

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิต

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

FACTORS AFFECTING THE DECISIONS TO RENT PRIVATE DOMITORY  
OF STUDENTS IN MAHASARAKHAM UNIVERSITY

กมลลักษณ์ เรืองโชคอนันต์

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Kamonlak Ruangchokanan

E-mail: 6314060157@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking

Ramkhamhaeng University Corresponding author

---

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้นปี กลุ่มสาขาวิชา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Reliability) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) รวมเท่ากับ 0.9915 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 21-23 ปี เป็นนิสิตชั้นปีที่ 4 ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์/สังคมศาสตร์ และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจเช่าหอพักอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่มีเพศต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ได้แก่ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจ, หอพัก

## **ABSTRACT**

The objectives of this study were 1) To study demography factors such as gender, age, College Years, faculty, and average monthly income that affecting the decision to rent private dormitory of students in Mahasarakham University 2) to study marketing mix factors which related to decision making such as Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process affected to the decision to rent private dormitory of students in Mahasarakham University. The sample group was 400 people of students in Mahasarakham University. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data with the total Cronbach's Alpha 0.9915. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Regression Analysis.

The results of study showed that the most of the respondents are female, aged between 21–23 years old, fourth-year, faculty of humanities and social sciences, have average monthly income below 10,000 baths. The Decision to rent private dormitory are at the highest level, when focus in a part showed that People has the highest mean. Moreover, the results of hypothesis testing showed that demography factors of students in Mahasarakham University with gender make the decision to rent private dormitory differently at statistical significance of 0.05 levels. Furthermore, marketing mix factors such as Process had effect to the decision to rent private dormitory of students in Mahasarakham University at statistical significance of 0.05 levels.

**Keywords:** Decision-Making Process, Marketing mix 7ps, Dormitory

## บทนำ

เนื่องด้วยนิสิตส่วนใหญ่ให้ความสนใจศึกษาต่อในจังหวัดใหญ่ๆ หรือตามภูมิภาคที่มีความเจริญในด้านการศึกษา อย่างเช่นมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาชัยฯ จึงทำการเปิดรับเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี 8 กลุ่มสาขาวิชา 19 คณะ ซึ่งนิสิตบางส่วนมาจากต่างภูมิลำเนา จำเป็นต้องมีที่พักอาศัยที่อยู่ใกล้กับสถานศึกษา เช่น อพาร์ทเมนท์ หอพัก บ้านเช่า ทำให้บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยมหาสารคามมีการก่อสร้างที่พักอาศัยขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจหอพัก มีการแข่งขันสูงเนื่องจากนักลงทุนท้องถิ่นให้ความสนใจและต้องการลงทุนเพื่อรองรับอัตราการขยายตัวของประชากรที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต แต่ธุรกิจหอพักต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงและมีระยะเวลาคืนทุนที่ยาวนาน แต่นิสิตส่วนใหญ่มักนิยมเลือกหอพักใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการหอพักรายเก่าได้รับผลกระทบต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและสร้างความแตกต่างเพื่อให้ผู้เช่าเข้ามาพัก

ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการหอพักหรือผู้ที่สนใจ ได้ทราบถึงความต้องการของนิสิตนักศึกษา เพื่อนำไปปรับใช้และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการบริหารงานต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษามากที่สุด

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับชั้นปี กลุ่มสาขาวิชา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

## ขอบเขตงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีการศึกษา 2563 จำนวน 8 กลุ่มสาขาวิชา ได้แก่ 1. กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ 2. กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กายภาพ/ชีวภาพ 3. กลุ่มสาขาวิศวกรรมศาสตร์ 4. กลุ่มสาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ 5. กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจพาณิชยศาสตร์ 6. กลุ่มสาขาวิชาครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ 7. กลุ่มสาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์/จิตรศิลป์ 8. กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์/สังคมศาสตร์ โดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ค่าระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้อยู่ที่ 5% มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จากประชากรทั้งหมด 35,705 คน จากการคำนวณจึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 396 ตัวอย่าง สำหรับงานวิจัยครั้งนี้เพื่อความเหมาะสมผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

## ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

### 1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี กลุ่มสาขาวิชา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

### 2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคามอย่างไร เพื่อนำผลดังกล่าวไปปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ตรงกับความต้องการของนิสิตมากขึ้น

2. สามารถนำผลการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดเพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างความได้เปรียบคู่แข่งให้มากขึ้น

3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการห้องพักหรือ ผู้ที่สนใจในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถแข่งขันและพัฒนาธุรกิจต่อไป

## ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา มีดังนี้

### *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์*

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และอาชีพ

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2554: 44-52) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดจากแรงบังคับจากปัจจัยภายนอก

มากกระตุ้น ตามความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

### **แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด**

แลมบ์ แฮร์ และแมคดาเนียล (Lamb, Hair and McDaniel 2000: 44) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การนำกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคามาประสมกันเป็นหนึ่งเดียว เพื่อให้เกิดความพอใจซึ่งกันและกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด เป็นปัจจัยทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการ

### **แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าหอพัก**

โกวิทย์ กังสนันท์ (2522) การตัดสินใจสะท้อนให้เห็นถึงสถานะที่ผู้ตัดสินใจมีตัวเลือกหลายๆตัวเลือก และทำการเปรียบเทียบผลที่เกิดจากตัวเลือกก่อนตัดสินใจเลือกตัวใดตัวหนึ่ง เพื่อนำไปลงมือปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์บางอย่างที่ต้องการ

ถวัลย์ วรเทพพิพิงษ์ (2530) การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกจากหลายๆแนวทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือจุดประสงค์ที่ต้องการโดยอาศัยหลักเกณฑ์มาประกอบการพิจารณาตัดสินใจ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550:57) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยสามารถแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคออกเป็น 2 ประการได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

### **ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหอพัก**

พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2558 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2558 ใช้บังคับกับทุกหอพักที่มีผู้พักเป็นนักเรียน / นักศึกษา (ตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป) ซึ่งอยู่ระหว่างการศึกษาในสถานศึกษาที่ไม่สูงกว่าปริญญาตรี และมีอายุไม่เกิน 25 ปี โดยเรียกเก็บค่าเช่า หอพักมี 2 ลักษณะ (มาตรา 4) คือ 1. หอพักสถานศึกษา คือ หอพักที่ผู้ประกอบการหอพักเป็นสถานศึกษา ที่จัดการศึกษาในระบบ

ตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ (สถานพัฒนาเด็กปฐมวัย โรงเรียน ศูนย์การเรียนรู้ วิทยาลัย สถาบัน มหาวิทยาลัย หน่วยงานการศึกษาหรือหน่วยงานอื่นของรัฐหรือเอกชน ที่มีอำนาจหน้าที่หรือ มีวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา) 2. หอพักเอกชน คือ หอพักที่ผู้ประกอบการหอพักเป็นบุคคล ทั่วไปซึ่งไม่ใช่สถานศึกษา หอพัก มี 2 ประเภท (มาตรา 8) คือ 1. หอพักชาย 2. หอพักหญิง (กฎหมายการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2558)

### **บทกำหนดโทษ**

ผู้ประกอบการหอพัก และผู้จัดการหอพักฝ่าฝืน

1. รับผู้พักที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ชายหญิงปะปนกันในหอพัก ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (มาตรา 77)
2. เรียกเก็บเงินค่าเช่าล่วงหน้าหรือเงินประกันเกินอัตรา หรือไม่นำเงินค่าเช่าล่วงหน้าหักเป็น ค่าเช่า ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 100,000 บาท (มาตรา 79)
3. ไม่คืนค่าเช่าล่วงหน้าหรือเงินประกันให้แก่ผู้พักตามหลักเกณฑ์และระยะเวลาที่กำหนดใน พระราชบัญญัติ ต้องวางโทษปรับไม่เกิน 10,000 บาท และปรับอีกวันละไม่เกิน 1,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ (มาตรา 80)
4. รับผู้พักที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษา ปะปนกับผู้พักที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ในหอพัก เดียวกัน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และ ปรับอีกวันละไม่เกิน 10,000 บาท ตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่ (มาตรา 83)

### **วิธีดำเนินการวิจัย**

กลุ่มประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีการศึกษา 2563 จำนวน 8 กลุ่มสาขาวิชา ได้แก่ 1. กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ 2. กลุ่ม สาขาวิชาวิทยาศาสตร์กายภาพ/ชีวภาพ 3. กลุ่มสาขาวิศวกรรมศาสตร์ 4. กลุ่มสาขาวิชา สถาปัตยกรรมศาสตร์ 5. กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจพาณิชยศาสตร์ 6. กลุ่มสาขาวิชาครุศาสตร์/ ศึกษาศาสตร์ 7. กลุ่มสาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์/วิจิตรศิลป์ 8. กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์/ สังคมศาสตร์ โดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ค่าระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้อยู่ที่ 5% มี ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จากประชากรทั้งหมด 35,705 คน (กองทะเบียนและ ประมวลผล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2563) จากการคำนวณจึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ เหมาะสมสำหรับการใช้ในการวิจัยจำนวน 396 ตัวอย่าง เพื่อความเหมาะสมผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ด้านเพศ อายุ ระดับชั้นปี กลุ่มสาขาวิชา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติม จำนวน 1 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้อง และความครอบคลุมเนื้อหา รวมถึงการจัดเรียงลำดับคำถามและภาษาที่ใช้ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ และนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง และทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาและปริมาณของข้อคำถาม เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Item Variable Congruence Index) และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับการแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ และได้ผ่านความเห็นชอบแล้วนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลของกลุ่มประชากรนี้คือ นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการสุ่มคือ จำนวน 8 กลุ่มสาขาวิชาที่ต้องการศึกษา เพื่อนำมาใช้ในการสุ่มตัวอย่างและแบ่งเป็นสัดส่วนร้อยละ โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยดังนี้ 1. วิจัยทำการแจกแบบสอบถามผ่านทาง online ให้กับกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งตามสัดส่วนที่กำหนดจำนวน 8 กลุ่มสาขาวิชา โดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ คือ Google form 2. ตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากผู้ตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และเมื่อครบ

ตามจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุดแล้วนั้น ผู้วิจัยนำผลที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

### ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี กลุ่มสาขาวิชา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม แตกต่างกันได้ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม แตกต่างกันได้

1.2 ปัจจัยด้านอายุ ระดับชั้นปี กลุ่มสาขาวิชา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี กลุ่มสาขาวิชา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม แตกต่างกันได้

1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม แตกต่างกันได้ สอดคล้องกับ ฉันทลักษณ์ รสรีน และกฤษณา มุ้ยหมัด

(2563) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้บริโภค ในเขตอุตสาหกรรมลาดกระบังแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สมฤทัย ไสยิ่ง, สันธนะ ประสงค์สุข และวิมลกานต์ จันทร์ประเสริฐ (2560) พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน ดังนั้นเพศไม่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก สอดคล้องกับ นิสา จันนา (2561) พบว่า ปัจจัยด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ เนื่องจาก ไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิงต่างก็มีความต้องการที่อยู่อาศัยเหมือนกัน

1.2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ชิดชนก กันสิงห์ (2562) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุไม่มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในเขตพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากความต้องการเลือกเช่าหอพักจะวัดจากสิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งหมายถึงสภาพอาคาร ที่จอดรถ อุปกรณ์ส่วนกลาง และอื่นๆที่จับต้องได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สุภารัตน์ คามบุตร (2562) พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงของผู้บริโภคในเขตนนทบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี ถึง 45 ปีขึ้นไป การตัดสินใจของวัยรุ่นและวัยทำงานย่อมมีการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่แตกต่างกัน

1.3 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับชั้นปีที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สมฤทัย ไสยิ่ง, สันธนะ ประสงค์สุข และวิมลกานต์ จันทร์ประเสริฐ (2560) พบว่า ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก แตกต่างกัน สอดคล้องกับ สิริพร ไชยวรรณ (2562) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นการศึกษาที่ต่างกัน ด้านการตัดสินใจ พบว่ามีการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านกลุ่มสาขาวิชาที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ระเบียบ นกเอี้ยง (2564) พบว่า คณะที่กำลังศึกษามีการตัดสินใจเช่าหอพักในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง (หัวหมาก) ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ สมฤทัย ไสยิ่ง, สันธนะ ประสงค์สุข และวิมลกานต์ จันทร์ประเสริฐ (2560) พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาคณะแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

1.5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ญาณิกา จัดเจน

(2560) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากผู้บริโภคทุกกลุ่มต่างก็มีความต้องการซื้อคอนโดมิเนียมคุณภาพเช่นเดียวกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ นิสา จันนา (2561) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สอดคล้องกับ XIAOLONG YOU (2563) พบว่า ขนาดห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อาหารเช้า เคเบิล หรืออินเทอร์เน็ต ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขน เนื่องจากคุณสมบัติดังกล่าวเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่ที่พักจำเป็นต้องมี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ภาณุวัฒน์ ลัทธิธรรม และคณะ (2564) พบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องมีขนาดพื้นที่เพียงพอต่อการพักอาศัย การมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความสะอาดของตัวอาคารและความปลอดภัย

2.2 ปัจจัยด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สอดคล้องกับ ภาณุวัฒน์ ลัทธิธรรม และคณะ (2564) พบว่า ราคาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักเอกชน เพราะผู้เช่าอยู่อาศัยในบริเวณเดียวกัน ราคาห้องพักจึงมีระดับราคาใกล้เคียงกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ นริสรา ปินตาแจ่ม และพิชาภพ พันธุ์แพ (2563) พบว่า ราคาเป็นปัจจัยสำคัญ ถ้าราคาห้องพักไม่แพงและทำเลที่ตั้งห้องพักตรงกับการเดินทางชีวิตก็จะตัดสินใจเช่าพื้นที่ สอดคล้องกับ หนูเวียง สิงห์สูง และคณะ (2560) พบว่า ค่าเช่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกห้องพัก เนื่องจากผู้เช่าห้องพักส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีรายได้น้อย จึงจำเป็นต้องคำนึงค่าเช่าที่เหมาะสมกับคุณภาพที่พัก

2.3 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งไม่สอดคล้องกับ หนูเวียง สิงห์สูง และคณะ (2560) พบว่า ผู้เช่าห้องพักให้ความสำคัญต่อความสะดวก ปลอดภัยต่อการอยู่อาศัยและเดินทาง ใกล้แหล่งธุรกิจ ร้านค้า ที่พัก ใกล้สถานที่ทำงาน สถานศึกษา สถานีขนส่ง สถานพยาบาล สอดคล้องกับ ภาณุวัฒน์ ลัทธิธรรม และคณะ (2564) พบว่า ผู้เช่าห้องพักเลือกเช่าห้องพักที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา และสะดวกต่อการเดินทาง ที่จอดรถมีความปลอดภัย อยู่ใกล้ร้านอาหารหรือร้านสะดวกซื้อ และสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า จีน สอดคล้องกับ XIAOLONG YOU (2563) พบว่า นักศึกษาจีนส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ สืบหาแหล่งที่พักด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 31.6 และสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ ดังนั้น การโฆษณา การให้ส่วนลดค่าเช่า การได้รับของสมนาคุณ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนักศึกษาจีน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ภาณุวัฒน์ ลัทธิตธรรม และคณะ (2564) พบว่า การโฆษณาให้รู้จักห้องพักทางสื่อต่างๆ การให้ส่วนลดค่าเช่าหรือค่าบริการ การให้ของขวัญตามวาระโอกาส เป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นปัจจัยที่ใช้อย่างใจกล้าให้มาใช้บริการ

2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สอดคล้องกับ ภาณุวัฒน์ ลัทธิตธรรม และคณะ (2564) พบว่า การบริการด้านห้องพักไม่ค่อยพบเจอกันบ่อยครั้งเหมือนธุรกิจบริการอื่นๆ และผู้เช่าสามารถหาข้อมูลห้องพักจากผู้เช่าที่เช่าอยู่ก่อนได้ สอดคล้องกับ ณพัชญาฐ์ สุขพัชราภรณ์ และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2562) พบว่า การตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักจะได้รับอิทธิพลจากบุคคลในครอบครัวและเพื่อน และค้นหาข้อมูลที่พักจากการแนะนำของคนรู้จัก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ หนูเวียง สิงห์สูง และคณะ (2560) พบว่า ผู้เช่าห้องพักต้องการให้พนักงานมีความเอาใจใส่ในการบริการ แก้ไขปัญหาได้รวดเร็ว มีอัธยาศัยดี มนุษย์สัมพันธ์ดี ให้คำแนะนำที่ดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย

2.6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สอดคล้องกับ ภาณุวัฒน์ ลัทธิตธรรม และคณะ (2564) พบว่า หอพักที่ขึ้นทะเบียนตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2558 มีการกำหนดให้ผู้ประกอบการหอพักและผู้จัดการหอพักมีหน้าที่ดูแลหอพักให้มีความมั่นคงแข็งแรงและมีระบบป้องกันภัย การดูแลรักษาความสะอาดด้านสุขลักษณะและอนามัยอยู่แล้ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับ หนูเวียง สิงห์สูง และคณะ (2560) พบว่า ผู้เช่าหอพักให้ความสำคัญในเรื่องการตกแต่งห้องพักและอาคารสถานที่ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกห้องพักสวยงาม

2.7 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สอดคล้องกับ หนูเวียง สิงห์สูง และคณะ (2560) พบว่า ผู้เช่าหอพักให้ความสำคัญกับหอพักมีความพร้อมในเรื่องความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวก มีระบบจองห้องพักไม่ยุ่งยากซับซ้อน สอดคล้องกับ ภาณุวัฒน์ ลัทธิตธรรม และคณะ (2564) พบว่า กระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว และมีการวางแผนปฏิบัติในกรณีพบปัญหาไฟฟ้าดับ น้ำรั่ว เพื่อไม่สร้างความรำคาญแก่ผู้เช่า

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี กลุ่มสาขาวิชา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม แตกต่างกัน

นิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่มีเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยนี้ว่า ผู้ประกอบการควรออกแบบตกแต่งห้องพักให้เหมาะสมกับผู้เช่า มีความสวยงามและทันสมัย มีห้องพักหลากหลายรูปแบบให้ผู้เช่าเลือกตามความต้องการ ทั้งด้านขนาดห้อง การตกแต่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพักอาศัยให้ให้กับผู้เช่า เช่น เตียง ที่นอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะและเก้าอี้ทำงาน พัดลม เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น อินเทอร์เน็ต ทีวี ตู้เย็น เป็นต้น เพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดภายในอาคารและห้องพัก การออกแบบและความสวยงามของอาคาร สีและการตกแต่ง สิ่งอำนวยความสะดวก และต้องการห้องพักที่โปร่ง โล่ง สบาย มีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย สำหรับห้องพักนิตินหญิง ควรมีความปลอดภัยมากกว่าห้องพักนิตินชาย จัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่หน้าเชื่อถือและไว้ใจได้ประจำห้องพัก มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแล 24 ชั่วโมง มีกล้องวงจรปิดติดรอบอาคาร มีคีย์การ์ด เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการเช่าพัก

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยที่พบว่า นิสิตพิจารณาห้องพักจากความรวดเร็วในการให้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะ ดังต่อไปนี้ 1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการจัดเก็บข้อมูลโดยการบันทึกลงกระดาษ ทำให้ข้อมูลตกหล่นหรือบันทึกข้อมูลผู้เช่าไม่ครบถ้วน บันทึกข้อมูลซ้ำซ้อน เอกสารสูญหาย หรือเกิดความยุ่งยากในการตรวจสอบหรือค้นหา ทำให้เกิดความล่าช้าในการให้บริการแก่ผู้เช่า ดังนั้น ผู้ประกอบการควรนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ช่วยจัดการข้อมูลต่างๆ เช่น การจัดเก็บข้อมูลห้องพัก ข้อมูลผู้เช่าพัก ข้อมูลจองห้องพัก ข้อมูลค่าน้ำค่าไฟ และข้อมูลการแจ้งซ่อม ซึ่งช่วยให้กระบวนการทำงานและการให้บริการผู้เช่าอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 2. มีระบบแจ้งซ่อมออนไลน์ โดยใช้งานผ่าน “Kwanjai Service” ระบบแจ้งซ่อมออนไลน์ แจ้งซ่อมได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วผ่าน Line, Facebook โดยผู้แจ้งไม่ต้องลง Application สามารถกรอกข้อมูลรายละเอียดปัญหาที่ต้องการแจ้งซ่อม พร้อมแนบรูปหรือวิดีโอและนัดวันเวลากับ

ทีมช่างได้ทันทีพร้อมติดตามสถานะในการแจ้งซ่อมผ่านทาง Line 3. ผู้ประกอบการหอพักควรให้ความสำคัญต่อการอบรมให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับหอพักเป็นอย่างดี เช่น ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหอพัก กฎระเบียบของหอพัก เนื่องจากพนักงานเป็นผู้มีหน้าที่ให้ข้อมูลกับลูกค้าโดยตรง ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการอบรมเรื่องมารยาท การพูดจาสุภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความเป็นกันเอง และความกระตือรือร้นในการให้บริการ รวมถึงบริการลูกค้าทุกรายอย่างเสมอภาค

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคามเท่านั้น ดังนั้นในครั้งต่อไปผู้วิจัยควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขวางขึ้น โดยทำการศึกษาและวิจัยนิสิตมหาวิทยาลัยอื่นๆ นอกเหนือจังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้มีข้อมูลที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหอพักนำไปปรับปรุงและพัฒนาหอพัก

2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มตัวแปรต้นหรือตัวแปรตาม เพื่อให้ได้ผลการศึกษาวิจัยที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ทำให้ทราบว่าแท้จริงแล้วตัวแปรใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักมากที่สุด และนำผลการวิจัยนั้นมาวางแผนกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้เช่า

### เอกสารอ้างอิง

กฎหมายการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2558). พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2558.

[ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก <http://law.m-society.go.th/law2016/law/view/710>.

โกวิท กังสนันท์. (2522). กระบวนการตัดสินใจด้านการบริหารและกรอบความคิดทั่วไป.

กรุงเทพมหานคร: สำนักงานบรรณาสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชิดชนก ก้นสิงห์. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก

ในเขต พื้นที่อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ญาณิกา จัดเจน. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

คอนโดมิเนียม ศุภาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณพัชญาฐ์ สุขพัชรารภรณ์ และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2562). พฤติกรรมการเช่าที่พัก นักศึกษาระดับปริญญาตรีอำเภอเมืองเชียงใหม่. วารสารบัณฑิตวิจัย, 10(2). (2562), เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ถวัลย์ วรเทพพุดพิงษ์. (2530). แนวความคิด กระบวนการและโครงสร้างการตัดสินใจ. เอกสารทางวิชาการ ประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มพูนความสามารถของกำนันในการบริหารงานพัฒนาชนบท. ขอนแก่น: โรงพิมพ์ไผ่ชะขอนแก่น.

ธัญลักษณ์ รสรีน และกฤษฎา มุฮัมหมัด. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้บริโภค ในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.

นริสรา ปินตาแจ่ม และพิชาภพ พันธุ์แพ. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน จังหวัดลำพูน. วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา, 8(2). (2563), เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชชมงคลล้านนา.

นिसา จันนา. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ภาณุวัฒน์ ลัทธิตธรรม, เพ็ญพิชชา ปานศรี, รัตนาลี ซาสังข์ และนิจกานต์ หนูอุไร. (2564). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้เช่าในเขตเทศบาลเมืองเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 3(1). (2564), สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระเบียบ นกเอี้ยง. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง (หัวหมาก). ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: A N การพิมพ์.

สมฤทัย ไสยิ๋ง, สันธนะ ประสงค์สุข, วิมลกานต์ จันทร์ประเสริฐ. (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์**, วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ, 1(2). (2563), สุรินทร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

สิริพร ไชยวรรณ. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่**. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุภารัตน์ คามบุตร. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าสายสีม่วงของผู้บริโภคในเขตธนบุรี**. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

หนูเวียง สิงห์สูง, กุลชลี พวงเพ็ชร์ และโสพิศ คำนวนชัย (2560). **ส่วนประสมทางการตลาดในทัศนะของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี**. วารสารสหวิทยาการจัดการ, 1(1). (2560),ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

River, NJ: Pearson Prentice HallLamb, C. W., Hair, J., F., & McDaniel, C. (2000). **Marketing (5thed)**. USA : South-Western College Publishing, Co.Ltd.

XIAOLONG YOU. (2563). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษาจีน ในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร**, สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.