัพธ์ว่า นักศึกษาให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยย่อย ส่วนในเรื่องของชื่อเสียงของพักให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นเจ้าของผู้ทำธุรกิจห้องพักอาศัย ไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับชื่อเสียงมากแต่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในห้องพัก ความสวยงามของอาคารและการตกแต่งอาคาร พื้นที่ใช้สอยให้สวยงามและเหมาะสม เพื่อให้ผู้ที่เช่าห้องพักอาศัยได้มีโอกาสได้เลือกตามที่ต้องการเช่า และตรงตามความต้องการของผู้เช่า ทั้งยังช่วยให้ผู้เช่าตัดสินใจได้ง่ายเมื่อผู้เช่าได้ให้สิ่งที่ต้องการได้คุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์สุดท้ายก็จะนำมาถึงการตัดสินใจเช่าต่อไป ผู้ทำธุรกิจก็สามารถใช้ความสวยงามของอาคาร และการตกแต่งอาคารที่ดูสวยงาม ทันสมัย และตรงต่อสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าพัก ทำให้ผู้เช่าพักมีมากขึ้นธุรกิจก็จะสามารถดำเนินต่อไปตามเป้าหมายได้

5.3.2 ปัจจัยด้านราคา

ผลจากการศึกษาได้ผลลัพธ์ว่า นักศึกษาให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องของ อัตราค่าเช่ารายเดือนของห้องพักที่มีความเหมาะสม รวมทั้งการจัดเก็บค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ และการจัดเก็บค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือนก่อนเข้าพัก และค่าประกันของเสียหาย ดังนั้นเจ้าของผู้ทำธุรกิจหอพักอาศัย ควรรักษาระดับของราคาให้ผู้เช่าให้ความสำคัญมากที่สุดไว้ และในการที่จะปรับราคาควรมีการวิเคราะห์สถานการณ์ และมีการพูดคุยหรือทำความเข้าใจกับผู้เช่าก่อนเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน และเป็นการเปิดช่องทาง และ โอกาสให้ผู้เช่าพักได้แสดงแนวคิดเห็นและไม่เกิดความขัดแย้งเมื่อมีการปรับราคาตามวิกฤตของเศรษฐกิจหรือความอยู่รอดของผู้ทำธุรกิจ ทั้งนี้การกำหนดราคาของค่าเช่าหอพักอาศัยผู้ประกอบการควรตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะการกำหนดราคาหอพักต้องมีความเหมาะสมกับขนาดของห้องพักและสถานที่ มีความชัดเจน และมีหลายราคาให้ผู้ที่ต้องการเช่าหอพักอาศัยได้ทำการเลือกตามอัตรากำลังของผู้เช่าห้องพักอาศัยเอง ทั้งยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถดึงดูดใจผู้เช่าหอพักอาศัยได้เป็นอย่างดี เพราะผู้เช่าห้องพักอาศัยมีโอกาสได้เลือกราคาด้วยตนเอง และเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด

5.3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลจากการศึกษา ได้ผลลัพธ์ว่า นักศึกษาให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องของ หอพักอยู่ใกล้สถาบันการศึกษา ดังนั้นเจ้าของผู้ทำธุรกิจการห้องเช่าหอพักอาศัย ควรที่จะเลือกทำเลในการสร้างหอพักอาศัยให้อยู่ใกล้สถาบันการศึกษามากที่สุด เพื่อตอบในสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าทั้งยังช่วยให้ประหยัดเวลาในการเดินทาง ประหยัดค่าพาหนะในการเดินทางไปศึกษา ในรายช้อย่อยนักศึกษาให้ความสำคัญมาก แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการก็ควรที่จะเลือกทำเลของการสร้างหอพักที่อยู่ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า ใกล้แหล่งชุมชน หรือใกล้ต่อการเดินทางคมนาคมที่สะดวกสบาย เพื่อช่วยให้ผู้เช่าง่ายต่อการเดินทางติดต่อธุรกิจ ซื้อหรือหาอาหารและสินค้าอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ทั้งนี้การทำธุรกิจหอพักในทำเลที่อยู่ใกล้แหล่งต่าง ๆ จะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เช่าสามารถตัดสินใจเลือกเช่าหอพักเพราะทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ประหยัดค่าใช้จ่าย และตอบในสิ่งที่ต้องการสิ่งบริโภคร่างต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีและครบครัน หากได้ทำเลดีก็จะช่วยให้ธุรกิจหอพักประสบความสำเร็จเพราะมีผู้เช่าจำนวนมาก

5.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลจากการศึกษา ได้ผลลัพธ์ว่า ผู้เช่าห้องพักอาศัยให้ระดับความสำคัญปานกลางกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของ การประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์โฆษณา และมีส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน ดังนั้นเจ้าของผู้ทำธุรกิจห้องเช่าหอพักอาศัย ควรที่จะมีส่วนลดต่าง ๆ ให้กับ

เช่าห้องพักรออาศัย เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้า และมีการทำโปรโมชั่นต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ เพื่อให้ผู้เช่าห้องพักรออาศัยเกิดความสนใจ และอยากเข้ามาชมห้องพักรออาศัย ยิ่งส่งผลทำให้ผู้เช่ามีการตัดสินใจเช่าห้องพักรออาศัย เนื่องจากตรงตามในสิ่งที่ต้องการของตัวผู้เช่าห้องพักรออาศัยเองด้วย

5.3.5 ปัจจัยด้านบริการ

ผลจากการศึกษา ได้ผลลัพธ์ว่า ผู้เช่าห้องพักรออาศัยให้ระดับความสำคัญปานกลางกับปัจจัยย่อยด้านบุคคลเรื่อง ความเชื่อถือในการทำธุรกิจ ดังนั้นเจ้าของผู้ทำธุรกิจห้องเช่า ควรที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ที่มาเช่าห้องพักรออาศัย เพื่อให้ผู้เช่าห้องพักรออาศัยเกิดความเชื่อมั่น และมั่นใจในการที่จะเช่าห้องพักรออาศัย สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ขึ้นอยู่กับตัวผู้เป็นเจ้าของกิจการห้องเช่าว่าจะสามารถสร้างความไว้วางใจและเชื่อใจให้กับผู้เช่าห้องพักรออาศัยได้มากเพียงใด สิ่งเหล่านี้จะต้องอาศัยเวลาและประสบการณ์ของการทำธุรกิจประเภทห้องเช่าพักรออาศัยที่ทำมานานและมีประสบการณ์สูง จึงจะทำให้ผู้เช่าห้องพักรออาศัยเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจในการทำธุรกิจประเภทห้องเช่าพักรออาศัยที่มากกว่า

5.3.6 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ผลจากการศึกษา ได้ผลลัพธ์ว่า ผู้เช่าห้องพักรออาศัยให้ระดับความสำคัญปานกลางกับปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่องของ สภาพแวดล้อมรอบ ๆ ห้องพัก ดังนั้นเจ้าของผู้ทำธุรกิจห้องเช่า ควรที่จะมีการจัดการกับบรรยากาศรอบห้องเช่าพักรออาศัย ให้มีบรรยากาศที่ร่มรื่น น่าอยู่ ไร้ขยะมูลฝอยต่าง ๆ มีการจัดสวนหย่อมให้ดูร่มรื่นน่าอยู่ สิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างบรรยากาศของห้องพัก ทำให้ผู้เช่าห้องพักรออาศัยเกิดความสนใจในเรื่องของบรรยากาศที่น่าอยู่ และไม่ควรสร้างห้องพักรออาศัยในแหล่งที่ชุมชนแออัดมาก เพราะอาจจะทำให้บรรยากาศรอบ ๆ ห้องพักเสียไป และทำให้ผู้เช่าห้องพักรออาศัยเกิดความรำคาญและไม่เป็นส่วนตัว จะส่งผลทำให้ผู้เช่าห้องพักรออาศัยทำการเลิกเช่าห้องพักรออาศัยได้ในอนาคต

5.3.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผลจากการศึกษา ได้ผลลัพธ์ว่า ผู้เช่าห้องพักรออาศัยให้ระดับความสำคัญปานกลางกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในเรื่องของ และการบริการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ไฟดับ น้ำรั่ว ดังนั้นเจ้าของผู้ทำธุรกิจห้องเช่าหรือหอพัก ควรที่จะมีการเตรียมการหรือแผนงานที่จะรองรับและแก้ไขสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว เช่น มีช่างคอยบริการเวลาที่มีปัญหาเกิดขึ้น เพื่อความสะดวกของผู้เช่าพักรออาศัย และสร้างความเชื่อมั่นกับตัวผู้เช่าห้องพักรออาศัย

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ในงานศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะบางประการที่พอจะเป็นแนวทางได้ดังนี้

5.4.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยอื่น ๆ นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างหรือพื้นที่ที่แตกต่างจากที่ศึกษา เพื่อหาความสอดคล้องของผลการศึกษาที่ได้แล้วนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาข้อสรุป และนำไปใช้ในการตัดสินใจทำธุรกิจหอพัก

5.4.2 ควรมีการศึกษาความต้องการทางตลาดของผู้เช่าหอพักที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของคณาจารย์เพื่อหาข้อมูล และความต้องการในปัจจุบัน ที่ผู้เช่ามีความต้องการ เพื่อหาความแตกต่างในสิ่งที่ต้องการ และแนวคิดของผู้เช่าในการจัดทำหอพักที่ตอบในสิ่งที่ต้องการของผู้บริโภคได้

5.4.3 ควรมีการศึกษากับ สิ่งที่ต้องการด้านการตลาดของผู้เช่าหอพักในอนาคตว่ามีความต้องการอะไรเพิ่มมากขึ้นจากที่ผู้ให้บริการได้มีให้บริการในปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนประยุกต์และปรับปรุงการให้บริการหอพักให้เช่าที่เข้าถึงสิ่งที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นและตอบสนองได้ตรงต่อสิ่งที่ต้องการ

5.4.4 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับ การวิเคราะห์การกำหนดราคา เกี่ยวกับการทำความเข้าใจถึงความต้องการของผู้เช่าหอพัก และสามารถประเมินการตอบสนอง หรือปฏิกิริยาของผู้เช่าหอพักต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก ซึ่งสิ่งที่ผู้เช่าหอพักทุกคนต้องการ คือ การหาห้องพักราคาถูกในระดับคุณภาพที่ต้องการ ซึ่งพื้นฐานในการตัดสินใจของผู้เช่าหอพักนั้น ขึ้นอยู่กับคุณภาพของหอพักนั่นเอง

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.

พิมพ์ครั้งที่ 6. บริษัทธรรมสาร.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ส.เอเชียเพรส.

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.

ธงชัย สันติวงษ์. (2538). การตลาดสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

นภาพร มโนรุ่งเรืองรัตน์. (2541). ความพึงพอใจต่อที่พักอาศัยประเภทเช่าของพนักงานที่ศึกษาภาค
สมทบ: กรณีศึกษาสถาบันราชภัฏจันทรเกษม.

(วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

นิรันดร์ วัชรระนพคุณ. (2542). การศึกษาอุปสงค์ที่นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีต่อห้องพักเอกชน.

(รายงานการวิจัยคณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

บุญชม ศรีสะอาด. (2547). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

พิบูล ทิปะपाल. (2545). หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์
กราฟฟิก.

รวิภา วงศ์บุษยรัตน์. (2547). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการหอพักนักศึกษาของคณะ
เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

วิภาพรรณ หิรัญเกิด. (2545). การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริหารหอพักบริเวณ
ถนนรามคำแหง. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ไคมอน อิน บิสสิเนต
เวิร์ล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2548). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ไคมอน อิน บิสสิเนต
เวิร์ล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร จำกัด.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เสาวนีย์ วิวัฒน์วานิช. (2541). ความพึงพอใจของผู้เข้าต่อการบริการของหอพักสตรี : ศึกษาเฉพาะกรณีหน้ามหาวิทยาลัยรามคำแหง เขตบางกระปิ.
(ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).
- สมชาติ กิจยรรยง. (2543). ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.





ภาคผนวก

แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษา
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

แบบสอบถามชุดนี้ ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาในจังหวัด
ปทุมธานี

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุง และแก้ไข

การตอบแบบสอบถามของท่านมีความสำคัญต่อการศึกษา มาก กรุณาตอบและแสดงความ
คิดเห็น โดยการให้ข้อเสนอแนะท้ายแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงที่ท่านได้ประเมิผลจาก
ระดับความสำคัญที่ท่านต้องจากหอพักนักศึกษา ที่ท่านได้พักอาศัยอยู่ โดยแบ่งการให้คะแนน ได้ 5
ระดับ คือ

ให้ความสำคัญมากที่สุด	การให้คะแนนคือ	5
ให้ความสำคัญมาก	การให้คะแนนคือ	4
ให้ความสำคัญปานกลาง	การให้คะแนนคือ	3
ให้ความสำคัญน้อย	การให้คะแนนคือ	2
ให้ความสำคัญน้อยที่สุด	การให้คะแนนคือ	1

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาวลัดดาวัลย์ ประกอบมูล
ผู้ศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 18 ปี () 2. 18 - 22 ปี
() 3. 23 - 27 ปี () 4. 28 - 32 ปี
() 5. 32 ปีขึ้นไป

3. รายได้ต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท () 2. 5,000 - 10,000 บาท
() 3. 10,001 - 15,000 บาท () 4. 15,001 - 20,000 บาท
() 5. มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป

4. ภูมิลำเนา

- () 1. ภาคเหนือ () 2. ภาคกลาง
() 3. ภาคตะวันออก () 4. ภาคตะวันตก
() 5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ () 6. ภาคใต้

5. สถาบันการศึกษา

- () 1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
() 2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต)
() 3. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
() 4. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
() 5. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับระดับความสำคัญของท่าน

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 ชื่อเสียงของห้องพัก					
1.2 การออกแบบและความสวยงามของอาคาร					
1.3 ห้องน้ำใช้สุขภัณฑ์คุณภาพดี					
1.4 ความครบครันของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก					
1.5 มีโทรศัพท์ภายในห้องพัก					
1.6 มีพัดลม / เครื่องปรับอากาศภายในห้องพัก					
1.7 การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนการใช้พื้นที่ให้เป็นกิจจะลักษณะ					
2. ด้านราคา					
2.1 อัตราค่าเช่ารายเดือนห้องพักมีความเหมาะสม					
2.2 การจัดเก็บค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือนก่อนเข้าพัก					
2.3 ความเหมาะสมของค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์					
2.4 ความเหมาะสมของค่าประกันความเสียหาย					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
3.1 หอพักใกล้สถาบันการศึกษา					
3.2 หอพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า					
3.3 หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน					
3.4 ความสะดวกในการเดินทาง					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 การประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโปสเตอร์โฆษณา					
4.2 มีส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน					
5. ด้านบริการ					
5.1 เจ้าหน้าที่หอพักสามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับหอพักได้ดี					
5.2 เจ้าหน้าที่หอพักให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว					
5.3 เจ้าหน้าที่หอพักเต็มใจที่จะให้บริการ และช่วยเหลือในด้านต่างๆ					
5.4 เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ และสามารถไว้วางใจได้					
5.5 ขั้นตอนในการติดต่อและดำเนินการกับทางหอพัก สะดวกรวดเร็ว					
5.6 การให้บริการรับฝากข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ มีความถูกต้องและรวดเร็ว					
5.7 ระบบรักษาความปลอดภัยของหอพัก (คีย์การ์ด กล้องวงจรปิด)					
6. ด้านสภาพแวดล้อม					
6.1 สภาพแวดล้อมภายนอก (เช่น บริเวณหอพัก สนามหญ้า สะอาดสวยงาม)					
6.2 การจัดพื้นที่และสภาพแวดล้อมของร้านขายอาหารมีความสะอาด และเป็นระเบียบ					
6.3 ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ ในธุรกิจหอพักของนักศึกษา					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ด้านกระบวนการ					
7.1 การบริการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เช่น ไฟดับ, น้ำรั่ว					
7.2 มีการบริการทำความสะอาด					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุง และแก้ไข

.....

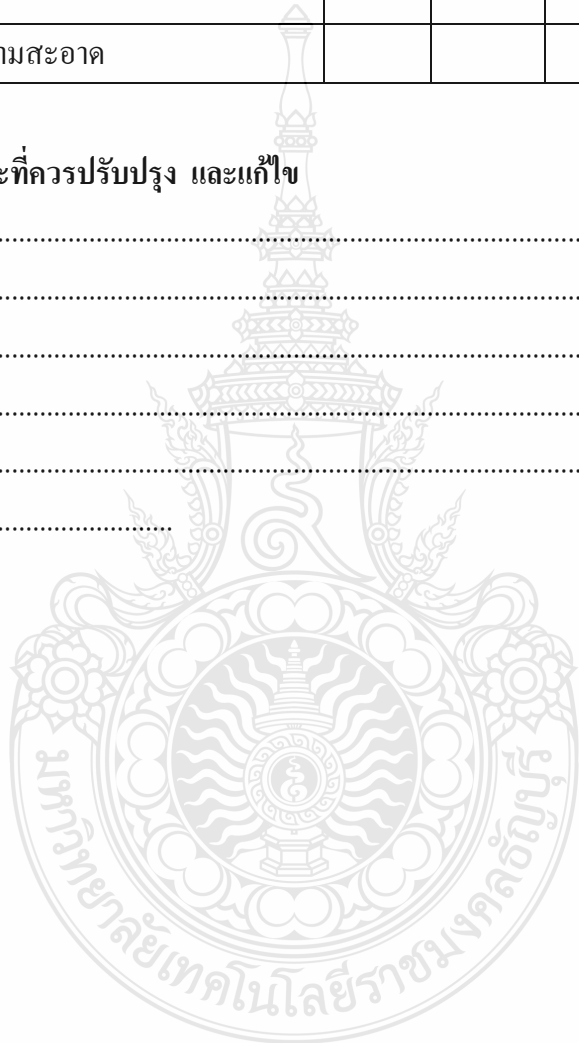
.....

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวลัดดาวัลย์ ประกอบมูล
วัน เดือน ปีเกิด	15 ธันวาคม 2528
ที่อยู่	35/1 หมู่ 5 ตำบลคลองใหญ่ อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก 21620
การศึกษา	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการสำนักงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประสบการณ์การทำงาน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายประสานงาน บริษัท ไฮโครทรายนซ์เซอร์วิส จำกัด พ.ศ. 2557
เบอร์โทรศัพท์	086-1340037
อีเมล	nok_luddawan@hotmail.com

