

## ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องพักภายนอกมหาวิทยาลัย ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

### Marketing Mix Factors Affecting Off-Campus Accommodation Choices of Phuket Rajabhat University Students

พัศกร เต็มแก้ว<sup>1</sup> มงคลสิทธิ์ ศรีสุวรรณ<sup>\*1</sup> ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ<sup>2</sup> และ วัชราวดี นีรุติธรรมธรา<sup>2</sup>

Putsakorn Temkeaw<sup>1</sup> Mongkonsid Srisuwan<sup>\*1</sup> Doungrat Koikitcharoen<sup>2</sup>

And Vatcharawadee Nirutithammatra<sup>2</sup>

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต<sup>\*1</sup>

Undergraduate Student, Department of Business Computer Science, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University<sup>\*1</sup>

อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต<sup>2</sup>

Lecturer, Department of Business Computer Science, Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University

\*Corresponding author, e-mail: [vatcharawadee.n@pkru.ac.th](mailto:vatcharawadee.n@pkru.ac.th)

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเลือกเช่าห้องพักสำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดภูเก็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกเช่าห้องพัก และ 3) ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกเช่าห้องพักภายนอกของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต จำนวน 412 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิตามจำนวนนักศึกษาในแต่ละคณะ หลังจากนั้นสุ่มไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติอนุमानเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารของห้องพักจากการลงพื้นที่ด้วยตนเองซึ่งมีคนในครอบครัวเป็นบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก กิจกรรมที่ทำเมื่ออยู่ห้องพัก คือ Shopping ปัจจุบันเช่าห้องพักมาแล้ว 2 ปี เลือกเช่าห้องพักเพราะสภาพแวดล้อมของห้องพัก ค่าห้องพักที่คิดว่าจะมีความเหมาะสม คือ 2,501 - 3,000 บาท ปัจจุบันจ่ายค่าห้องพักในอัตรา 2,501 - 3,000 บาท และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการมากที่สุด คือ พัดลม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการเลือกห้องพักภาพรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกเช่าห้องพักมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการเลือกห้องพักมากที่สุด คือ ที่จอดรถไม่สะดวกและเพียงพอ รองลงมา คือ ภายในห้องพักอากาศถ่ายเทไม่สะดวก และ ความเป็นมิตรของผู้ดูแลห้องพักส่งผลต่อการเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษา โดยผู้ประกอบการสามารถนำผลวิจัยไปปรับปรุงอาคารห้องพัก และจัดหาบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจได้ดียิ่งขึ้น

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจเลือก ที่พัก ส่วนประสมทางการตลาด

#### Abstract

This study aims to investigate Phuket Rajabhat University students' behaviors of choosing an accommodation in Phuket, marketing-mix factors which affect their accommodation choices, and barriers to their off-campus accommodation choices. A sample of 412 Phuket Rajabhat University students was obtained using stratified random sampling based on the number of students in each faculty and non-probability convenience sampling was used afterwards. Questionnaires were employed for data collection and they were then analyzed using descriptive statistics consisting of percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics for hypothesis testing with chi-square.

The results showed that the majority of Phuket Rajabhat University students got information about their accommodations through on-site visits while their family members impacted their rental decision. Shopping has been their hobby for 2 years until present. The environment also affected their rental decision. According to the students' views, the reasonable rental fees which they have currently been charged ranged from 2,501 to 3,000 baht and the electric fan was their most needed room amenity. The overall marketing mix factors affecting the students' accommodation choices were found at high levels; 'marketing promotion' was the highest impact factor; the second highest was 'product' factor and 'distribution channel' factor. Barrier that had the highest impact on accommodation choices was the inconvenient and insufficient parking space. The second highest impact was the poorly ventilated room and the unfriendliness of the accommodation supervisor. Business operators can apply the results of this study to enhance their accommodation services in order to better meet customer needs and satisfaction.

**Keywords:** Choice Making, Accommodation, Marketing Mix

## บทนำ

ที่พักอาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์จากสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันที่ประชากรมีการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น เพื่อศึกษาต่อของผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดเพื่อความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำงานหรือสถานศึกษา เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้เป็นสาเหตุให้ธุรกิจที่พักอาศัยให้เช่าเกิดขึ้นอย่างมากมายทั่วประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่เป็นจุดศูนย์รวมของแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้ความต้องการที่อยู่อาศัยของประชากรมากตามไปด้วยผู้ประกอบการห้องเช่าที่เข้ามาใหม่อยู่หลายเจ้า ทำให้การแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้สูง เพื่อเป็นการรองรับความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่เข้ามาทำงานและศึกษาในพื้นที่ใกล้เคียง (ธนพล คำล้ำเลิศ, 2562)

การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีในการตัดสินใจเช่าสถานที่พักได้อย่างเหมาะสม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าสถานที่พัก (ณัชชญา สุชีพชราภรณ์ และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น, 2563)

การตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษานั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น อัตราค่าเช่า ผู้แนะนำลักษณะของหอพัก สถานที่ตั้งของหอพักตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ นักศึกษาผู้มาเช่าพักยังให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการของหอพักอีกด้วย ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษาทั้งสิ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ช่วยวิเคราะห์ 4 ปัจจัยหลักในการวางแผนการตลาด ประกอบด้วย Product สินค้าหรือบริการ Price ราคา Promotion การส่งเสริมการขาย และ Place ช่องทางจัดจำหน่าย เพื่อนำไปวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคของนักศึกษาที่เช่าหอพัก และศึกษาปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการเช่าหอพัก เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการหอพักต่าง ๆ นำไปพัฒนาหอพักให้สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว และเพื่อรองรับปริมาณและความต้องการของนักศึกษา (Chanin Nirapai, 2565)

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตผลที่ได้จากการวิจัยจะช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตัดสินใจเช่าหอพัก ตลอดจนทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการของนักศึกษาผู้เช่าหอพัก เพื่อนำมาเป็นแนวทางปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเข้าสู่การแข่งขันทางการตลาด อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงหอพัก เพื่อที่จะรักษามลภาวะให้คงอยู่

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกเช่าห้องพักภายนอกมหาวิทยาลัยสำหรับการอยู่อาศัยในจังหวัดภูเก็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกเช่าหอพักภายนอกมหาวิทยาลัย
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเลือกเช่าหอพักภายนอกมหาวิทยาลัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

## สมมติฐานการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเช่าหอพัก

## วิธีการวิจัย

### ประชากรในการวิจัย

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตจำนวน 6,933 คน (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 2565)

### ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทราบจำนวนประชากร 6,933 จึงใช้สูตรของ Yamane (1973) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ

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

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา  
N คือ ขนาดของประชากร  
e คือ ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้  
แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{6,933}{1+6,933(0.05)^2} = 378$$

ซึ่งสามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 378 คน การศึกษาในครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 2565 จำนวน 412 คน

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1. แบ่งประชากรโดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ
2. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ชั้นภูมิตามสัดส่วนจำนวนนักศึกษา ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามคณะของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

คณะ	จำนวนนักศึกษา (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	958	55
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	2,063	119
ครุศาสตร์	1,557	90
วิทยาการจัดการ	2,173	125
เทคโนโลยีการเกษตร	182	23
<b>จำนวนรวม</b>	<b>6,933</b>	<b>412</b>

ข้อมูล : สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 2565

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- แบบสอบถาม จำนวน 4 ตอนประกอบด้วย
- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกเช่าหอพัก
  - ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
  - ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกเช่าหอพัก

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การแปลความหมายข้อมูล (Interpretation) โดยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงพรรณนา(Descriptive Research) อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยอธิบายและนำเสนอในรูปแบบตารางเป็นร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วย ไคสแควร์ (Chi Square) (พรรณรรณ ตาลประเสริฐ, 2559)

เกณฑ์การแปลผล มีรายละเอียดดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00 คือ ระดับ มากที่สุด

คะแนน 3.41 – 4.20 คือ ระดับ มาก

คะแนน 2.61 – 3.40 คือ ระดับ ปานกลาง

คะแนน 1.81 – 2.60 คือ ระดับ น้อย

คะแนน 1.00 – 1.80 คือ ระดับ น้อยที่สุด

### ผลการวิจัย

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1.** เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกเข้าห้องพักรักษาอาการป่วยในจังหวัดภูเก็ตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารของห้องพักจากการลงพื้นที่ด้วยตนเอง คนในครอบครัวเป็นบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก กิจกรรมที่ทำเมื่ออยู่ห้องพัก shopping พักผ่อน และ ออกกำลังกาย ปัจจุบันเข้าพักมาแล้ว 2 ปี ตัดสินใจเลือกเข้าพักเพราะ สภาพแวดล้อมของห้องพัก อัตราค่าห้องพักที่คิดว่ามีความเหมาะสม คือ 2,501 - 3,000 บาท ปัจจุบันจ่ายค่าห้องพักในอัตรา 2,501 - 3,000 บาท และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่ต้องการมากที่สุด คือ พัดลม

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2.** เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าพักจากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ลำดับ	ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.03	.688	มาก
2	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.02	.613	มาก
3	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.00	.614	มาก
4	ปัจจัยด้านราคา	3.97	.593	มาก
รวม		4.00	.559	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการเลือกห้องพัก ภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.02 และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.97

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3.** เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเลือกเข้าพักภายนอกมหาวิทยาลัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัจจัยปัญหาและอุปสรรค

ลำดับ	ปัญหาและอุปสรรค	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1	ที่จอดรถไม่สะดวกและเพียงพอ	4.67	.713	มากที่สุด
2	ภายในห้องพักอากาศถ่ายเทไม่สะดวก	4.04	1.045	มาก
3	ความเป็นมิตรของผู้ดูแลห้องพัก	4.03	.858	มาก
4	เสียงรบกวนจากพื้นที่ใกล้เคียง	3.90	.040	มาก
5	ความเป็นส่วนตัวภายในห้องพัก	3.80	.067	มาก
6	สภาพอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก	3.72	.088	มาก
7	ความสะดวกในการจัดการขยะ	3.54	.910	มาก
รวม		3.95	.608	มาก

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการเลือกห้องพัก มากที่สุด คือ ที่จอดรถไม่สะดวกและเพียงพอ รองลงมาคือ ภายในห้องพักอากาศถ่ายเทไม่สะดวก และ ความเป็นมิตรของผู้ดูแลห้องพัก

## ผลการทดสอบสมมติฐาน

### สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเข้าพัก

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

ข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ คณะ ระดับปีการศึกษา ภูมิภาค รายได้ และจำนวนสมาชิกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกเข้าพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักภายนอกของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต” ผลการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. เพศ อายุ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเข้าพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยอายุ ชั้นปีที่ศึกษา และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารของห้องพักจาก ลงพื้นที่ด้วยตนเอง คนในครอบครัวเป็นบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก กิจกรรมที่ทำเมื่ออยู่ห้องพัก shopping พักผ่อน และ ออกกำลังกาย ปัจจุบันเข้าพักมาแล้ว 2 ปี ตัดสินใจเลือกเข้าพักเพราะ สภาพแวดล้อมของห้องพัก อัตราค่าห้องพักที่คิดว่ามีความเหมาะสม คือ 2,501 - 3,000 บาท ปัจจุบันจ่ายค่าห้องพักในอัตรา 2,501 - 3,000 บาท และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่ต้องการมากที่สุด คือ พัดลม สอดคล้องกับ อภาภรณ์ ขวัญเจริญ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักอาศัยประเภท อพาร์ทเมนต์ของผู้อยู่อาศัยในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์เพื่อการอยู่อาศัย คือ ตนเอง โดยส่วนใหญ่จะเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ที่มีระดับราคาค่าเช่าต่อเดือน อยู่ในอัตราต่ำกว่า 5,000 บาท รวมถึงต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความครบครันต่าง ๆ ภายในห้องพัก ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ เตียงพร้อมที่นอน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง อินเทอร์เน็ต ตู้เย็น และสามารถเลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้ภายในห้องพัก ตามลำดับ อีกทั้งความครบครันของสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้องพัก ได้แก่ ลิฟต์ เครื่องซักผ้าหยอดเหรียญ สถานที่จอดรถ ตู้กดน้ำหยอดเหรียญ ร้านสะดวกซื้อ และห้องออกกำลังกาย ตามลำดับ

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการเลือกห้องพักภาพรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกเข้าพักมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านราคา สอดคล้องกับ สิริพร ไชยวรรณ (2562) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการเลือกห้องพักสอดคล้องกับ ธนโชติ หิรัญญะสิริ (2561) ที่ได้ศึกษา เรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกเข้าพักของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยประชากรด้าน เพศ ทำให้กระบวนการตัดสินใจต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกเข้าพัก

5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการเลือกห้องพัก มากที่สุด คือ ที่จอดรถไม่สะดวกและเพียงพอ รองลงมา คือ ภายในห้องพักอากาศถ่ายเทไม่สะดวกและ ความเป็นมิตรของผู้ดูแลห้องพักส่งผลต่อการเลือกเข้าพักของนักศึกษาซึ่งสอดคล้องกับ จิรวรรณ บุญมี (2563) ที่ได้ศึกษา เรื่อง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจให้เช่าห้องพักควรเริ่มปรับตัวกับกลุ่มลูกค้าโดยการปรับปรุงธุรกิจในแต่ละด้านต่าง ๆ เพื่อให้ส่งผลต่อการเลือกเข้าพักเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละด้านต่าง ๆ เช่น ควรมีห้องพักให้ผู้เช่าเลือกได้หลายรูปแบบในระดับราคาที่ต่างกัน ควรจัดหาหรือปรับปรุงสถานที่จอดรถให้สามารถรองรับรถจักรยานยนต์และรถยนต์ของผู้เช่าได้อย่างเพียงพอโดยคำนึงถึงความเป็นระเบียบ ควร

ฝึกฝนพัฒนาผู้ให้บริการทางด้านมนุษย์สัมพันธ์ให้มีมาตรฐาน การให้บริการและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจที่สามารถตอบคำถาม ตลอดจนให้ข้อมูลและคำแนะนำที่เหมาะสมแก่ผู้ที่สนใจเลือกหอพัก เพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นควรเริ่มจัดสรรพื้นที่ห้องพักให้เป็นกิจจะลักษณะ

## สรุป

นักศึกษาที่เลือกเช่าหอพักได้รับข้อมูลข่าวสารของหอพักจากลงพื้นที่ด้วยตนเอง โดยบุคคลในครอบครัวส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพัก และมีกิจกรรมที่ทำอยู่หอพัก คือ Shopping ปัจจุบันเช่าหอพักมาแล้ว 2 ปี ตัดสินใจเช่าเพราะสภาพแวดล้อมหอพัก จ่ายค่าหอพักในอัตรา 2,501 - 3,000 บาท โดยข้อมูลพื้นฐานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเช่าหอพัก

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. เจ้าของผู้ทำธุรกิจหอพักอาศัยควรที่จะมีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้หอพักอาศัย เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าและมีการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ปรับเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ เพื่อให้ผู้ใช้หอพักอาศัยเกิดความสนใจ และมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดค่าเช่าที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้ใช้เช่าเข้ามาชมห้องพักอาศัย ยังส่งผลทำให้ผู้ใช้เช่ามีการตัดสินใจเช่าห้องพักอาศัยเนื่องจากตรงตามในสิ่งที่ต้องการของผู้เช่าหอพักอาศัยเองด้วย

2. เจ้าของผู้ทำธุรกิจหอพักอาศัยจำเป็นต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับชื่อเสียงมาก แต่ก็ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในหอพัก เพื่อให้ผู้ใช้เช่าหอพักอาศัยได้มีโอกาสได้เลือกตามที่ต้องการเช่าและตรงตามความต้องการของผู้เช่า

3. เจ้าของผู้ทำธุรกิจหอพักอาศัย ควรเลือกทำเลในการสร้างหอพักอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยมากที่สุดเพื่อตอบในสิ่งที่ต้องการของผู้เช่า ทั้งยังช่วยให้ประหยัดเวลาในการเดินทางประหยัดค่าพาหนะในการเดินทางไปศึกษา ทั้งนี้การทำธุรกิจหอพักในทำเลที่อยู่ใกล้แหล่งต่าง ๆ จะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ใช้เช่าสามารถตัดสินใจเลือกเช่าหอพักเพราะทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ประหยัดค่าใช้จ่าย และตอบในสิ่งที่ต้องการสิ่งบริโภคต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีและครบครัน หากได้ทำเลที่ดีก็จะช่วยให้ธุรกิจหอพักประสบความสำเร็จเพราะมีผู้ใช้เช่าจำนวนมาก

4. เจ้าของผู้ทำธุรกิจหอพักอาศัย ควรรักษาระดับของราคาที่ใช้เช่าให้มีความสำคัญมากที่สุดไว้ ในการที่จะปรับราคาควรมีการวิเคราะห์สถานการณ์ มีค่ามัดจำล่วงหน้าที่เหมาะสมผล พูดคุยหรือทำความเข้าใจกับผู้ใช้เช่าก่อนเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน เป็นการเปิดช่องทาง โอกาสให้ผู้ใช้เช่าได้แสดงความคิดเห็น ผู้ประกอบการควรตระหนักให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาหอพัก เพราะผู้ใช้เช่าหอพักอาศัยมีโอกาสได้เลือกราคาด้วยตนเอง และเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด

5. เจ้าของผู้ทำธุรกิจหอพักอาศัย ควรให้ความสำคัญกับพื้นที่จอดรถของนักศึกษาที่เช่าหอพักมากที่สุด โดยคำนึงถึงความเป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บภาระเดินทางของผู้เช่าให้อยู่ในที่ที่เหมาะสมปลอดภัย ควรให้ความสำคัญในเรื่องของห้องพักสามารถถ่ายเทอากาศได้ดีขึ้น เพื่อให้เหมาะสมต่อสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าวของเมืองไทยช่องที่สามารถถ่ายเทอากาศได้ดีจะสามารถดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยอื่น ๆ นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างหรือพื้นที่ที่แตกต่างจากที่ศึกษา เพื่อหาความสอดคล้องของผลการศึกษาแล้วนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาข้อสรุป และนำไปใช้ในการตัดสินใจทำธุรกิจหอพัก

2. ควรมีการศึกษาความต้องการทางตลาดของผู้เช่าหอพักที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของ คนทำงานเพื่อหาข้อมูล และความต้องการในปัจจุบัน ที่ผู้เช่ามีความต้องการ เพื่อหาความแตกต่างในสิ่งที่ต้องการและแนวคิดของผู้เช่าในการจัดทำหอพักที่ตอบในสิ่งที่ต้องการของผู้บริโภคได้

3. ควรมีการศึกษากับสิ่งที่ต้องการด้านการตลาดของผู้เช่าหอพักในอนาคตว่า มีความต้องการอะไรเพิ่มมากขึ้นจากที่ผู้ให้บริการได้มีให้บริการในปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในเพื่อการวางแผน ประยุกต์และปรับปรุงการให้บริการหอพักให้เช่าที่เช่าถึงสิ่งที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นและตอบสนองได้ตรงต่อสิ่งที่ต้องการ

4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์การกำหนดราคาเกี่ยวกับการทำความเข้าใจถึงความต้องการของผู้เช่าห้องพัก และสามารถประเมินการตอบสนอง หรือปฏิกิริยาของผู้เช่าห้องพักต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ซึ่งสิ่งที่ผู้เช่าห้องพักทุกคนต้องการ คือ การหาห้องพักราคาถูกในระดับคุณภาพที่ต้องการ หรือราคาห้องพักที่เหมาะสมต่อรายได้ตนเองซึ่งเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจของผู้เช่าห้องพักนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพของห้องพักนั่นเอง

5. ควรมีการศึกษาจากการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P แทน 4P เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านบริการด้านกระบวนการ หรือด้านสภาพแวดล้อม เพื่อระบุความต้องการของผู้ใช้บริการให้ครอบคลุมและตรงกับความต้องการเช่าห้องพักของผู้ใช้บริการมากกว่าเดิม

### เอกสารอ้างอิง

- จิรวรรณ บุญมี. (2564). การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักรายเดือนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสารปาริชาติ*, 34(3), 118-135
- ณพัชญ์ สุขพัชราภรณ์. (2563). พฤติกรรมการเช่าที่พัก นักศึกษาระดับปริญญาตรี อำเภอเมืองเชียงใหม่. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 10(2), 213-227.
- ธนพล คำล้ำเลิศ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ตำบลอ้อมน้อย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. (*การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธนโชติ หิรัญญะสิริ. (2561). *กระบวนการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของคนในเขตกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- พรพรรณ ตาลประเสริฐ. (2559). *อิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สมฤทัย ไสยง. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 1(2), 36-47.
- สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. (2565). สืบค้นจาก [https://reg.pkru.ac.th/registrar/studentByProgram\\_2.asp?backto=student&avs329677995=4](https://reg.pkru.ac.th/registrar/studentByProgram_2.asp?backto=student&avs329677995=4)
- สิริพร ไชยวรรณ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ใน จังหวัดเชียงใหม่. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเฉลิมพระเกียรติจังหวัดเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- อาภาภรณ์ ขวัญเจริญ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคเพื่อการอยู่อาศัย ในจังหวัดปทุมธานี (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3<sup>rd</sup> ed.) Harper and Row Publications: New York.