

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน  
FACTORS AFFECTING DECISIONS TO RENT PRIVATE ACCOMMODATIONS  
OF STUDENTS OF KASETSART UNIVERSITY, KAMPHAENG SAEN CAMPUS

ศิริินญา คำกองแก้ว  
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sirinya Kamkongkaew  
E-mail: 6214154036@rumail.ru.ac.th  
Faculty of Business Administration Program in Management Ramkhamhaeng University  
Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี กำลังศึกษาในคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางและมีช่วงรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนที่ 40,001 - 50,000 บาท และผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.938) โดยมีระดับการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนอยู่ในระดับการเช่าต่อแน่นอน ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.841)

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.271 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดมีผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ร้อยละ 27.10 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มี 2 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจเช่า; ที่พักเอกชน; ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

## ABSTRACT

The independent study aimed to study marketing mix factors (7P's) affecting decisions to rent private accommodations of students of Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus. The samples of this study were 400 students. They were selected through simple random sampling. The questionnaires were adopted to collect data and were analyzed using percentage, frequency, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The results showed that the majority of samples were female. They were between the ages of 21-30 years old and they studied in faculty of Liberal Arts and Science. Mostly, they were from the central area those with average monthly household income of 40,001 – 50,000 baht. The results showed that the level of opinions of the overall marketing mix factors (7P's) for the decisions to rent private accommodations of students of Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus were at high level of their opinions ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.938). This founding revealed the level of decisions to rent private accommodations of students of Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus be definitely decision to renew a rental agreement ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.841).

The results of hypothesis testing found that marketing mix factors (7P's) affected the decisions to rent private accommodations of students of Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus with a statistical significance level at 0.05. R square of the model was found as 0.271. Showed that independent variables were marketing mix factors affected the decisions to rent private accommodations of students of Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus at 27.10 percent and the marketing mix factors (7P's) that affected the decisions to rent private accommodations of students of Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus. There were 2 aspects: physical evidence and price.

**Keywords:** Decisions to Rent; Private Accommodations; Marketing Mix Factors

## บทนำ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนมีหอพักสำหรับนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ห่างไกลจากมหาวิทยาลัยเพื่ออำนวยความสะดวกในการศึกษา และเป็นการฝึกฝนให้นิสิตได้เรียนรู้การใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันอย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งหอพักนิสิตในปัจจุบันมีจำนวนทั้งหมด 31 อาคาร แบ่งเป็นหอพักในธรรมดาสำหรับนิสิตชาย จำนวน 12 อาคาร สามารถรองรับนิสิตได้ 1,480 คน หอพักในปรับอากาศสำหรับนิสิตชาย จำนวน 2 อาคาร สามารถรองรับนิสิตได้ 384 คน หอพักในธรรมดาสำหรับนิสิตหญิง จำนวน 12 อาคาร สามารถรองรับนิสิตได้ 2,502 คน และหอพักในปรับอากาศสำหรับนิสิตหญิง จำนวน 5 อาคาร สามารถรองรับนิสิตได้ 2,120 คน แต่เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีนิสิตจำนวนมากกว่า 6,486 คน การจัดหอพักภายในให้นิสิตทุกคนนั้นเป็นไปได้ไม่ได้ ซึ่งทางมหาวิทยาลัยจะให้สิทธิ์สำหรับนิสิตใหม่ปี 1 ที่ประสงค์จะเข้าพักในหอพักภายในมหาวิทยาลัยสามารถจองหอพักได้ก่อนนิสิตปีอื่น ๆ และต้องจองหอพักในมหาวิทยาลัยใหม่ทุกเทอมการศึกษา ส่วนเงื่อนไขและระยะเวลาในการจองทางมหาวิทยาลัยจะประกาศให้ทราบในแต่ละเทอมการศึกษา ทั้งนี้ เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความสะดวกสบายในการอยู่ร่วมกันในหอพัก (กองบริหารกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, 2564)

ในปัจจุบันมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนเป็นสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐที่มีชื่อเสียงจึงทำให้มีจำนวนนิสิตเป็นจำนวนมาก โดยในแต่ละปีการศึกษา ตั้งแต่ปีการศึกษา 2559 ถึง 2563 ในภาคต้น มีจำนวนนิสิตในแต่ละปี ดังนี้ 13,871 14,123 14,492 14,938 และ 15,200 คน ตามลำดับ (สำนักบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, 2564) ทำให้หอพักภายในมหาวิทยาลัยมีไม่เพียงพอในการให้บริการ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบตามความต้องการของนิสิต ที่พักเอกชนภายนอกมหาวิทยาลัย เช่น คอนโดมิเนียม ทาวน์เฮาส์ อะพาร์ตเมนต์ แมนชั่น หรือหอพักเอกชนจึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เนื่องจากมีความสะดวกสบายมากกว่า ไม่มีการกำหนดระยะเวลาเข้า-ออกที่พักรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีบริการเสริมอื่น ๆ และที่สำคัญระยะทางจากที่พักถึงมหาวิทยาลัยไม่ไกลมากนัก เนื่องจากที่พักเอกชนเหล่านี้อยู่บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัย

ปัจจุบันตลาดที่พักอาศัยในเขตอำเภอกำแพงแสนมีศักยภาพมากขึ้น และมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหญ่อ่างบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไมด้า จำกัด (มหาชน) เข้ามาลงทุนสร้างคอนโดมิเนียม บ้านเดี่ยว และทาวน์เฮาส์ รวมถึงผู้ประกอบการรายกลางในท้องถิ่นอย่าง นกยูง สิริภัส ชมพูพงศ์ และวิสตอม กรุ๊ปที่สร้างหอพักเอกชนบริเวณตรงข้ามกับมหาวิทยาลัยฯ ทำให้จำนวนห้องพักมีเพิ่มมากขึ้น แต่ยังคงเป็นสัดส่วนที่น้อยกว่าจำนวนของนิสิต ประกอบกับผู้ปกครองมีกำลังซื้อต่อหัวที่สูงขึ้น เนื่องจากแต่ละครอบครัวนิยมมีบุตรน้อยลงทำให้นิสิตที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของตลาดที่พักอาศัยในเขตอำเภอกำแพงแสนเป็นตลาดของผู้เช่าอย่างแท้จริง ผู้เช่าอย่างนิสิตและผู้ปกครองมีอำนาจและมีความเลือกในการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยชั่วคราวระหว่างเรียนในระดับอุดมศึกษาให้กับบุตรหลานมากขึ้น และผลจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้กลุ่มผู้เช่าบางส่วนชะลอการตัดสินใจเช่าที่พัก เลื่อนการทำสัญญาเช่า และเลื่อนระยะเวลาย้ายเข้าที่พักรออกไป เนื่องจากทางมหาวิทยาลัยฯ มีการจัดการเรียนการสอนออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้สถานการณ์ของธุรกิจที่พักอาศัยเกิดอุปทานส่วนเกิน (Over-supply) อย่าง

หนัก ส่งผลให้ทางผู้ประกอบการธุรกิจที่พักอาศัยรายเล็กเลือกใช้กลยุทธ์ลดราคาค่าเช่าเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของผู้เช่า จนเกิด Price War โดยไม่ได้สนใจผลกระทบทางด้านผลประกอบการที่ตามมา (เรื่องวิช โภควรรณวิทย์, 2564) และจากมุมมองวิจัยของกรุงศรีคาดการณ์ว่าในปี 2563-2565 ผู้ประกอบการธุรกิจพัฒนาที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลรายใหญ่ยังประคับประคองธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้ ขณะที่รายกลาง-เล็กจะเผชิญการแข่งขันรุนแรงและมีความเสี่ยงด้านผลประกอบการมากขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสำรวจตลาด และการศึกษาพฤติกรรมนิสิตนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยชั่วคราวระหว่างเรียนของนิสิต รวมถึงการสร้างและการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจให้แตกต่างเพื่อให้ได้เปรียบจากคู่แข่ง ดังนั้น ทางผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักอาศัยในบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนของนิสิตระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เข้ามาเป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้นี้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักอาศัยประเภทให้เช่าในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม รวมถึงผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจที่พักอาศัยประเภทให้เช่านำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และเพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้กับเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

### สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนที่เช่าที่พักเอกชนในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เนื่องจากทางผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน จึงได้เลือกวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) อ้างใน กมลวรรณ ไพสิฐธัญพงศ์ (2563) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 คน ทางผู้วิจัยจึงเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลที่ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บรวบรวมข้อมูลและเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลต่อไป

## 2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

3. ขอบเขตด้านสถานที่ คือ ที่พักเอกชนในบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

2. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักอาศัยในบริเวณโดยรอบนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนสามารถนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีผลประกอบการเพิ่มมากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของนิสิตได้ตรงความต้องการมากยิ่งขึ้น

## การทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Orji and O. Goodhope (2013) อ้างใน ธนพล คำล้ำเลิศ (2562) ได้กล่าวว่า ในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแล้ว การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การซื้อ และการประเมินหลังการซื้อ ซึ่งการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยทั่วไปจะผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้คือ

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) คือ การที่บุคคลใดรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหาของตนเองที่อาจเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าภายในตัวบุคคล เช่น ความหิวกระหาย บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีการที่จะจัดการเพื่อสนองตอบกับสิ่งเร้าเหล่านั้น ๆ เมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่ปรารถนา และสถานะที่เป็นจริง ทำให้เกิดความต้องการในสินค้า และในบางครั้งบุคคลมีปัญหาคือความต้องการแต่ยังไม่ตระหนักถึง ดังนั้นนักการตลาดอาจใช้พนักงานขาย การโฆษณา และบรรจภัณฑ์เพื่อช่วยกระตุ้นการรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหานั้น

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ ผู้บริโภคจะดำเนินการกับสิ่งที่อยู่ใกล้ที่สุดเพื่อให้เกิดความพอใจทันที สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ 1) การแสวงหาข้อมูลภายใน (Internal Search) เป็นการเก็บข้อมูลจากตัวเองที่ได้รับจากการลงสัมผัส ตรวจสอบ

การทดลองใช้ 2) การแสวงหาข้อมูลภายนอก (External Search) เป็นการเก็บข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมภายนอกรอบตัว

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ในการประเมินผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคจะจัดลำดับตราสินค้าจากเกณฑ์ที่ตั้งขึ้นเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ ซึ่งการประเมินทางเลือกนี้อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความนิยม ความศรัทธาในตราสินค้านั้น ๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีตและสถานการณ์ของการตัดสินใจรวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วย

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกจะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือก โดยจะเลือกสิ่งที่ชอบมากที่สุด และปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผล

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นกระบวนการหลังการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะตระหนักได้ถึงความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในตัว ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ภายหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าพอใจก็จะเกิดการซื้อซ้ำ แต่ถ้าไม่พอใจก็จะไม่เกิดการซื้ออีก

#### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)**

Kotler (2012) อ้างใน ชญาดา สมศักดิ์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่หลายองค์กรใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมาย จากปัจจัยพื้นฐานเดิมจะประกอบด้วย 4 ปัจจัย หรือ เรียกว่า 4P's ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) แต่เพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดสมัยใหม่ที่มีการบริการเข้ามาร่วมด้วย จึงได้พิจารณาเพิ่มอีก 3 ปัจจัย คือ บุคลากร (People) กระบวนการบริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) รวมเรียกปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัยนี้ใหม่ว่า 7P's

#### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์**

ลัคนา วัฒนชะชีวะกุล (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง การศึกษาเรื่องประชากรมนุษย์ที่เกี่ยวกับขนาดโครงสร้างอายุและเพศ การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากร ได้แก่ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขนาดของประชากร (Population Size) หมายถึง จำนวนสมาชิกหรือบุคคลทั้งหมดที่ประกอบขึ้นเป็นประชากร ณ พื้นที่หนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อทราบขนาดของประชากรในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

2. โครงสร้างอายุและเพศ (Age-sex Structure) หมายถึง จำนวนหรือสัดส่วนของประชากรที่จำแนกออกเป็นเพศชายและหญิงและเป็นกลุ่มอายุต่าง ๆ ในการแสดงให้เห็นโครงสร้างอายุและเพศจะใช้วิธีวาดแผนภูมิวางในแนวนอนซ้อนกันขึ้นไปและเรียกแผนภูมินี้ว่า พีรามิดประชากร (Population Pyramid)

3. การกระจายตัว (Population Distribution) หมายถึง การที่ประชากรกระจายกันอยู่อาศัยตามพื้นที่ภูมิศาสตร์ซึ่งอาจแบ่งพื้นที่ภูมิศาสตร์ออกตามหน่วยบริหาร หรือหน่วยการปกครองเป็นเขตเมือง ชนบท หรือตามลักษณะพื้นที่อย่างอื่น

4. การเปลี่ยนแปลงประชากร (Population Change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงขนาด (Size) โครงสร้าง (Structure) และการกระจายตัว (Distribution) ของประชากรในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง การเปลี่ยนแปลงประชากรเป็นผลมาจากมีการเปลี่ยนแปลงในส่วนประกอบ 3 ประการ คือการเกิด (Birth) การตาย (Death) และการย้ายถิ่น (Migration) และปฏิสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบเหล่านี้

#### ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักเอกชน

สุดาดวง เรืองรุจระ (2546) อ่างใน สงกรานต์ คงเพชร (2553) ได้กล่าวว่า ที่พักอาศัย (Housing) เป็นการเช่าสถานที่ต่าง ๆ เช่น บ้าน พื้นที่ท่าเกษตร พื้นที่โรงงาน อุตสาหกรรม ร้านค้า หอพัก อะพาร์ตเมนต์ คอนโดมิเนียม โรงแรม บ้านพักตากอากาศ

#### ข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

**ปรัชญา** มุ่งเน้นให้การศึกษาอุดมศึกษา สร้างสรรค์และพัฒนาความรู้ ให้บริการทางวิชาการ สืบสานและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรและทรัพยากรอย่างยั่งยืน

**วิสัยทัศน์** มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เป็นมหาวิทยาลัยแห่งนวัตกรรม การเกษตร สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม

#### พันธกิจ

1. ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถ และมีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 รวมถึงการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานสำหรับคนทุกวัยเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต
2. ผลิตงานวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ นวัตกรรมด้านเกษตร สุขภาพ และสิ่งแวดล้อมในระดับสากล
3. บูรณาการงานบริการวิชาการเชิงรุกครบวงจรเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน
4. พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินงานที่เป็นเลิศ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนถูกจัดตั้งเป็นวิทยาเขตลำดับที่ 2 ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยหม่อมหลวงชูชาติ กำภู อธิการบดีในขณะนั้น ในพื้นที่ที่เหมาะสมแห่งใหม่ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เมื่อ พ.ศ. 2510 และทางรัฐบาลเห็นชอบในหลักการของโครงการพัฒนามหาวิทยาลัย โดยใช้เงินกู้ธนาคารโลกส่วนหนึ่งและเงินงบประมาณของรัฐบาลสมทบอีกส่วนหนึ่ง โดยธนาคารโลกอนุมัติให้รัฐบาลกู้เงินจำนวน 320.3 ล้านบาท สมทบกับเงินงบประมาณจำนวน 269 ล้านบาท ดำเนินโครงการพัฒนามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ตั้งแต่วันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2515 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2521 และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนเริ่มจัดการเรียนการสอนครั้งแรก เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2522

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรวัดน์ วิระพรสวรรค์ และไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจในการเลือกซื้อหรือเช่าโครงการคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัยของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนิสิตผู้ซื้อคอนโดมิเนียมร้อยละ 52.87 และนิสิตผู้เช่าร้อยละ 47.13 ส่วนใหญ่เป็นนิสิตชั้นปริญญาตรี ด้านข้อมูลภูมิภานาเดิมพบว่า กลุ่มนิสิตมีภูมิลำเนาส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัดร้อยละ 52.86 จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้ปกครองและตัวนิสิตพิจารณาเป็นอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งโครงการ โดยเน้นโครงการที่ใกล้สถานศึกษาเป็นหลักเพื่อความสะดวกและความปลอดภัยในการใช้ชีวิตของนิสิต โดยรายได้ครัวเรือนผู้ปกครองของนิสิตสามารถบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกซื้อหรือเช่าคอนโดมิเนียมที่มีความสัมพันธ์กับทำเลที่ตั้งหรือระยะทางอีกด้วย กลุ่มนิสิตที่มีภูมิลำเนาจากต่างจังหวัดส่วนใหญ่มีการเช่าในทำเลใกล้กับมหาวิทยาลัยหรืออาจจะซื้อโครงการที่ไม่อยู่ใกล้มหาวิทยาลัยแต่คำนึงถึงการเดินทางที่เชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าที่เข้าเมืองได้สะดวก การศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้พัฒนาโครงการรวมถึงผู้บริหารสถานศึกษาใช้เป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์และการพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยให้กับนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน

ณพัชณัฐ สุขพัชรภรณ์ และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2562) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการเช่าที่พักในอำเภอเมืองเชียงใหม่พบว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเช่าที่พักโดยพักอาศัยอยู่เพียงคนเดียว เลือกเช่าหอพักภายนอกมหาวิทยาลัย เหตุผลที่เลือกเช่าที่พักเนื่องจากอยู่ใกล้สถานศึกษา และสะดวกในการเดินทาง ตัดสินใจเช่าที่พักด้วยตนเอง หลังจากรู้เห็นที่พักร 1 สัปดาห์ในช่วงก่อนเปิดภาคเรียน ค้นหาข้อมูลที่พักรโดยการแนะนำจากคนรู้จัก เมื่อเปรียบเทียบนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ และด้านหลักฐานทางกายภาพแตกต่างกัน นักศึกษาที่เลือกเช่าที่พักที่มีราคาเช่าแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ และด้านหลักฐานทางกายภาพแตกต่างกัน

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษาที่เช่าที่พักเอกชนโดยรอบมหาวิทยาลัยฯ เนื่องจากทางผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน จึงได้เลือกวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) อ้างใน กมลวรรณ ไพสิฐธัญพงศ์ (2563) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 คน ทางผู้วิจัยจึงเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลที่ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บ



รวบรวมข้อมูลและเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลต่อไป โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ประกอบด้วย

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะที่กำลังศึกษา ภูมิลำเนา และรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) วิเคราะห์ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) และการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี กำลังศึกษาในคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง และมีช่วงรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนโดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.938) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากไปน้อย ตามลำดับ คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.854) ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D. = 0.827) ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X} = 4.25$ , S.D. = 0.851) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.20$ , S.D. = 0.916) ด้านกระบวนการบริการ ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 0.842) ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.946) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 1.333) ส่วนผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนอยู่ในระดับการตัดสินใจเช่าที่แน่นอน ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.841)

ด้านผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ได้ผลดังนี้

| ตัวแปร                      | ค่าสัมประสิทธิ์<br>ถดถอย (b) | Beta   | t            | Sig.          |
|-----------------------------|------------------------------|--------|--------------|---------------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์            | 0.038                        | 0.034  | 0.510        | 0.610         |
| 2. ด้านราคา                 | 0.180                        | 0.145  | 2.546        | 0.011*        |
| 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | 0.015                        | 0.012  | 0.203        | 0.839         |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด   | -0.008                       | -0.010 | -0.166       | 0.868         |
| 5. ด้านบุคลากร              | 0.164                        | 0.151  | 1.779        | 0.076         |
| 6. ด้านกระบวนการบริการ      | 0.020                        | 0.017  | 0.208        | 0.835         |
| 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ      | 0.315                        | 0.255  | 3.163        | 0.002*        |
| <b>รวม</b>                  | <b>1.286</b>                 |        | <b>4.612</b> | <b>0.000*</b> |

$R = 0.521$ ,  $R^2 = 0.271$ ,  $SEE = 0.724$ ,  $F = 20.839$ ,  $Sig. = 0.000$ ,  $* = P < 0.05$

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.271 แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ร้อยละ 27.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $Beta = 0.255$ ) และด้านราคา ( $Beta = 0.145$ ) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

#### อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา โดยสามารถอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สิ่งที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดจากภายนอกของที่พักเอกชนส่วนใหญ่ คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น ลักษณะของตัวอาคาร ความสวยงามภายนอก ขนาดพื้นที่ใช้สอยต่าง ๆ รวมไปถึงความสะอาด และบรรยากาศภายในที่พัก ทำให้นิสิตเลือกพิจารณาด้านลักษณะทางกายภาพเป็นด้านแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประสิทธิ์ รุ่งเรือง และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคุ้มค่าในการตัดสินใจเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเช่าสถานที่พักของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา โดยผู้ประกอบการควรปรับสภาพแวดล้อมบริเวณที่พักให้เหมาะสม สะอาด ปลอดภัย มีแสงสว่าง และระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีซึ่งจะทำให้ผู้เช่าเกิดความประทับใจ และมีความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากราคาที่พักอาศัยในประเภทเดียวกันมีราคาแตกต่างกันตามสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก การให้บริการส่วนกลาง และความปลอดภัยในที่พักอาศัย เช่น ระบบ Key Card เข้า-ออกห้องพัก ระบบ Smoke Detector ตรวจจับควัน และระบบ Fire Alarm แจ้งเตือนเมื่อเกิดอัคคีภัย แต่ผลกระทบจากการระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้ผู้ปกครองของนิสิตหลายคนระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น ด้านราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์นารา กิจประสาน (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า ราคาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าเช่า และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น เงินเก็บค่าส่วนกลาง ค่ามัดจำ เนื่องจากค่าใช้จ่ายเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่า

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า นิสิตส่วนใหญ่มีการรับรู้และความเข้าใจถึงความคล้ายคลึงกันของระบบรักษาความปลอดภัยภายในที่พัก คือ มีระบบสแกนนิ้วหรือหน้าเข้า-ออกอาคาร มีพนักงานรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง มีกล้องวงจรปิดในบริเวณที่พัก ประกอบกับผู้ประกอบการที่พักเอกชนรายเก่ามุ่งสร้างที่พักอาศัยที่ตอบโจทย์เพียงด้านการพักอาศัยระหว่างเรียนเท่านั้น ทำให้เฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางที่พักเอกชนจัดไว้ให้แต่ละที่พักไม่ได้มีความแตกต่างกันมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนริศรา ปินตาแจ่ม และ พิชาภพ พันธุ์แพ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน จังหวัดลำพูนพบว่า ส่วนผลิตภัณฑ์ (หอพัก) ไม่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหอพัก เนื่องจากในปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการหอพักจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้เช่าหอพักมีโอกาสในการเลือกเช่าหอพักที่หลากหลายสามารถเคลื่อนย้ายไปพักหอพักที่สร้างใหม่ รวมถึงความทันสมัย ซึ่งผู้เช่าหอพักมีความพึงพอใจมากกว่า

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ส่วนมากที่พักเอกชนมีทำเลที่ตั้งที่ไม่แตกต่างกัน มีการกระจุกตัวรวมกันอยู่ที่บริเวณฝั่งตรงข้ามประตูมัลลิแมน (ประตูทางเข้าหลัก) ทำให้ทำเลที่ตั้งไม่ใช่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริชญา คงปลอด และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในโครงการมิกซ์ยูส กรณีศึกษา: กลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในโครงการมิกซ์ยูส กรณีศึกษา: กลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการให้ทางเข้าโครงการมีความปลอดภัย ไม่เสี่ยงอันตรายมากที่สุด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากตลาดที่พักอาศัยบริเวณรอบมหาวิทยาลัยเป็นตลาดแบบปิด กล่าวคือ เป็นพื้นที่แคบ และมีกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น เพียงใช้การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ กระตุ้นการค้นหาข้อมูลที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต การบอกต่อกันปากต่อปาก รวมถึงการติดป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์เล็กน้อยก็ทำให้นิสิตกลุ่มเป้าหมายรับรู้โดยทั่วถึงกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสัญญา ชนะวิบูลย์ชัย (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑลพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดและการส่งเสริมการขายไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เนื่องจากในปัจจุบันมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการส่งเสริมการขายของคอนโดมิเนียมแต่ละโครงการเป็นจำนวนมาก และโปรโมชั่นมีความคล้ายคลึงกัน ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการหาข้อมูลด้วยตนเองจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับสื่อโฆษณาที่โครงการบอกกล่าวเพียงปัจจัยเดียว

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากที่พักเอกชนทุกแห่ง มีการคัดสรรพนักงานดูแลที่พักด้วยคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกัน และด้วยลักษณะการทำงานที่คล้ายคลึงกันนั้นเป็นผลให้ด้านบุคลากรหรือพนักงานไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าของนิสิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลพบว่า พนักงานไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เนื่องจากปัจจุบันในส่วนต่าง ๆ ของที่พัก ไม่ว่าจะเป็นแม่บ้าน หรือพนักงานในสำนักงาน จะใช้พนักงาน Outsource ซึ่งมีการอบรมเป็นอย่างดี การทำงานจึงเป็นระบบและรวดเร็ว รวมไปถึงความทันสมัยใช้ระบบอัตโนมัติในการดูแล ผู้เช่าจึงมีโอกาสดูติดต่อกับบุคลากรน้อย

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการบริการมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า โดยปกติที่พักเอกชนทุกแห่งจะมีการกำหนดกฎ ระเบียบ ข้อบังคับไว้อย่างชัดเจนอยู่แล้ว ซึ่งในขั้นตอนการทำสัญญาทางที่พักเอกชนจะให้เอกสารสัญญาพร้อมกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ของที่พักให้นิสิตเซ็นรับทราบเพื่อเป็นแนวทางในการ

ปฏิบัติ และด้วยกฎที่มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชยาภรณ์ เทียมรัตน์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการไม่สามารถทำนายการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลางได้

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิต คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ทำให้ทราบว่านิสิตส่วนใหญ่จากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพ ซึ่งผู้ประกอบการที่พักเอกชนควรจัดให้มีการดูแลความสะอาดของพื้นที่โดยรอบอาคารที่พักอาศัย และบริเวณส่วนกลาง จัดพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่พักให้มีความเป็นระเบียบ สวยงาม รวมไปถึงการจัดให้มีพื้นที่ส่วนกลางอย่างกว้างขวาง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของนิสิต สำหรับผู้ประกอบการรายเก่าควรดูแลความสะอาด และสร้างบรรยากาศให้น่าอยู่อาศัย และมีความปลอดภัยเป็นหลักก็เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของนิสิต สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังตัดสินใจจะลงทุนสร้างที่พักอาศัย ควรวางแผนออกแบบให้มีพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางมากขึ้น มีขนาดกว้างขวางสามารถรองรับการทำกิจกรรมของนิสิต เช่น พื้นที่ออกกำลังกายกลางแจ้ง สระว่ายน้ำ ฟิตเนส พื้นที่รับรองแขก เป็นต้น สิ่งทีกล่าวมานี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นิสิตตัดสินใจเช่าที่พักระยะยาว รวมถึงตัดสินใจต่อสัญญาฉบับที่พักเอกชนเดิม

2. ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ดังนั้น ฝ่ายการตลาดควรเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้นิสิตรับรู้ถึงคุณค่าที่เราต้องการสื่อ และความคุ้มค่าที่ทางนิสิตและผู้ปกครองจะได้รับจากการเช่าที่พักเอกชน เรื่องอัตราค่าเช่าและค่าสาธารณูปโภคควรจัดให้มีความเหมาะสมกับที่พัก ค่ามัดจำล่วงหน้าควรมีความเหมาะสมกับห้องพัก ค่าบริการส่วนกลางควรมีความเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้ภายในส่วนกลาง รวมถึงค่าประกันความเสียหายควรมีความเหมาะสมกับราคาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการควรจัดให้มีเพิ่มเติมในบริเวณส่วนกลาง คือ ตู้กดน้ำร้อน-น้ำเย็น อินเทอร์เน็ต ส่วนกลาง พื้นที่พักผ่อน พื้นที่ทำงาน-อ่านหนังสือ และพื้นที่รับแขกโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเพื่อให้นิสิตและผู้ปกครองรับรู้ถึงความคุ้มค่าในการเลือกเช่าที่พักเอกชนแห่งนี้ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เช่น ระบบ Key Card เข้า-ออกห้องพัก ระบบ Smoke Detector ตรวจจับควัน ระบบ Fire

Alarm แจ้งเตือนเมื่อเกิดอัคคีภัย ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นสิ่งดึงดูดให้นิสิตและผู้ปกครองเกิดความรู้สึกคุ้มค่า และประทับใจซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าระยะยาว หรือต่อสัญญากับทางที่พักเอกชนเดิม

### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยตัวแปรอื่น ๆ ร่วมกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เช่น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทัศนคติ การเดินทางของลูกค้า หรือปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาวิจัยที่มีความเฉพาะเจาะจงว่าแท้จริงแล้วปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าที่พักเอกชนมากที่สุด และสามารถนำผลการศึกษาวิจัยนั้นมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากทางด้านผู้ประกอบการในรูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทให้เช่า รวมถึงทัศนคติและมุมมองในการทำการตลาดที่พักอาศัยโดยรอบสถานศึกษาเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากขึ้น ทำให้สามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกในเขตพื้นที่อำเภอกำแพงแสนให้เหมาะสมกับความเจริญในอนาคต

### เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ ไพลีรัฐณพงศ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสตาร์บัคส์ในอาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กองบริหารกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. (2564). *ข้อมูลหอพักนิสิต วิทยาเขตกำแพงแสน. รายงานสรุปจำนวนห้องพัก/จำนวนนิสิตที่จองหอพักนิสิต ภาคต้น 2564 ตึก1-31. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.*

จิรวัดน์ วีระพรสวรรค์ และ ไตรรัตน์ จารุทัศน์. (2563). *ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจในการเลือกซื้อหรือเช่าโครงการคอนโดมิเนียมเพื่ออยู่อาศัยของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารสนเทศ ฉบับที่ 1/2563 – 197 ม.ป.ท.*

ชญาดา สมศักดิ์. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าห้ออภัยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*

ณพัชญ์ สุขพัชรภรณ์ และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2562). *พฤติกรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการเช่าที่พักในอำเภอเมืองเชียงใหม่. วารสารบัณฑิตวิจัย ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562), ม.ป.ท.*

ณัฐยาภรณ์ เทียมรัตน์. (2563). *การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ส่วนกลาง. สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*

ธนพล ล้ำเลิศ. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกะทู้ม้วนแบน จังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.*

- นริศรา ปินตาแจ่ม และพิชาภพ พันธุ์แพ. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน จังหวัดลำพูน. **วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2563.**
- ประสิทธิ์ รุ่งเรือง และคณะ. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคุ้มค่าในการตัดสินใจเช่าสถานที่พักของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ปรีชญา คงปลอด และคณะ. (2562). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในโครงการมิกซ์ยูส กรณีศึกษา: กลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2562.**
- พนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์นารา กิจประสาน. (2561). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis). สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เรืองวิษ โภควรรณวิทย์. (2564). เจ้าของโครงการ THE MUSE กำแพงแสน. สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2564.
- ลัคนา วัฒนชะชีวะกุล (ม.ป.ป.). *บทที่ 1 ความรู้พื้นฐานทางประชากรศาสตร์*. เอกสารคำสอน สด 316 ประชากรศาสตร์. สาขาวิชาสถิติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สงกรานต์ คงเพชร. (2553). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สัญชัย ธนะวิบูลย์ชัย. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมแนวเส้นทางรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักบริหารการศึกษ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. (2564). *จำนวนนิสิตทั้งหมดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำแนกตามวิทยาเขต คณะ/สาขา ระดับการศึกษา และเพศ ปีการศึกษา 2559 ภาคต้น*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.