

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพัก
ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO RENT
PRIVATE DORMITORY OF TENANTS IN AMPHUR PAKKRED
NONTHABURI



T144978

ธนาวัดน์ เทพนิมิตสุข

TANAWAT THEPNIMITSUK

ฉบับที่ 144978
ปี 2559

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 144978
วันเดือนปี = 9 ต.ค. 2560

b. 102825414
i.

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

พ.ศ. 2559

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS AFFECTING THE DECISION TO RENT
PRIVATE DORMITORY OF TENANTS IN AMPHUR PAKKRED
NONTHABURI**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION**

FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
2016



COPYRIGHT 2016

FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของ
	ผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ชื่อนักศึกษา	นายธนวัฒน์ เทพนิมิตสุข
รหัสประจำตัว	57611051
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2559
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร

บทคัดย่อ

ที่อยู่อาศัย ถือเป็นหนึ่งในสี่ปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ บุคคลที่มีรายได้สูง รายได้ปานกลาง หรือรายได้้น้อย ต่างมีความจำเป็นที่จะต้องมที่อยู่อาศัยทั้งสิ้น นอกจากนี้จากการเพิ่มขึ้นของประชากรในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ประกอบกับแนวโน้มจำนวนแรงงานที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ที่พักอาศัยรายเดือน และหอพัก ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะห้องพัก ทำเลที่ตั้ง และราคา เกิดขึ้นจำนวนมาก ทำให้ผู้สนใจเช่าพักมีทางเลือกหลากหลาย วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรเช่าหอพักของผู้เช่าหอพัก และศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี สถิติที่ใช้ได้แก่ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และไคสแควร์

ผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในครอบครัว 1 - 2 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ส่วนผลการศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้เช่าหอพัก ซึ่งเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เช่าหอพักเพื่อพักอาศัยเพียงคนเดียว ตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้วยตนเอง ใช้ระยะเวลาในการเช่าหอพักนานมากกว่า 3 ปี เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าหอพักต่อเดือนที่มากกว่า 3,000 บาท ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในหอพักที่ผู้เช่าหอพักอาศัยอยู่ในปัจจุบันพบว่ามีเตียงและตู้เสื้อผ้าไว้อำนวยความสะดวกจำนวนมากที่สุด ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่เปลี่ยนหอพักในระยะเวลา 5 ปีเพียงแค่ครั้งเดียว นอกจากนี้ผู้เช่าหอพักมักเลือกหอพักที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ขนาดห้องพักที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ในปัจจุบันมีขนาด 15 - 20 ตารางเมตร ผู้เช่าหอพักเลือกใช้วิธีการชำระเงินค่าเช่าหอพักด้วยเงินสด และมักจะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทราบข้อมูลเกี่ยวกับหอพักที่เช่าอยู่จากเพื่อนหรือญาติ พี่น้องเป็นคนแนะนำ สำหรับการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอ ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าบัณฑิตวิทยาลัยทั้ง 7 ด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยบัณฑิตวิทยาลัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักมากที่สุดในลำดับถัดมา คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะหอพัก) ด้านราคา และด้านส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านนั้น พบว่า จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้าน

สำหรับข้อเสนอแนะนั้นจากผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และการศึกษาความสัมพันธ์ในด้านของรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคกับบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงหรือมีกำลังซื้อ จะไม่คำนึงถึงราคาเช่าหอพักเป็นเรื่องสำคัญ แต่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ความปลอดภัยภายในบริเวณหอพัก และความสะดวกในการเดินทาง ดังนั้นผู้ประกอบการหอพัก ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง และควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก รวมไปถึงระบบการรักษาความปลอดภัยไว้ให้บริการแก่ผู้เช่าหอพัก

Title	FACTORS AFFECTING THE DECISION TO RENT PRIVATE DORMITORY OF TENANTS IN AMPHUR PAKKRED NONTHABURI
Student	Mr. Tanawat Thepnimitsuk
Student ID	57611051
Degree	Master of Business Administration
Major	Business Administration
Year	2016
Advisor	Associate Professor Kulkanya Na Pompech

ABSTRACT

Accommodation is part of the four basic necessities of living. People high, medium or low income require an accommodation. In addition, the increase of population in Pakkred District, Nonthaburi Province and the tendency of increasing working force results in great variation of monthly accommodation and dormitory with regards to type of room, location and pricing which in turn provides variety of choices for tenants. The objective of this study is to study the behaviors of tenants with regards to the rental of dormitory room and to study the factors affecting decision for rental of dormitory rooms of tenants in Pakkred District, Nonthaburi. The primary data of this study derived from the questionnaire handed to 385 sample subjects renting dormitory rooms in Pakkred District, Nonthaburi Province. The statistic parameters used is frequency, percentage, average and chi-square.

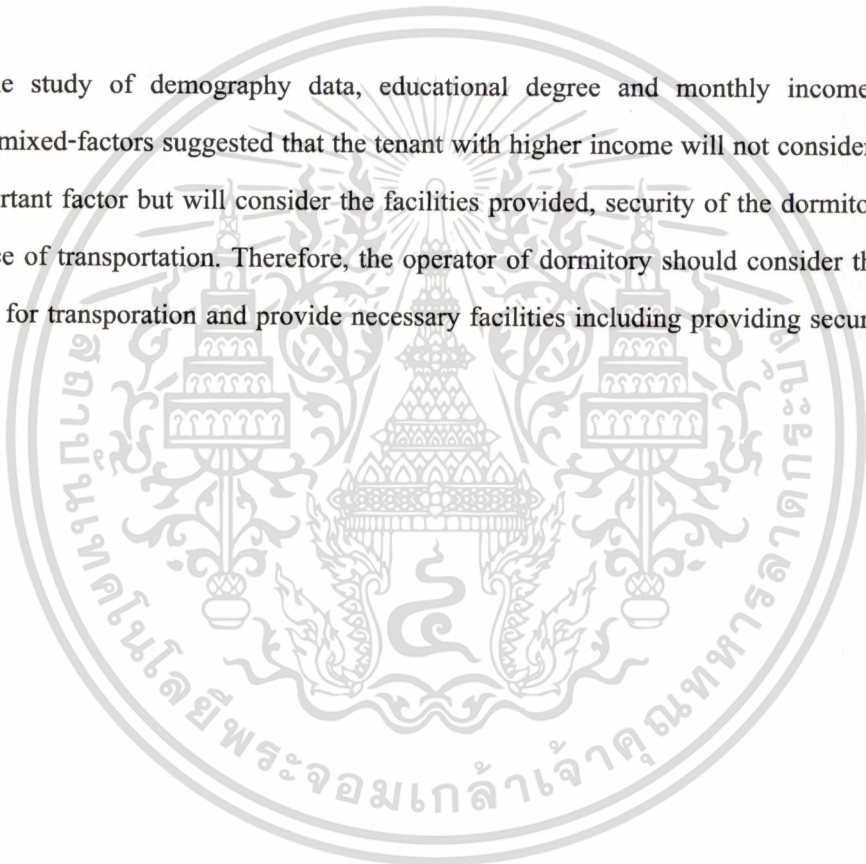
The study of demography data of the tenants of dormitory rooms in Pakkred District, Nonthaburi Province showed that the majority of tenants are single female of between 25 - 34 year-old, having family member of 1-2 members, graduated with bachelor degree and are private company employee having monthly income between 10,001 – 20,000 Baht. The study of behaviors of the tenants of dormitory rooms in Pakkred District, Nonthaburi Province showed that the majority of tenants rent a room to live alone and make a decision to choose a room alone. The decision making process normally takes up to three weeks and the rental cost exceed 3,000 Baht per month. The most facilities provided are bedding and closet. The majority of tenants changes the room only once in five years. The tenants are likely to choose the dormitory room which is

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

close to community. The average room size is 15 – 20 square meter. The tenants pay the rental by cash and are normally recommended of the dormitory by acquaintances. The study of marketing mixed-factor showed that all seven factors have high effect to the decision of the tenants of dormitory rooms in Pakkred Ditreit, Nonthaburi Province. The location factor has the highest effect to the decision of the tenants. The other factors which affect the decision of the tenants are staffing, appearance, service procedure, product (type of dormitory), pricing and promotion, respectively. The analysis of demography data and marketing mixed-factors showed that number of tenants living together, educational degree and monthly income relate to all marketing mixed-factors.

The study of demography data, educational degree and monthly income with the marketing mixed-factors suggested that the tenant with higher income will not consider the rental as an important factor but will consider the facilities provided, security of the dormitory and the convenience of transportation. Therefore, the operator of dormitory should consider the location convenient for transportation and provide necessary facilities including providing security system for tenants.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้ คำปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำแนวทางในการศึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็น ประโยชน์ต่อการทำการค้นคว้าในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์อมรศรี ดันพิพัฒน์ และรองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่ แนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ อันเป็นประโยชน์อย่าง มาก

นอกจากนี้ผู้ศึกษาต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะการบริหารและจัดการ สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ทางวิชาการ ซึ่งเป็นสิ่งที่มี คุณค่าอย่างยิ่ง รวมถึงเพื่อน ๆ นักศึกษา และเจ้าหน้าที่สาขาวิชาบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่มอบกำลังใจ และช่วยอำนวยความสะดวกในการประสานงานในทุก ๆ เรื่องมาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ขอมอบแด่ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว และครูอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้ศึกษา ทำให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ลุล่วงไปได้ ด้วยดี

ธนวัฒน์ เทพนิมิตสุข

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	I
ABSTRACT.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	2
1.5 นิยามศัพท์.....	3
1.6 สมมติฐานของการศึกษา.....	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
2.3 ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด 7Ps.....	9
2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหอพัก.....	11
2.5 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
3.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
3.3 ประชากรและขนาดตัวอย่าง.....	23
3.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	23
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
3.6 กรอบแนวความคิด.....	25

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ ห้ามมิให้ผู้ใดนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ หากฝ่าฝืนจะดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่อไป

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	26
4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	26
4.2 พฤติกรรมการเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	29
4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	35
4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี.....	41
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	52
5.1 สรุป.....	52
5.2 ข้อเสนอแนะ	54
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	58
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	59
ประวัติผู้เขียน	66

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	26
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	27
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....	27
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	28
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	29
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	29
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	30
4.8 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่ผู้เช่าหอพักพักอาศัยอยู่ด้วยในหอพัก.....	30
4.9 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพัก.....	31
4.10 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเช่าหอพัก	31
4.11 จำนวนและร้อยละของราคาค่าเช่าหอพักรายเดือนที่ผู้เช่าหอพักอาศัยอยู่	32
4.12 จำนวนและร้อยละของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในหอพัก	32
4.13 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ผู้เช่าหอพักเปลี่ยนหอพัก ในระยะเวลา 5 ปี.....	33
4.14 จำนวนและร้อยละของสถานที่ใกล้เคียงที่ผู้เช่าหอพักเช่าหอพักอยู่อาศัยในปัจจุบัน	34
4.15 จำนวนและร้อยละของขนาดหอพักที่ผู้เช่าหอพักพักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน	34
4.16 จำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินค่าเช่าหอพักรายเดือนของผู้เช่าหอพัก.....	34
4.17 จำนวนและร้อยละของวิธีการในการทราบข้อมูลเกี่ยวกับหอพักที่ผู้เช่าหอพักเช่าอยู่	35
4.18 ค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อ การตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	36
4.19 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่า หอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	37
4.20 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักใน อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม	37
4.21 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม	39
4.23 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม	40
4.24 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม	40
4.25 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม	41
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะห้องพัก)	45
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	46
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)	47
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	48
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลการ	49
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ	50
4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	51

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

3.1 กรอบแนวความคิด25



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ที่อยู่อาศัย ถือเป็นหนึ่งในสิ่งปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ บุคคลที่มีรายได้สูง รายได้ปานกลาง หรือรายได้น้อย ต่างมีความจำเป็นที่จะต้องมีการอยู่อาศัยทั้งสิ้น ความต้องการที่อยู่อาศัยของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันออกไปตามฐานะเศรษฐกิจทางสังคม โดยเฉพาะในปัจจุบันที่อยู่อาศัยมิได้เป็นเพียงสถานที่พักนอนหลับเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์รวมของครอบครัว ความต้องการที่อยู่อาศัยเป็นเครื่องกระตุ้นหรือเป็นแรงจูงใจให้เกิดการออมทรัพย์ และเป็นการลงทุนในทรัพย์สินเพื่อสร้างรากฐานของครอบครัว ดังนั้นจึงทำให้ที่อยู่อาศัยประเภทต่าง ๆ เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างกัน อาทิเช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด คอนโดมิเนียม หอพัก เป็นต้น ปัจจุบัน โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการเร่งรัดพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ในพื้นที่เขตกรุงเทพและปริมณฑล ส่งผลทำให้ที่ดินในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมีราคาสูงขึ้น อุปสงค์ในที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ที่อยู่อาศัยเริ่มมีลักษณะเป็นสินค้า จึงเกิดธุรกิจที่อยู่อาศัย ธุรกิจหอพักจึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่อยู่อาศัยของประชาชนที่ย้ายถิ่นฐานเพื่อเข้ามาประกอบอาชีพในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เป็นการชั่วคราวในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง

การลงทุนทำหอพักให้เช่าในเขตกรุงเทพและปริมณฑลกำลังอยู่ในความสนใจของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก เนื่องจากการรวมตัวทางด้านอุตสาหกรรมเป็นนิคมอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพและปริมณฑล โดยเฉพาะในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 314 โรงงาน คิดเป็นร้อยละ 14 จากจำนวนโรงงานทั้งหมด 2,121 โรงงาน (Thaiads.com. 2559) และมีอัตราขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนประชากรในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 240,532 คน ความหนาแน่น 2,701.91 คนต่อตารางกิโลเมตร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2557) เมื่อมีโรงงานเพิ่มขึ้นย่อมมีแรงงานที่ต้องการที่พักอาศัยเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นพื้นที่ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมกับการสร้างที่พักอาศัยให้เช่าเพื่อรองรับแรงงานที่เพิ่มขึ้น

จากการเพิ่มขึ้นของประชากรในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ประกอบกับแนวโน้มจำนวนแรงงานที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ที่พักอาศัยรายเดือน และหอพัก ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะห้องพัก ทำเลที่ตั้ง และราคา เกิดขึ้นจำนวนมาก ทำให้ผู้สนใจเช่าพักมีทางเลือกหลากหลาย

เนื่องจากการเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัย
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหอพัก ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการที่พึงอาศัยให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจลงทุนในธุรกิจประเภทนี้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งนำมาช่วยในการตัดสินใจสร้างหอพักและเป็นแนวทางในการปรับปรุงหอพัก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เช่าในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
3. ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพัก ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ไปประกอบแผนการปรับกลยุทธ์และการวางแผนทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาพฤติกรรมของผู้เช่า และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพัก ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เช่าหอพัก
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3. ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้เช่าหอพักที่เช่าหอพักอยู่ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา 4 เดือน คือ ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2559

1.5 นิยามศัพท์

หอพัก หมายถึง อาคารพาณิชย์ (ตึกแถว) หรือ อาคารก่อสร้างที่มีการแบ่งเป็นห้อง ๆ เป็นสัดส่วน ในงานวิจัยนี้ คือ หอพักที่ตั้งอยู่ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

การตัดสินใจเช่าหอพัก หมายถึง กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล ในการเลือกแนวทางปฏิบัติ ที่ถูกต้องเหมาะสม หรือพอใจเพื่อจะนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือแก้ปัญหาได้

ลักษณะหอพัก หมายถึง ลักษณะหอพักที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเช่าหอพัก ประกอบด้วย การออกแบบ ความคงทน ความสวยงามของอาคาร ความสะอาดของหอพัก ห้องน้ำ เครื่องปรับอากาศ เฟอร์นิเจอร์ โทรทัศน์ ร้านสะดวกซื้อและร้านอาหาร ในบริเวณหอพัก ร้านซักรีด หรือเครื่องซักผ้าอัตโนมัติ ระบบรักษาความปลอดภัย

1.6 สมมติฐานของการศึกษา

1. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักด้านลักษณะหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร กระบวนการจัดการ และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
2. อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักด้านลักษณะหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร กระบวนการจัดการ และและด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
3. ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักด้านลักษณะหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร กระบวนการจัดการและด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
4. อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักด้านลักษณะหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร กระบวนการจัดการและด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. รายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักด้านลักษณะห้องพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร กระบวนการจัดการและด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

6. สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักด้านลักษณะห้องพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากร กระบวนการจัดการและด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้ทำการศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎี ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด 7Ps
4. สถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจห้องพัก
5. วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.1.1 ความหมายของการตัดสินใจ

จากการศึกษาความหมายของการตัดสินใจพบว่าผู้มีผู้ให้ความหมายไว้สรุปได้ดังนี้ นภากรณ์ หอมอ่อน (2545: 18) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ ดังนี้

1. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นอยู่กับ คุณลักษณะเฉพาะตัวของผู้ที่ตัดสินใจ ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยม อารมณ์ ทัศนคติ ระดับการศึกษา คุณลักษณะส่วนบุคคลหรือบุคลิกภาพ ความพร้อมหรือวุฒิภาวะ ความเชื่อ ความรู้หรือความรอบรู้ ความเชื่อมั่นในตนเอง ปรัชญาการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล และความต้องการให้ตนเองเป็นศูนย์กลาง

2. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นกับสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ ได้แก่ เวลา สถานที่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี

3. การตัดสินใจของบุคคลจะขึ้นอยู่กับอิทธิพลกลุ่มเพื่อนที่ผู้ทำการตัดสินใจได้คบหาสมาคมอยู่ จะเห็นได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจดังกล่าว จะเริ่มจากปัญหาที่เกิดขึ้น ทางเลือกของปัญหา การประเมินทางเลือกของปัญหา พร้อมทั้งการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2543: 7) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการกระทำอย่างรอบคอบในการเลือกจากทรัพยากรที่มีอยู่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จากความหมายของการตัดสินใจมีแนวคิด 3 ประการคือ

1. การตัดสินใจรวมถึงการเลือก ถ้าหากมีสิ่งเลือกเพียงสิ่งเดียว การตัดสินใจย่อมเป็นไปได้ไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การตัดสินใจเป็นกระบวนการด้านความคิดต้องมีความละเอียดรอบคอบ เพราะอารมณ์และองค์ประกอบของจิตได้สำนึกมีอิทธิพลต่อกระบวนการความคิดนั้น
3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของการกระทำที่มีจุดหมายเพียงให้ได้ผลลัพธ์และความสำเร็จที่ต้องการ

2.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 6) ได้อธิบายว่าปัจจัย 4 ประการด้วยกันที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1. ข้อมูลข่าวสาร (Information) เพราะในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นจำเป็นมากที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า ราคาสินค้า และคุณลักษณะต่างๆ ของตัวสินค้า เป็นต้น ซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ แหล่งที่โฆษณาเพื่อการค้า และแหล่งที่มาจากสังคม เช่น เพื่อน คนรู้จัก ครอบครัว ซึ่งได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือบอกต่อ เป็นต้น
2. สังคมและกลุ่มทางสังคม (Social and group forces) ได้แก่ วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย กลุ่มอ้างอิง สถาบันครอบครัว ชนชั้นสังคม ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
3. แรงผลักดันด้านจิตวิทยา (Psychological forces) ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่จะผลักดันให้เกิดความต้องการซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อ อุปนิสัยในการซื้อ และความภักดีในตราสินค้า เป็นต้น
4. ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situational forces) ได้แก่ เวลาและโอกาส จุดมุ่งหมาย สถานที่ รวมทั้งเงื่อนไขในการซื้อ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า การตัดสินใจนั้นเป็นกระบวนการคิดอย่างมีเหตุมีผล ในการเลือกแนวทางปฏิบัติ ที่ถูกต้องเหมาะสม หรือพอใจเพื่อจะได้นำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ หรือแก้ปัญหาได้ การเลือกที่พหุอรรถก็เช่นกัน เป็นการตัดสินใจอย่างหนึ่งที่จะต้องเลือกตัดสินใจอยู่ในที่พหุเพียงแห่งเดียว จากหลายๆ ทาง ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้บริโภคจะต้องทำการตัดสินใจเลือกหอพักแห่งใดแห่งหนึ่งเท่านั้น สำหรับเป็นที่พักอาศัยชั่วคราวของตน การตัดสินใจเลือกจึงจะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างประกอบการพิจารณาการเลือก เพื่อให้สามารถที่พหุอรรถที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคซึ่งรวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นที่มีส่วนกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว ในงานวิจัยนี้จึงศึกษาพฤติกรรมในการเช่าหอพักของผู้บริโภค ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2.2.2 ความหมายของผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 2) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภค (Consumer) ไว้ว่าผู้บริโภค คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Needs) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) จนทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior)

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Needs) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค
2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่จะต้องมีอำนาจซื้อด้วย ถ้ามีเพียงความต้องการแล้วไม่มีอำนาจซื้อจะยังไม่ใช่ผู้บริโภคของสินค้านั้น เพราะฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงต้องวิเคราะห์ไปที่รายได้ หรือตัวเงินของผู้บริโภคด้วย
3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อแล้วจะเกิดพฤติกรรมการซื้อ เป็นต้นว่าผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใครเป็นคนซื้อใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้อมากน้อยแค่ไหน ซื้อบ่อยแค่ไหน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และรูปแบบในการซื้อ

2.2.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

ชัยเชษฐ โสพิมพา. (2558). ได้ให้ความหมาย 6W1H Analysis Model คือ เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ธุรกิจสามารถรู้ถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนที่จะเริ่มหรือปรับปรุงธุรกิจการจะขายสินค้าหรือบริการ จำเป็นต้องมีการศึกษาถึงพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะทราบว่าสินค้าหรือบริการของนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หรือไม่ ซึ่งหากผู้ประกอบการยังไม่ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถใช้หลักการ 6W1H เป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) เป็นการศึกษาถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาและพฤติกรรม เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาทัศนคติ สถานที่ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยระบุขอบเขตของธุรกิจได้ชัดเจน เพื่อที่จะสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านต่างๆ อย่างเหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้

2. What (ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร) เป็นการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น ตราสินค้าองค์ประกอบผลิตภัณฑ์หีบห่อ คุณสมบัติตัวสินค้าที่ตรงตามความต้องการ เป็นต้น เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงหรือส่งเสริมสินค้าและบริการ ทั้งในด้านรูปลักษณ์ของสินค้า คุณภาพสินค้า อีกทั้งยังสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งซึ่งมีความแตกต่างจากตราสินค้าอื่นๆ

3. Where (ช่องทางในการซื้อ) ช่องทางหรือสถานที่ที่ผู้บริโภคเข้าไปซื้อสินค้า หรือคือสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายมักชอบ ไปซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญหากทราบว่ากลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าจากที่ไหน จะทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าไปสู่แหล่งตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. Why (ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อ) เป็นการศึกษาหาเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ เช่น ซื้อเพื่อตอบสนองตามความต้องการ ซื้อเพื่อตอบสนองปัจจัยพื้นฐาน หรือการซื้อเพื่อเข้าสังคม

5. When (โอกาสในการซื้อหรือจะซื้อเมื่อไหร่) เป็นการคำนึงถึงสินค้าว่าเป็นสินค้ามีช่วงเวลาในการซื้อขายหรือไม่ อาจเป็นช่วงเทศกาลหรือเป็นสินค้าที่ขายได้ทั่วไป

6. Whom (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้า) บางครั้งลูกค้าไม่ได้ซื้อเพราะความต้องการของตนเองเพียงอย่างเดียว อาจมีบุคคลอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อ

7. How (ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้ออย่างไร) สินค้าที่ขายกันตามท้องตลาดทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อต่างกันการวิเคราะห์ถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จะแบ่งขั้นตอนได้ดังนี้

7.1 การรับรู้ปัญหา เป็นการรับรู้ว่าจะหากไม่มีสินค้าหรือบริการดังกล่าวจะมีผลกระทบอย่างไรต่อชีวิต การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเป็นสิ่งกระตุ้นภายในร่างกายหรือนักการตลาดอาจสร้างสิ่งกระตุ้นดังกล่าวเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้น ได้ซึ่งในบางครั้งความต้องการนั้นยังไม่ถึงระดับที่จะทำให้เกิดการกระทำ

7.2 การหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วจะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้านำราคาสินค้า สถานที่จำหน่ายและข้อเสนอพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการหลายๆ ยี่ห้อ นักการตลาดควรจะสนใจถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคจะหาข้อมูล และ

เอกลักษณ์พิเศษของแหล่งข้อมูลที่จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.3 ประเมินทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารจะนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเลือกโดยจะพิจารณาลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อต่าง ๆ ที่ได้รับข้อมูลมาทำการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของแต่ละยี่ห้อ และเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตนตั้งใจไว้ โดยจะมีเรื่องของความจงรักภักดีต่อตรายี่ห้อและเรื่องของทัศนคติต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยก่อนที่จะตัดสินใจ

7.4 การตัดสินใจซื้อ เมื่อผ่านขั้นของการประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อตรายี่ห้อที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุดที่ตั้งใจจะซื้อ นั่นคือผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจที่จะซื้อขึ้น อย่างไรก็ตามเมื่อถึงเวลาที่จะทำการซื้อจริง ๆ อาจมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามามีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีก

7.5 ความรู้สึกหลังการซื้อ พฤติกรรมและความรู้สึกหลังการซื้ออาจจะเป็นแง่บวกหรือแง่ลบก็ได้ เนื่องจากหากผู้บริโภคซื้อสินค้าไปแล้วเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าก็จะมี การซื้อซ้ำอีกในคราวต่อไป หรือหากประทับใจก็จะเกิดความภักดีต่อสินค้าและบอกต่อแก่คนรู้จัก ดังนั้นนักการตลาดจะต้องคอยติดตามความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ หลังการใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมต่อไป

ดังนั้นในการทำธุรกิจ อันดับแรกควรต้องทำความเข้าใจผู้บริโภคด้วยการวิเคราะห์พฤติกรรม ใน 6W1H เพราะเป็นส่วนสำคัญมากในการตัดสินใจว่าจะประกอบธุรกิจอะไร หรือมีแนวทางในการดำเนินและวางกลยุทธ์ธุรกิจอย่างไรเพื่อสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ

2.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

ซีริกตี นวรัตน ณ อุชยา (2549) ได้อธิบายการใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ที่มีการพัฒนาขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 นั้นนักการตลาด พบว่ายังมีมุมมองที่ค่อนข้างแคบที่จะใช้ในการอธิบายตลาดบริการ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าทั่วไปได้ครบถ้วน จึงมีการเสนอแนวคิด 7Ps เพื่อใช้ในการอธิบายส่วนประสมทางการตลาดบริการซึ่งจะมีการเพิ่มเติมจากองค์ประกอบรวมเป็น 7 ส่วน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตน ประกอบด้วยสินค้าบริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้าจึงจะสามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

1.2 ความแตกต่างทางการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 พิจารณาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ ตราสินค้า คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

1.4 การกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่และมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น

1.6 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนผสมผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือในการสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า และผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ คือ

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอขายข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ และบริการหรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณาและยุทธวิธีการโฆษณาและกลยุทธ์สื่อ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย และการจัดการหน่วยขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่มีการส่งเสริมการขาย นอกเหนือจากงานโฆษณา การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ การกระตุ้นผู้บริโภค การกระตุ้นคนกลาง และการกระตุ้นพนักงานขาย

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดที่จะเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นได้ การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) และการตลาดเชื่อมโยงออนไลน์โดยตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อที่สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่ใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย การขายทางโทรทัศน์ จดหมาย แคตตาล็อก และการขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. กระบวนการจัดการ (Process Management) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการบริการกับลูกค้า ได้รวดเร็วและประทับใจ (Customer Satisfaction)

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยการพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) ตัวอย่างเช่น หอพักต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวกความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ

2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับหอพัก

2.4.1 ความหมาย

หอพัก หมายถึง สถานที่ให้เช่าพักเชิงพาณิชย์ที่มีนักเรียนหรือนักศึกษา ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี และศึกษาอยู่ไม่เกินระดับปริญญาตรี เปิดให้เข้าพักตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป มีการเรียกเก็บค่าตอบแทนจากผู้เข้าพัก และไม่ใช้หอพักที่ดำเนินการโดยสถานศึกษา ส่วนมากหอพักจะมีขนาดเล็กและราคาเช่าถูกลงกว่าพาร์ทเมนท์ (Hometophit. Com. 2559)

2.4.2 ข้อควรทราบเกี่ยวกับพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2558

หอพัก หมายความว่า สถานที่ที่รับผู้พักตามพระราชบัญญัตินี้เข้าพักอาศัยโดยมีการเรียกเก็บค่าเช่า (มาตรา 4)

1. ลักษณะหอพักมี 2 แบบ (มาตรา 4)

1.1 หอพักสถานศึกษาคือหอพักที่ผู้ประกอบกิจการหอพักเป็นสถานศึกษาที่จัด

การศึกษาในระบบตามกฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 หอพักเอกชนคือหอพักที่ผู้ประกอบการหอพักเป็นบุคคลทั่วไปซึ่งไม่ใช่สถานศึกษา

2.4.3 คุณสมบัติและหน้าที่ผู้ประกอบการหอพักสถานศึกษาและหอพักเอกชน

1. หอพักสถานศึกษา

1.1 สถานศึกษาใดประสงค์จะประกอบการหอพักต้องได้รับใบอนุญาตจากนายทะเบียนตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกระทรวง (มาตรา 27)

1.2 หอพักสถานศึกษาที่จะได้รับใบอนุญาตต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงซึ่งอย่างน้อยต้องประกอบด้วย

1.2.1 ชื่อและประเภทของหอพัก

1.2.2 สถานที่ตั้งสิ่งแวดล้อมและสุขลักษณะของหอพัก

1.2.3 ห้องนอนห้องน้ำและห้องส้วม

1.2.4 สถานที่สำหรับรับประทานอาหารหรือต้อนรับผู้เยี่ยมเยียนและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นสำหรับผู้พัก

1.2.5 ระบบสาธารณูปโภคและระบบการรักษาความปลอดภัย

2. หอพักเอกชนผู้ประกอบการหอพักเอกชนที่ประสงค์จะยื่นขอรับใบอนุญาตต้องมีคุณสมบัติดังนี้

2.1 มีภูมิลำเนาหรือถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร

2.2 มีอายุไม่ต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์

2.3 ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

2.4 ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสียหรือบกพร่องในศีลธรรมอันดี

2.5 ไม่เคยได้รับโทษจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกเว้นแต่เป็นโทษสำหรับความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

2.6 ไม่เคยต้องคำพิพากษาถึงที่สุดว่าเป็นผู้กระทำความผิดในความผิดเกี่ยวกับเพศตามประมวลกฎหมายอาญาความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองเด็กความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการค้าประเวณีความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์ความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการพนันหรือความผิดตามกฎหมายเกี่ยวกับยาเสพติด

2.7 ไม่เคยถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบการหอพักในระยะเวลาห้าปีก่อนวันขอรับใบอนุญาต

2.8 ในกรณีที่ผู้ขอรับใบอนุญาตเป็นห้างหุ้นส่วนหรือนิติบุคคลผู้เป็นหุ้นส่วนผู้จัดการผู้จัดการหรือผู้แทนของนิติบุคคลนั้นต้องมีคุณสมบัติดังกล่าวตามข้างต้นเช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.4 ผู้ประกอบกิจการหอพักสถานศึกษาและหอพักเอกชนมีหน้าที่ดังนี้

1. แสดงใบอนุญาตประกอบกิจการหอพักไว้ในที่เปิดเผยเห็นได้ง่าย (มาตรา 42)
2. จัดให้มีการประกันภัยเพื่อคุ้มครองชีวิตร่างกายและทรัพย์สินของผู้พักตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา (มาตรา 57)
3. ผู้ประกอบกิจการหอพักสถานศึกษาที่รับผู้พักซึ่งอยู่ในระหว่างการศึกษาขั้นพื้นฐานต้องจัดให้มีอาหารที่ถูกอนามัยและเพียงพอสำหรับผู้พักอย่างน้อยวันละสองมื้อ (มาตรา 58)
4. จัดให้มีระเบียบประจำหอพักปิดประกาศไว้โดยเปิดเผยเห็นได้ง่ายภายในหอพัก (มาตรา 59)
5. จัดให้มีป้ายชื่อเป็นอักษรไทยซึ่งมีคำว่า “หอพัก” นำหน้าและตามด้วยประเภทของหอพักโดยป้ายดังกล่าวต้องมีขนาดที่เหมาะสมและติดไว้ ณ หอพักในที่เปิดเผยและเห็นได้ง่ายจากภายนอกหอพัก (มาตรา 60)
6. จัดให้มีการตรวจสอบประวัติของพนักงานที่จะรับเข้าทำงานในหอพักว่าไม่มีประวัติอาชญากรรมและไม่เป็นโรคติดต่อหรือน่ารังเกียจตามที่คณะกรรมการกำหนดและคนดูแลห้องพักของหอพักหญิงต้องเป็นหญิง (มาตรา 61)
7. ผู้ประกอบกิจการหอพักต้องเก็บรักษาทะเบียนผู้พักไว้เป็นเวลาอย่างน้อยสองปีนับแต่วันที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง โดยจะเก็บไว้ในรูปของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์หรือรูปแบบใดก็ได้และต้องให้อยู่ในสภาพที่ตรวจสอบได้

2.4.5 ผู้ประกอบกิจการหอพักและผู้จัดการหอพัก(ผู้จัดการหอพักสถานศึกษา, ผู้จัดการหอพักเอกชน)มีหน้าที่และความรับผิดชอบร่วมกันดังต่อไปนี้ (มาตรา 62)

1. ดูแลรักษาสภาพของหอพักให้มีความมั่นคงแข็งแรงและมีระบบการป้องกันอัคคีภัยให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร-ดูแลรักษาความสะอาดด้านสุขลักษณะและอนามัยของหอพักให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข
2. จัดให้มียาและเวชภัณฑ์ที่จำเป็นไว้ในหอพักเพื่อให้ความช่วยเหลือเบื้องต้นแก่ผู้พักที่เจ็บป่วย
3. จัดให้มีแผนผังแสดงทางหนีไฟในแต่ละชั้นของหอพักและห้องพักทุกห้องและป้ายทางออกฉุกเฉินไว้ในแต่ละชั้นของหอพัก
4. ดูแลและอำนวยความสะดวกให้กับผู้พักในกรณีเกิดอัคคีภัยอุทกภัยหรือเกิดอันตรายใดๆขึ้นและอาจมีผลกระทบต่อผู้พัก

2.4.6 คุณสมบัติและหน้าที่ผู้จัดการหอพักสถานศึกษาและหอพักเอกชน

1. ผู้จัดการหอพักสถานศึกษาและผู้จัดการหอพักเอกชนจะต้องมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับผู้ประกอบกิจการหอพัก (มาตรา 50 และ 51) แต่ผู้จัดการหอพักที่จะขอรับใบอนุญาตจะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 30 ปีบริบูรณ์
- ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผู้จัดการหอพักมีหน้าที่ควบคุมดูแลหอพักในกรณีที่ผู้จัดการหอพักไม่อยู่หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ให้ผู้ประกอบการหอพักแต่งตั้งผู้อื่นปฏิบัติหน้าที่แทนและแจ้งให้นายทะเบียนทราบภายใน 15 วัน นับแต่วันที่มีการแต่งตั้งผู้ปฏิบัติหน้าที่แทน (มาตรา 48)

3. ผู้จัดการหอพักสถานศึกษาต้องได้รับแต่งตั้งจากสถานศึกษาโดยผู้ประกอบการหอพักสถานศึกษาต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้รับใบอนุญาตประกอบการกิจการหอพัก (มาตรา 49)

4. ผู้จัดการหอพักเอกชนต้องแสดงใบอนุญาตผู้จัดการหอพักไว้ในที่เปิดเผยและเห็นได้ง่ายณหอพักนั้น (มาตรา 53)

5. ผู้จัดการหอพักสถานศึกษาและหอพักเอกชนต้องจัดทำทะเบียนผู้พักแต่ละรายและส่งให้แก่นายทะเบียนทราบภายในเจ็ดวันนับแต่วันที่มีการทำสัญญาเช่าหรือสัญญาเช่าสิ้นสุดลง

2.4.7 ผู้จัดการหอพักสถานศึกษาและหอพักเอกชนมีหน้าที่ดังต่อไปนี้ (มาตรา 64)

1. ดูแลไม่ให้บุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้พักเข้าไปในห้องพักเว้นแต่ได้รับอนุญาตจากผู้จัดการหอพัก

2. ดูแลไม่ให้มีการเล่นการพนันเสพสุราหรือยาเสพติดในหอพัก

3. ดูแลไม่ให้มีการกระทำการอันควรเชื่อได้ว่ามีการสมคบกันหรือร่วมกันกระทำการอันมิชอบด้วยกฎหมาย

4. ไม่ให้ผู้พักก่อความรำคาญแก่ผู้พักอื่นหรือผู้ที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงกับหอพัก

5. ให้ความช่วยเหลือและแจ้งให้บิดามารดาหรือผู้ปกครองของผู้พักทราบโดยทันทีในกรณีที่ปรากฏว่าผู้พักได้รับอันตรายเพราะเจ็บป่วยหรือเหตุอื่นใด

6. แจ้งให้บิดามารดาหรือผู้ปกครองของผู้พักทราบในกรณีที่ผู้พักไปพักที่อื่นโดยไม่แจ้งให้ทราบ

2.4.8 การจัดทำสัญญาเช่าหรือการเรียกเก็บเงินค่าเช่าล่วงหน้าและการเรียกเก็บเงินประกัน

1. ผู้ประกอบการกิจการหอพักต้องทำสัญญาเช่าเป็นหนังสือระหว่างผู้ประกอบการกิจการหอพักและผู้พักตามแบบที่คณะกรรมการประกาศกำหนดซึ่งอย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้ (มาตรา 9)

1.1 ชื่อและที่อยู่ของผู้ประกอบการกิจการหอพักและผู้พัก

1.2 วันที่ทำสัญญา

1.3 ระยะเวลาการเข้าพักซึ่งต้องไม่น้อยกว่าหนึ่งภาคการศึกษาหรือตามระยะเวลาที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

1.4 ความยินยอมของผู้ปกครองในกรณีที่ผู้พักเป็นผู้เยาว์

1.5 ผู้ประกอบการกิจการหอพักอาจเรียกเก็บเงินค่าเช่าล่วงหน้าได้ไม่เกินอัตราค่าเช่าสามเดือนโดยให้นำเงินค่าเช่าล่วงหน้าดังกล่าวชำระเป็นค่าเช่าสามเดือนสุดท้ายของสัญญาเช่าและใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรณีและผู้พักขอเลิกสัญญาก่อนครบกำหนดเวลาตามสัญญาเช่าผู้พักจะขอเงินค่าเช่าล่วงหน้าคืนจากผู้ประกอบกิจการหอพักไม่ได้ (มาตรา 10)

1.6 ผู้ประกอบกิจการหอพักอาจเรียกเก็บเงินประกันได้ไม่เกินอัตราค่าเช่าหนึ่งเดือนและผู้ประกอบกิจการหอพักต้องคืนเงินประกันหลักจากได้หักค่าเสียหายแล้วคืนให้แก่ผู้พักในวันที่สัญญาเช่าสิ้นสุดลง (มาตรา 11)

2.4.9 อายุของใบอนุญาตและการเลิกกิจการ

1. ใบอนุญาตประกอบกิจการหอพักเอกชนให้มีอายุ 5 ปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต
2. ใบอนุญาตผู้จัดการหอพักเอกชนให้มีอายุ 2 ปีนับแต่วันที่ออกใบอนุญาต (มาตรา 52)
การขอต่ออายุใบอนุญาตให้ยื่นคำขอต่อนายทะเบียนก่อนวันที่ใบอนุญาตสิ้นสุดเมื่อได้ยื่นคำขอแล้วให้ถือว่าผู้ยื่นคำขออยู่ในฐานะผู้รับใบอนุญาตจนกว่าจะมีคำสั่งถึงที่สุด ไม่อนุญาตให้ต่อใบอนุญาต
3. ใบอนุญาตประกอบกิจการหอพักสถานศึกษาสิ้นสุดผลเมื่อผู้ประกอบกิจการหอพักถูกเพิกถอนใบอนุญาตให้ตั้งสถานศึกษาหรือเลิกกิจการ
4. ผู้ประกอบการหอพักเอกชนเป็นห้างหุ้นส่วนหรือนิติบุคคลให้ใบอนุญาตสิ้นอายุนับแต่วันที่มีการเลิกห้างหุ้นส่วนหรือนิติบุคคลนั้นสิ้นสภาพและให้ผู้ชำระบัญชีของผู้ประกอบกับคืนเงินค่าเช่าล่วงหน้าหรือเงินประกันแล้วแต่กรณีให้แก่ผู้พักตามจำนวนที่เหลืออยู่หลังจากหักเป็นค่าเช่าหรือค่าเสียหาย (มาตรา 40)
5. ผู้ประกอบกิจการหอพักต้องแจ้งให้ผู้พักทราบถึงเหตุที่จะเลิกกิจการหอพักประกอบกับคืนเงินค่าเช่าล่วงหน้าหรือเงินประกันแล้วแต่กรณีให้แก่ผู้พักให้แล้วเสร็จและยื่นคำขอเลิกกิจการต่อนายทะเบียนล่วงหน้าไม่น้อยกว่าเก้าสิบวันก่อนวันเลิกประกอบกิจการ (มาตรา 46)

2.4.10 การโอนใบอนุญาต

1. การโอนใบอนุญาตประกอบกิจการหอพักสถานศึกษาต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนและต้องโอนให้แก่สถานศึกษาด้วยกันเท่านั้นและผู้รับโอนใบอนุญาตต้องรับโอนทั้งสิทธิและหน้าที่ที่ผู้ประกอบกิจการหอพักเดิมมีต่อผู้พัก (มาตรา 31)
2. การโอนใบอนุญาตประกอบกิจการหอพักเอกชนต้องได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนและการโอนใบอนุญาตต้องโอนให้แก่บุคคลซึ่งมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 35 หรือสถานศึกษาในกรณีที่โอนใบอนุญาตให้แก่สถานศึกษาให้นายทะเบียนเปลี่ยนใบอนุญาตของหอพักดังกล่าวเป็นใบอนุญาตประกอบกิจการหอพักสถานศึกษา (มาตรา 38)

2.4.11 กรณีที่ผู้ประกอบกิจการหอพักเอกชนถึงแก่ความตาย (มาตรา 39)

กรณีทายาทมีความประสงค์จะประกอบกิจการหอพักต่อไปถ้าทายาทมีหลายคนให้ทายาทตกลงตั้งทายาทคนหนึ่งซึ่งมีคุณสมบัติตามมาตรา 35 ยื่นคำขอต่อนายทะเบียนเพื่อขอรับโอนใบอนุญาตภายในหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่ผู้ประกอบกิจการหอพักถึงแก่ความตายถ้ามิได้ยื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในกระบวนการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
คำขอภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ถือว่าใบอนุญาตสิ้นสุดอายุและถือว่าไม่ประสงค์จะประกอบกิจการ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หอพักต่อไปให้ผู้จัดการมรดกหรือทายาทของผู้ประกอบการหอพักนั้นคืนเงินค่าเช่าล่วงหน้าหรือเงินประกันให้แก่ผู้พักตามจำนวนที่เหลืออยู่หลังจากหักเป็นค่าเช่าหรือค่าเสียหาย

2.4.12 สิทธิประโยชน์และการสนับสนุน

1. หอพักสถานศึกษาให้ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการประกอบการหอพักตามพระราชบัญญัติและอาจได้รับสิทธิประโยชน์และการสนับสนุนตามมาตรา 41 ด้วย (มาตรา 29)

2. หอพักสถานศึกษาเพื่อประโยชน์ในด้านการศึกษากองทัพอากาศหรือการกีฬาอาจรับบุคคลทั่วไปเข้าพักเป็นการชั่วคราวได้ในระหว่างปิดภาคการศึกษาที่ไม่มีผู้พัก (มาตรา 30)

3. หอพักเอกชนที่ได้รับการประกาศเกียรติคุณจากคณะกรรมการอาจได้รับสิทธิประโยชน์และการสนับสนุน (มาตรา 41) ดังต่อไปนี้

3.1 สิทธิที่จะได้รับลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีเงินได้เป็นกรณีพิเศษจากการประกอบการหอพักโดยตราเป็นพระราชกฤษฎีกาตามประมวลรัษฎากร

3.2 ลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีโรงเรือนและที่ดินภาษีป้ายหรือภาษีอื่นใดในทำนองเดียวกันทั้งนี้ตามที่กฎหมายว่าด้วยภาษ้นั้นกำหนด

3.3 การสนับสนุนด้านการเงินหรือวัสดุอุปกรณ์

3.4 การสนับสนุนด้านอื่นๆตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

การประกาศเกียรติคุณและการได้รับการสนับสนุนตาม 3 และ 4 ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

2.4.13 บทกำหนดโทษ

1. หอพักที่ไม่ได้ขออนุญาตหรือไม่จดทะเบียน

1.1 ใช้คำว่า “หอพัก” ในสถานที่ของคนโดยไม่ได้รับใบอนุญาตประกอบการหอพักต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทและปรับอีกวันละไม่เกินห้าพันบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่

1.2 สถานศึกษาใดฝ่าฝืนประกอบการโดยไม่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทและปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่

1.3 ผู้ประกอบการหอพักโดยไม่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับและปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่

2. ผู้ประกอบการหอพักและผู้จัดการหอพักฝ่าฝืนกรณีดังต่อไปนี้

2.1 รับผู้พักที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาชายหญิงปะปนกันในหอพักต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ไม่จัดทำสัญญาเช่าเป็นหนังสือซึ่งมีรายการตามแบบที่คณะกรรมการประกาศกำหนดต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

2.3 เรียกเก็บเงินค่าเช่าล่วงหน้าหรือเงินประกันเกินอัตราหรือไม่นำเงินค่าเช่าล่วงหน้าหักเป็นค่าเช่าต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท

2.4 ไม่คืนค่าเช่าล่วงหน้าหรือเงินประกันให้แก่ผู้พักตามหลักเกณฑ์และระยะเวลาที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้ต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทและปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งพันบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่

2.5 รับผู้พักที่ไม่ใช่ นักเรียน/นักศึกษาปะปนกับผู้พักที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาในหอพักเดียวกันต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปีหรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับและปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่

2.6 ไม่แสดงใบอนุญาตไว้ในที่เปิดเผยและเห็นได้ง่ายณหอพักนั้นหรือในกรณีใบอนุญาตสูญหายหรือถูกทำลายและไม่แจ้งต่อนายทะเบียนภายในสิบห้าวันต้องระวางโทษปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท

2.7 ดัดแปลงหอพักโดยไม่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

2.8 เปลี่ยนชื่อหรือประเภทของหอพักโดยไม่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองหมื่นบาทและปรับอีกวันละไม่เกินสองพันบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่

2.9 ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้จัดการหอพักโดยไม่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

2.10 ไม่จัดให้มีการประกันภัยเพื่อคุ้มครองชีวิตร่างกายและทรัพย์สินของผู้พักตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนดต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามแสนบาท

2.11 ไม่มีระเบียบหอพักหรือไม่มีป้ายชื่อหอพักตามที่กำหนดในพระราชบัญญัตินี้ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท

2.12 ขัดขวางหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของนายทะเบียนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่หรือไม่อำนวยความสะดวกแก่นายทะเบียนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

2.5 วรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุเทพ เชื้อสุวรรณ (2550) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในเขตเทศบาลนครระยอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก และเปรียบเทียบเอกสารที่มีเอกสารที่ส่งมาแจ้งหลักการใช้งบเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่องศาแต่ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และรายได้ต่อเดือน โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 331 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนผลจากการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุภิดา ผดุงขวัญ (2551) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาปัจจัยแวดล้อมและระดับการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนครและเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน โดยรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมจำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test, F-test และ LSD ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยแวดล้อมของหอพักที่พนักงานต้องการเช่า พบว่าส่วนใหญ่ต้องการให้หอพักอยู่ใกล้ร้านค้าสะดวกซื้อ รองลงมาคือให้มีแสงสว่างบริเวณรอบหอพัก ไม่มีความแออัดในชุมชน ไม่มีมลภาวะทางอากาศ และทางเสีย มีแม่บ้านดูแลรักษาความสะอาดให้มีการรักษาความปลอดภัย มีรถโดยสารผ่าน อยู่ใกล้สวนหย่อม สนามกีฬา และมีห้องพักผ่อนรวม ส่วนการศึกษาระดับการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานในภาพรวม มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเมื่อวิเคราะห์โดยละเอียด พบว่าด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กาญจนา บุญศักดิ์ (2554) ศึกษาการเลือกอยู่หอพักของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกอยู่หอพักของนักศึกษา และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกอยู่หอพักของนักศึกษากลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่อาศัยหอพักสถาบันและหอพักเอกชนที่ขึ้นทะเบียนเขตลาดกระบังจำนวน 357 คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดแต่ละหอพักโดยใช้ตาราง Krejcie and Morgan และสุ่มอย่างง่ายโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกอยู่หอพักของนักศึกษาเป็นคำถามวัดระดับประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกอยู่หอพัก

ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านกฎระเบียบ ด้านอาคารสถานที่ ด้านบริการ และสวัสดิการและอยู่ในระดับปานกลาง มี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นพบว่านักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกอยู่หอพักด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชายส่วนปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคา ด้านบริการและสวัสดิการ ด้านกฎระเบียบและด้านความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

กุลดา ทับรอด (2554) ศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักในเขตลาดกระบังของพนักงานสนามบินสุวรรณภูมิ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพัก จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test, F-test และ LSD ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท พักอาศัยอยู่กับเพื่อนร่วมงาน การเลือกหอพักอาศัยตัดสินใจด้วยตนเอง เลือกลักษณะหอพักอยู่ใกล้ถนนใหญ่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายในหอ คือ เตียง ต้องการห้องพักขนาด 21 – 25 ตารางเมตร ราคาห้องพักระหว่าง 2,500 – 3,500 บาทต่อเดือน สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการภายนอกหอพักคือ สถานที่จอดรถ และได้รับทราบข้อมูลหอพักจากเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจพบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยที่ไว้วางใจได้ ด้านราคาเน้นเรื่องราคาเหมาะสมกับสถานที่ตั้ง และราคาค่าสาธารณูปโภคที่ไม่สูงจนเกินไป ด้านช่องทางการจำหน่ายให้ความสำคัญเรื่องทำเลที่ตั้ง ทางเข้า-ออก ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการอินเทอร์เน็ตและเคเบิลทีวีฟรีตามระยะเวลาที่กำหนด ด้านกระบวนการจัดการให้ความสำคัญในเรื่องความรวดเร็วในการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญเรื่องความพร้อมของสาธารณูปโภคเพียงพอแก่ผู้พักอาศัย และมีระบบมาตรฐานความปลอดภัยในการเข้า-ออกหอพัก

จินดารัตน์ พยุงวงษ์ (2554) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจห้องแถวให้เช่าในเขตตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าห้องแถว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเช่าห้องแถวในตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี การประเมินความเป็นไปได้ทางการเงินสำหรับการลงทุนในธุรกิจห้องแถวให้เช่า รวมถึงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ โดยได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 23– 37 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับมัธยมปลายหรือ ปวช. มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้

เฉลี่ยระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ในด้านพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกห้องเช่าด้วยตนเอง มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ คือ พัดลม และมีค่าเช่าเดือนละ 1,501 – 2,000 บาท ราคาค่าไฟ หน่วยละ 6 บาท และราคาค่าน้ำต่อหน่วย 25 บาท ส่วนใหญ่ไม่เปลี่ยนห้องแถวภายใน 2 ปี แต่กลุ่มตัวอย่างที่เปลี่ยนห้องแถวใหม่ มีเหตุผลอยู่ 2 ประการ คือ ไกลจากสถานที่ทำงาน ทำให้ไม่สะดวกในการเดินทาง และความปลอดภัยของที่พักอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงสุด คือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านบุคคลตามลำดับ สำหรับในด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเรื่องต้องมีห้องน้ำในที่พัก ด้านราคาให้ความสำคัญเรื่องราคาห้องเช่า ด้านทำเลที่ตั้งให้ความสำคัญเรื่องมีความสะดวกในการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญเรื่องการลดค่าเช่า สำหรับด้านการลงทุนใช้งบประมาณ 4,419,000 บาท กำหนดอายุโครงการไว้ 20 ปี โดยพิจารณาตัวชี้วัดทางการเงิน 3 ประเภท คือ ระยะเวลาการคืนทุน มีระยะเวลาคืนทุนภายใน 13 ปี 3 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ -1,497,888 บาท และอัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 50 จากตัวชี้วัดทางการเงินจะเห็นได้ว่าโครงการนี้ไม่คุ้มค่าการลงทุน และการทดสอบความอ่อนไหวของโครงการ ได้แก่ ในกรณีเมื่อมีรายได้ของโครงการลดลงร้อยละ 10.00 แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้ไม่คุ้มค่าการลงทุน

สุนิศา ศิริชนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ที่อาศัยในหอพักเอกชนจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมเช่าหอพักของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่หอพักในช่วง 22:01.-02:00 น. กลับบ้าน 1 ครั้งต่อเดือน เล่นเกมหรืออินเทอร์เน็ตเวลาอยู่หอพัก นอกเหนือจากกิจวัตรประจำวัน เหตุผลที่เลือกเช่าหอพักภายนอกมหาวิทยาลัย คือ มีความสะดวกสบายมากกว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักมากที่สุด คือ ตัวเอง นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านลักษณะหอพักด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย โดยผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยจากข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้เช่าหอพัก พฤติกรรมในการเช่าหอพักของผู้เช่าหอพัก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพัก โดยเก็บข้อมูลจากประชากรที่เช่าหอพักอยู่ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับหอพัก โดยการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่ค้นคว้ามาก่อนจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ การศึกษาอิสระ บทความ วารสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.2 เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งการพิจารณาออกเป็น ปัจจัยด้านลักษณะหอพัก ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคลากร ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

3.3 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษา คือ ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในหอพัก อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีการพักอาศัยจำนวนมาก ดังนั้นจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณ โดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2538) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% และค่าสัดส่วนประชากร 0.5

สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2} \quad (3.1)$$

โดย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่น (ในกรณีการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับร้อยละ 95 ค่า Z จากการเปิดตารางมีค่าเท่ากับ 1.96)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5)

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ผลดังต่อไปนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 385$$

ดังนั้นจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

3.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้จะใช้หลักการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ในการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโอกาสที่จะถูกเลือกในการตอบแบบเท่า ๆ กัน โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การเลือกพื้นที่สำหรับการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบเจาะจง (Purposive หรือ Judgmental Sampling) โดยการเลือกหอพักมา 5 แห่ง จากจำนวนหอพักทั้งหมดในอำเภอปากเกร็ด จำนวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งหมด 245 แห่ง (Renthub.in.th) โดยพิจารณาจากขนาดของห้องพัก โดยเลือกห้องพักที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 5 อันดับ ได้แก่

- 1.1 หอพัก เอสซีเมซง ซอยแจ้งวัฒนะ ถนนแจ้งวัฒนะ ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
- 1.2 แกรนด์เซเว่นเพลส ถนนภูมิเวช ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
- 1.3 The Trust ซอยเลี้ยวเมืองปากเกร็ด 29 ต.บางพูด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
- 1.4 หอพักพารวย ซอยแจ้งวัฒนะปากเกร็ด 30 ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
- 1.5 หอพักเมืองเซลิเซ่ ซอยสหกรณ์ ต.บางพูด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
2. สุ่มตัวอย่างแบบโควต้า โดยทำการเก็บข้อมูลจากห้องพักแต่ละแห่งจำนวนเท่ากันแห่งละ 77 คน
3. สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ คือ ผู้เข้าพักในสถานที่ที่กำหนดที่มีความยินดีและเต็มใจตอบแบบสอบถามจนครบ 385 คน

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ไคสแควร์ (Chi-Square) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ และพฤติกรรมการเช่าห้องพักของผู้เข้าพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อหาความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS
2. ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะห้องพัก ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ทำการวิเคราะห์โดยแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัย จากสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

สำคัญมากที่สุด	5	คะแนน
สำคัญมาก	4	คะแนน
สำคัญปานกลาง	3	คะแนน
สำคัญน้อย	2	คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	1	คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา ระดับความสำคัญของปัจจัยของประชากรที่อาศัยอยู่ในหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

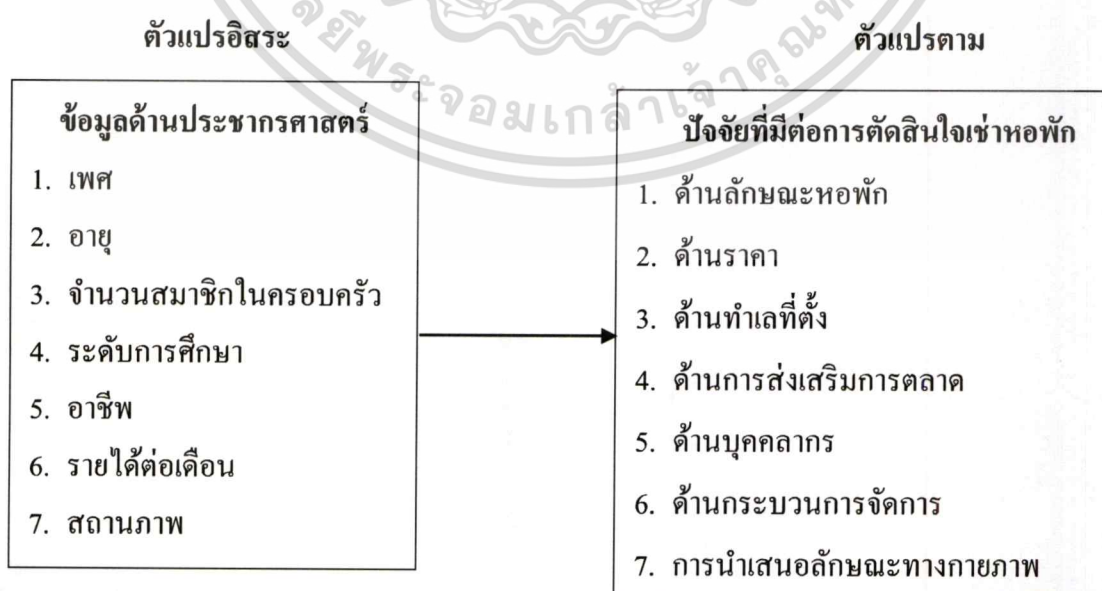
$$\begin{aligned} \text{ระดับ} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned} \quad (3.2)$$

ซึ่งทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00	หมายถึง ความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.40-4.19	หมายถึง ความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.60-3.39	หมายถึง ความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.80-2.59	หมายถึง ความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.79	หมายถึง ความสำคัญน้อยที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐานด้วย ไคสแควร์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

3.6 กรอบแนวความคิด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับภาพที่ 3.1 กรอบแนวความคิดการศึกษาญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เช่าหอพักและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของหอพัก ผลจากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากจำนวน 385 คน แบ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ ออกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมในการเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเช่าหอพักของประชากรในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

4.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 เพศ

จากการศึกษาลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่ในหอพัก ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 และเป็นเพศชาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	219	56.9
ชาย	166	43.1
รวม	385	100.0

4.1.2 อายุ

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25 – 34 ปี มากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา คือ ช่วงอายุระหว่าง 15 – 24 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับช่วงอายุระหว่าง 35 – 44 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ส่วนช่วงอายุระหว่าง 45 – 54 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 (ตารางที่ 4.2) ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไปนั้น มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง ซึ่งมักจะมีความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโดมิเนียม เป็นต้น จึงไม่มีความจำเป็นต้องเช่าหอพัก

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15 – 24 ปี	83	21.6
25 – 34 ปี	159	41.3
35 – 44 ปี	81	21.0
45 – 54 ปี	50	13.0
55 ปีขึ้นไป	12	3.1
รวม	385	100.0

4.1.3 สถานภาพ

จากการศึกษาด้านสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 สถานภาพสมรส จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และมีสถานภาพหม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่เพียง 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	238	61.8
สมรส	130	33.8
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	17	4.4
รวม	385	100.0

4.1.4 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน มีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 - 6 คน มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และมีจำนวนสมาชิกมากกว่า 6 คน มีเพียง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 (ตารางที่ 4.4) จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของครอบครัวไทย ซึ่งเปลี่ยนแปลงจากลักษณะครอบครัวขยายมาเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น อาจเนื่องมาจากการแยกย้ายไปตั้งครอบครัวใหม่ของบุตรหลาน หรือการไปทำงานหรือศึกษาต่างถิ่น ซึ่งส่งผลให้จำเป็นต้องเช่าหอพัก เพื่อตอบสนองในด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 คน	218	56.6
3 - 4 คน	133	34.5
5 - 6 คน	31	8.1
มากกว่า 6 คนขึ้นไป	3	0.8
รวม	385	100.0

4.1.5 ระดับการศึกษา

จากการศึกษาด้านระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมา เป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 (ตารางที่ 4.5) เนื่องมาจากการศึกษาของประเทศไทยได้รับการสนับสนุนมากขึ้นจากทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ระดับการศึกษาของคนส่วนใหญ่จึงสูงขึ้น

4.1.6 อาชีพ

จากการศึกษาด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนมากที่สุด 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และเป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	38	9.9
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	66	17.1
ปวส./อนุปริญญา	37	9.6
ปริญญาตรี	198	51.4
สูงกว่าปริญญาตรี	46	11.9
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	188	48.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	81	21.0
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	65	16.9
แม่บ้าน/รับจ้าง	26	6.8
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	25	6.5
รวม	385	100.0

4.1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 (ตารางที่ 4.7)

4.2 พฤติกรรมการเข้าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

4.2.1 บุคคลที่ผู้เช่าหอพักพักอาศัยอยู่ด้วยในหอพัก

จากการศึกษาพฤติกรรมการเข้าหอพัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างพักอาศัยอยู่หอพักเพียงลำพัง มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาพักอาศัยอยู่กับ คนในครอบครัว จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และพักอาศัยอยู่กับแฟนจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 (ตารางที่ 4.8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	81	21.0
10,001 – 20,000 บาท	128	33.2
20,001 – 30,000 บาท	65	16.9
30,001 – 40,000 บาท	53	13.8
40,001 – 50,000 บาท	26	6.8
มากกว่า 50,000 บาท	32	8.3
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่ผู้เช่าหอพักพักอาศัยอยู่ด้วยในหอพัก

บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	176	45.7
คนในครอบครัว	114	29.6
แฟน	64	16.6
เพื่อน	31	8.1
รวม	385	100.0

4.2.2 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเช่าหอพัก

จากการศึกษา พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักโดยส่วนใหญ่ คือ ตนเอง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ส่วนแฟนและเพื่อนนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 36 คน และ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และร้อยละ 8.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

4.2.3 ระยะเวลาในการเช่าหอพักของผู้เช่าหอพัก

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการเช่าหอพักนานมากกว่า 3 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้เช่าหอพักไม่นิยมที่จะเปลี่ยนแปลงหอพัก แต่รองลงมา กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลาในการเช่าหอพักเพียง 1 ปี มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 อาจเนื่องมาจากผู้เช่าหอพักมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหลายด้าน (ตารางที่ 4.10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพัก

บุคคลที่มีอิทธิพล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	253	65.7
สมาชิกในครอบครัว	64	16.6
แฟน	36	9.4
เพื่อน	32	8.3
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเช่าห้องพัก

ระยะเวลาในการเช่าห้องพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	79	20.5
1 ปี	64	16.6
2 ปี	62	16.1
3 ปี	45	11.7
มากกว่า 3 ปี	135	35.1
รวม	385	100.0

4.2.4 ราคาเช่ารายเดือนของผู้เช่าห้องพักที่พักอาศัยอยู่

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าห้องพักต่อเดือนอยู่ที่มากกว่า 3,000 บาท มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา คือ 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และเสียค่าเช่าห้องพักต่อเดือนอยู่ที่ 1,001 – 2,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 (ตารางที่ 4.11) ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าราคาเช่าห้องพักต่อเดือนที่ผู้เช่าห้องพักยอมรับได้นั้นอยู่ที่ประมาณ 2,001 – 3,000 บาทขึ้นไป

4.2.5 สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในห้องพักที่ผู้เช่าห้องพักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

จากการศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในห้องพักที่ผู้เช่าห้องพักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน พบว่า เตียงและตู้เสื้อผ้ามีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 334 คำตอบ และ 332 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.9 และ 11.8 ตามลำดับ รองลงมาที่มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ที่จอดรถ โต๊ะเครื่องแป้ง ประเภทระบบคีย์การ์ดและระบบรักษาความปลอดภัย จำนวน 256, 254, 252 และ 248 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.1, 9.0, 9.0 และ 8.8 ตามลำดับ ส่วนเครื่องปรับอากาศและพัดลม มีจำนวน 237 และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

232 คิดเป็นร้อยละ 8.5 และ 8.3 (ตารางที่ 4.11) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต้องจัดเตรียมให้ผู้เช่าห้องพักโดยพื้นฐาน คือ เตียง และตู้เสื้อผ้า

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของราคาค่าเช่าห้องพักรายเดือนที่ผู้เช่าห้องพักอาศัยอยู่

ราคาค่าเช่ารายเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	22	5.8
1,001 – 2,000 บาท	46	11.9
2,001 – 3,000 บาท	84	21.8
มากกว่า 3,000 บาท	233	60.5
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในห้องพัก

(N=385)

สิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เตียง	334	11.9
ตู้เสื้อผ้า	332	11.8
ที่จอดรถ	256	9.1
โต๊ะเครื่องแป้ง	254	9.0
ประตูแบบระบบคีย์การ์ด	252	9.0
ระบบรักษาความปลอดภัย	248	8.8
เครื่องปรับอากาศ	237	8.5
พัดลม	232	8.3
เครื่องซักผ้า	199	7.1
ลิฟท์	193	6.7
เครื่องทำน้ำอุ่น	144	5.1
ร้านอาหาร	122	4.4
รวม	2,803	100.0

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.6 จำนวนครั้งที่ผู้เช่าหอพักเปลี่ยนหอพักในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เปลี่ยนหอพัก ในรอบเวลา 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ที่ 1 ครั้ง มีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา คือ อยู่ที่ 2 ครั้ง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 และเปลี่ยนหอพัก ในรอบเวลา 5 ปีที่ผ่านมาอยู่ที่ 3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้ง มีจำนวนที่ใกล้เคียงกันอยู่ที่ 22 คนและ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และ ร้อยละ 4.4 (ตารางที่ 4.13) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้เช่าหอพักไม่นิยมเปลี่ยนหอพัก อาจจะเป็นเนื่องจากความยุ่งยากในการย้ายของเมื่อมีการเปลี่ยนหอพัก อีกทั้งหากเช่าหอพัก ไม่ครบตามกำหนดสัญญาจะต้องเสียเงินค่าประกันหอพักอีกด้วย

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ผู้เช่าหอพักเปลี่ยนหอพักในรอบ 5 ปี

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	211	54.8
2 ครั้ง	135	35.1
3 ครั้ง	22	5.7
มากกว่า 3 ครั้ง	17	4.4
รวม	385	100.0

4.2.7 สถานที่ใกล้เคียงที่ผู้เช่าหอพักอยู่อาศัยในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เช่าหอพักที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมา คือ ตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟหรือรถไฟฟ้าใต้ดิน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับการเลือกเช่าหอพักที่ตั้งอยู่ใกล้ห้างสรรพสินค้า จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 (ตารางที่ 4.14) จากผลการศึกษาการเลือกสถานที่เช่าหอพักของผู้เช่าหอพักนั้นพบว่า ผู้เช่าหอพัก เน้นความสะดวกสบายเป็นสำคัญ กล่าวคือ การที่หอพักตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนนั้นสะดวกทั้งในเรื่องของร้านอาหาร และการเดินทาง

4.2.8 ขนาดหอพักที่ผู้เช่าหอพักพักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่าขนาดหอพักที่ผู้เช่าหอพักอาศัยอยู่ในปัจจุบันมีขนาด 15 – 20 ตารางเมตร มีจำนวนมากที่สุด 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา คือ มากกว่า 25 ตารางเมตรจำนวน 118 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.6 และ 21-25 ตารางเมตร จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 (ตารางที่ 4.15) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้เช่าหอพักยอมรับขนาดของหอพักตั้งแต่ 15 ตารางเมตรขึ้นไป ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสมและมากพอในการวางสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เตียง และตู้เสื้อผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของสถานที่ใกล้เคียงที่ผู้เช่าหอพักอยู่อาศัยในปัจจุบัน

สถานที่ใกล้เคียง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใกล้แหล่งชุมชน	194	50.4
ใกล้สถานีรถไฟ/รถไฟฟ้าใต้ดิน	91	23.6
ใกล้ห้างสรรพสินค้า	90	23.4
ใกล้แหล่งบันเทิง	10	2.6
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของขนาดหอพักที่ผู้เช่าหอพักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

ขนาดของหอพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ตารางเมตร	28	7.3
15 – 20 ตารางเมตร	138	35.8
21 – 25 ตารางเมตร	101	26.2
มากกว่า 25 ตารางเมตร	118	30.6
รวม	385	100.0

4.2.9 วิธีการชำระเงินค่าเช่าหอพักรายเดือนของผู้เช่าหอพัก

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ชำระเงินค่าเช่าหอพักด้วยเงินสด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ การโอนเงิน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 และชำระเงินค่าเช่าหอพักด้วยการตัดบัญชี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 (ตารางที่ 4.16) จากผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ผู้เช่าหอพักนิยมการชำระเงินของด้วยเงินสดมากที่สุด

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินค่าเช่าหอพักรายเดือนของผู้เช่าหอพัก

วิธีการชำระเงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินสด	278	72.2
โอนเงิน	89	23.1
ตัดบัญชีธนาคาร	10	2.6
ชำระผ่านบัตรเครดิต	8	2.1
รวม	385	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.10 วิธีการในการทราบข้อมูลเกี่ยวกับหอพักที่ผู้เช่าหอพักเช่าอยู่ในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างทราบข้อมูลเกี่ยวกับหอพักที่ผู้เช่าหอพัก พักอาศัยอยู่จากเพื่อนหรือญาติพี่น้องเป็นคนแนะนำมากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 และทราบข้อมูลจากป้ายประกาศ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 (ตารางที่ 4.17) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้เช่าหอพักทราบข้อมูลการเช่าหอพักจากคนสนิท ดังนั้นหอพักที่มีการให้บริการที่ดี รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จะเป็นตัวกระตุ้นให้มีการโฆษณาแบบปากต่อปากเอง

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของวิธีการในการทราบข้อมูลเกี่ยวกับหอพักที่ผู้เช่าหอพักอยู่

วิธีในการทราบข้อมูลหอพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน/ญาติพี่น้อง	185	48.1
อินเทอร์เน็ต	94	24.4
ป้ายประกาศ	89	23.1
ใบปลิว/แผ่นพับ	17	4.4
รวม	385	100.0

4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทั้ง 7 ด้าน เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวม พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าหอพักที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ส่วนในลำดับถัดมา คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะหอพัก) ด้านราคา และด้านส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้เช่าหอพักคาดหวังเลือกเช่าหอพักที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง มีรถประจำทางผ่านหรือตั้งอยู่ใกล้สถานีรถไฟฟ้าและรถไฟฟ้าใต้ดิน อีกทั้งควรตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน (ตารางที่ 4.18)

4.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะหอพัก) มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะอาดของห้องพักความกว้างของหอพักมีความเหมาะสม การมีระบบสาธารณูปโภคครบครัน (ระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดเก็บขยะ, ระบบรักษาความปลอดภัย) ความเป็นระเบียบ สวยงามของห้องพักมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (โทรทัศน์, โทรศัพท์, เครื่องปรับอากาศ, ตู้เย็น) สถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้พักอาศัยมีร้านขายของ ร้านอาหารในบริเวณห้องพัก ความมีชื่อเสียงของห้องพักมีร้านช้อปปิ้งในบริเวณห้องพัก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญอยู่ที่ระดับมาก เท่ากับ 3.97, 3.85, 3.82, 3.75, 3.67, 3.57, 3.40, 3.36, 3.35 และ 3.28 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19) จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักคือ ความสะอาดของห้องพัก เป็นเรื่องสำคัญที่สุดที่ผู้เช่าห้องพักใช้ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก รองลงมา คือ ความกว้างของห้องพักที่มีความเหมาะสม มีผลต่อการรองรับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในบริเวณห้องพัก ซึ่งเป็นบริการเพิ่มเติมที่ดึงดูดผู้เช่าห้องพักให้ตัดสินใจเลือกเช่า

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม	ระดับความสำคัญ
ด้านทำเลที่ตั้ง	4.00	มาก
ด้านบุคลากร	3.78	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.76	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.61	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะห้องพัก)	3.60	มาก
ด้านราคา	3.57	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.22	ปานกลาง

4.3.2 ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้องและทำเลที่ตั้ง ราคาค่าน้ำหรือค่าไฟ มีความเหมาะสมการจ่ายค่าประกันห้องพักและการจ่ายค่าเช่าห้องพักล่วงหน้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.82, 3.77, 3.52 และ 3.47 ตามลำดับ ส่วนค่าโทรศัพท์ภายในห้องพักที่มีความเหมาะสมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่เพียงในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 (ตารางที่ 4.20) จากผลการศึกษายกจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือค่าเช่ารายเดือนของห้องพักมีความเหมาะสมกับขนาดห้อง และทำเลที่ตั้ง ซึ่งผู้เช่าห้องพักจึงมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเต็มใจที่จะจ่ายค่าเช่าเพื่อแลกกับพื้นที่ และสถานที่ตั้งของห้องพักที่มีผลต่อความสะดวกสบายในการเดินทาง

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะห้องพัก)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความสะอาดของห้องพัก	3.97	มาก
ความกว้างของห้องพักมีความเหมาะสม	3.85	มาก
มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน (ระบบจัดเก็บขยะ, ระบบรักษาความปลอดภัย)	3.82	มาก
ความเป็นระเบียบ สวยงามของห้องพัก	3.75	มาก
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (โทรทัศน์, โทรศัพท์, เครื่องปรับอากาศ, ตู้เย็น)	3.67	มาก
สถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้พักอาศัย	3.57	มาก
มีร้านขายของในบริเวณห้องพัก	3.40	มาก
มีร้านอาหารในบริเวณห้องพัก	3.36	ปานกลาง
ความมีชื่อเสียงของห้องพัก	3.35	ปานกลาง
มีร้านช้อปปิ้งในบริเวณห้องพัก	3.28	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60	มาก

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้อง และทำเลที่ตั้ง	3.82	มาก
ราคาค่าน้ำ ค่าไฟ มีความเหมาะสม	3.77	มาก
การจ่ายค่าประกันห้องพัก	3.52	มาก
การจ่ายค่าเช่าห้องพักล่วงหน้า	3.47	มาก
ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีความเหมาะสม	3.27	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.3 ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านสถานที่(ทำเลที่ตั้ง) มีผลในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกในการเดินทาง ทำเลที่ตั้งที่ใกล้สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา การมีรถประจำทางผ่านบริเวณห้องพัก ตั้งอยู่ใกล้แหล่งอุปโภค บริโภคที่จำเป็นอยู่ และตั้งอยู่ในย่านชุมชนกลางเมืองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 4.12, 4.06, 4.00, 3.96 และ 3.87 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.21) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความสะดวกในการเดินทาง และห้องพักที่ตั้งอยู่ในทำเลที่มีธุรกิจอื่น ๆ ด้วย เช่น ร้านอาหาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจ ควรพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมอยู่ในแหล่งชุมชน โดยเน้นความสะดวกสบายของผู้เช่าห้องพักเป็นความสำคัญ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความสะดวกในการเดินทาง	4.12	มาก
ใกล้ที่ทำงานและสถานศึกษา	4.06	มาก
มีรถประจำทางผ่าน	4.00	มาก
ใกล้แหล่งอุปโภค บริโภคที่จำเป็นอยู่	3.96	มาก
อยู่ในย่านชุมชนกลางเมือง	3.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	มาก

4.3.4 ด้านส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีผลในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน มีระบบผ่อนผันค่าเช่าที่ล่าช้าเกินกำหนดคำแนะนำจากคนรู้จักมีป้ายโฆษณาชัดเจนมีของแจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเท่ากับ 3.34, 3.26, 3.26, 3.25 และ 2.99 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.22) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักนั้น พบว่าในแต่ละข้อนั้นมีค่าที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งในการส่งเสริมทางการตลาดของหอพักนั้นอาจจะมียุทธิน้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ เนื่องมาจากหอพักเป็นที่อยู่อาศัยประเภทหนึ่ง ซึ่งอยู่ในปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.5 ด้านบุคลากร

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยการเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาดพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการพนักงานมีมรรยาท พุดจาสุภาพ และพนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญที่ใกล้เคียงกันเท่ากับ 3.85, 3.84, 3.75, 3.75 และ 3.69 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.23) จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย เพื่อให้ผู้เช่าหอพักเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยของการดูแลทรัพย์สิน ดังนั้นผู้ประกอบการหอพักควรมีมาตรฐานการเข้า-ออกหอพักของทั้งบุคลากรภายในหอพักและบุคลากรภายนอก ส่วนค่าเฉลี่ยที่รองลงมา ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับค่าสูงสุดนั้น คือ การเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด ซึ่งตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2558 ได้กำหนดไว้ ผู้ประกอบกิจการหอพักต้องดูแลรักษาความสะอาดด้านสุขลักษณะและอนามัยของหอพักให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการสาธารณสุข

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม

ด้านส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน	3.34	ปานกลาง
มีระบบผ่อนผันค่าเช่าที่ล่าช้าเกินกำหนด	3.26	ปานกลาง
คำแนะนำจากคนรู้จัก	3.26	ปานกลาง
มีป้ายโฆษณาชัดเจน	3.25	ปานกลาง
มีของแจกตามห้องพักก่อนเข้าพัก	2.99	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.22	ปานกลาง

4.3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การไม่มีมลภาวะทั้งจากทางเสียงควันทันหรือกลิ่นสภาพแวดล้อมภายในหอพัก ได้แก่ ความสะอาดและความแออัดของผู้เช่าหอพักและบรรยากาศบริเวณหอพักมีความร่มรื่น มีความสงบ และมีความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ใกล้เคียงกัน โดยอยู่ในระดับมาก จากผลการศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันส่วนสภาพแวดล้อมภายนอกหอพัก ได้แก่ การจัดสวนหย่อม, สวนดอกไม้, สระว่ายน้ำ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไว้ให้บริการเพิ่มเติมบริเวณหอพักนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรองลงมาโดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากมีค่าเท่ากับ 3.85, 3.84, 3.83 และ 3.51 ตามลำดับ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมากในทุกหัวข้อ (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
การเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย	3.85	มาก
การเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด	3.84	มาก
พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ	3.75	มาก
พนักงานมีมารยาท พุดจาสุภาพ	3.75	มาก
พนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว	3.69	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	มาก

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวม

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ไม่มีมลภาวะ (เสียง, ควันพิษ, กลิ่น)	3.85	มาก
สภาพแวดล้อมภายในหอพัก (ความสะอาด, ความแออัดของผู้พักอาศัยภายในหอพัก)	3.84	มาก
บรรยากาศบริเวณหอพักมีความร่มรื่น มีความสงบ และมีความเป็นส่วนตัว	3.83	มาก
สภาพแวดล้อมภายนอกหอพัก (สวนหย่อม, สวนดอกไม้, สระว่ายน้ำ บริเวณหอพัก)	3.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76	มาก

4.3.7 ด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการนั้น อิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การกำหนดขั้นตอนในการเช่าและระเบียบในการเช่าห้องพักอย่างชัดเจน กระบวนการให้บริการที่ดีไม่ล่าช้า การมีเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย รวมไปถึงมีการศึกษาความต้องการเพิ่มเติมด้านเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติเกินไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้บริการของผู้เช่าห้องพัก และการให้ผู้เช่าห้องพักประเมินการให้บริการของผู้ให้เช่าห้องพักมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญเท่ากับ 3.81, 3.68, 3.57, 3.51 และ 3.49 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.25) ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพัก คือ ขั้นตอนในการเช่าและระเบียบในการเช่าห้องพักที่ชัดเจนนั้นเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้เช่าและผู้ให้เช่าห้องพัก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหอพักควรเตรียมสัญญาในการเช่าห้องพักให้ผู้เช่าทำความเข้าใจก่อนตกลงเช่าห้องพัก ซึ่งมีส่วนช่วยในการป้องกันการเกิดปัญหาในอนาคตได้

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีโดยรวม

ด้านกระบวนการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
มีกำหนดขั้นตอนในการเช่าและระเบียบในการเช่าห้องอย่างชัดเจน	3.81	มาก
มีกระบวนการให้บริการที่ดี ไม่ล่าช้า	3.68	มาก
มีเทคโนโลยีให้บริการที่ทันสมัย	3.57	มาก
มีการศึกษาความต้องการเพิ่มเติม ด้านการให้บริการของผู้เช่าห้องพัก	3.51	มาก
มีการให้ผู้เช่าห้องพักประเมินการให้บริการของผู้เช่าห้องพัก	3.49	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61	มาก

4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

จากการศึกษาข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะห้องพัก) ด้านราคา ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยทดสอบสมมติฐานดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานหลัก (H_0) = ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานรอง (H_1) = ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพัก ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ด้วยวิธีการทดสอบทางสถิติ โดยการใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square tests) ที่มีความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ถ้าหากมีความน่าจะเป็นของนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ได้ผลการศึกษาซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะห้องพัก)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของความสะอาดของห้องพัก การมีร้านซักรีด มีสถานที่จอดรถเพียงพอ และมีระบบสาธารณูปโภคครบครัน ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของความกว้างของห้องพักมีความเหมาะสม ความเป็นระเบียบ สวยงาม ความสะอาดของห้องพัก มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน มีร้านอาหาร ร้านซักรีด สถานที่จอดรถเพียงพอ และมีระบบสาธารณูปโภคครบครัน อาชีพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของความกว้างของห้องพักมีความเหมาะสม ความเป็นระเบียบ สวยงาม ความสะอาดของห้องพัก มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน มีร้านอาหาร สถานที่จอดรถเพียงพอ และมีระบบสาธารณูปโภคครบครันรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับทุกเรื่อง ยกเว้นในเรื่องของความมีชื่อเสียงของห้องพัก (ตารางที่ 4.26)

4.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของค่าโทรศัพท์ภายในห้องพักและการจ่ายค่าประกันค่าห้อง จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของราคาค่าน้ำ ค่าไฟ มีความเหมาะสม และการจ่ายค่าประกันค่าห้อง ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้องและทำเลที่ตั้ง และราคาค่าน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าไฟ มีความเหมาะสมนอกจากนี้รายได้ต่อเดือนยังมีความสัมพันธ์กับตัดสินใจเช่าหอพักในเรื่องของค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก (ตารางที่ 4.27)

4.4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน มีความสัมพันธ์กับตัดสินใจเช่าหอพักในเรื่องของ การมีรถประจำทางผ่านและความสะดวกในการเดินทาง ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในเรื่องของความสะดวกในการเดินทาง ส่วนรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในทุก ๆ เรื่องในด้านสถานที่ (ตารางที่ 4.28) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ที่มีรายได้ที่สูงจะสามารถเลือกเช่าหอพักได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย ซึ่งหอพักที่อยู่ใจกลางเมือง และมีความสะดวกในการเดินทาง ย่อมมีราคาที่สูงขึ้น

4.4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในเรื่องของการมีของแจกก่อนเข้าพัก จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในเรื่องของการมีป้ายโฆษณาชัดเจน ระดับการศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในเรื่องของการมีป้ายโฆษณาชัดเจนและมีของแจกก่อนเข้าพัก นอกจากนี้ อาชีพยังมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในด้านของการมีระบบผ่อนผันค่าเช่าที่จ่ายล่าช้า (ตารางที่ 4.29)

4.4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในทุกเรื่อง ได้แก่ พนักงานมีมรรยาท พุดจาสุภาพ มีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ และให้บริการที่รวดเร็ว การเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาดและพนักงานรักษาความปลอดภัย สถานภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในเรื่องของการเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าหอพักในเรื่องของพนักงานมีมรรยาทพุดจาสุภาพ และการเอาใจใส่ของพนักงานทำ

ความสะอาด ส่วนอาชีพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของพนักงานพุดจาสุขภาพ การเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาดและพนักงานรักษาความปลอดภัย (ตารางที่ 4.30)

4.4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า อายุ และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับการ ตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของสภาพแวดล้อมภายนอกห้องพัก เช่น สวนหย่อม สวนดอกไม้ สระว่ายน้ำ เป็นต้น และสภาพแวดล้อมภายในห้องพัก เช่น ความสะอาด ความแออัด จำนวนสมาชิกใน ครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของสภาพแวดล้อม ภายในห้องพัก และบรรยากาศบริเวณห้องพัก ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมี ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในทุกเรื่องรวมทั้งการไม่มีมลภาวะทางเสียงหรือกลิ่นใน บริเวณห้องพัก (ตารางที่ 4.31)

4.4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า อายุและจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัย อยู่ด้วยกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเช่าห้องพักในเรื่องของกระบวนการให้บริการที่ดี ไม่ล่าช้า นอกจากนี้จำนวนสมาชิกยังมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเรื่องของการกำหนด ขั้นตอนในการเช่าและระเบียบในการเข้าพักอย่างชัดเจน ส่วนระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในทุกเรื่อง (ตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะหอพัก)

ด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะหอพัก)	ด้านประชากรศาสตร์													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		จำนวนสมาชิก		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	χ^2	Sig	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ความกว้างของหอพักมีความเหมาะสม	4.922	0.085	7.202	0.126	16.590	36.831	0.000*	0.330	16.590	0.002*	36.831	0.000*	46.821	0.000*
ความมีชื่อเสียงของหอพัก	2.124	0.346	5.350	0.253	5.152	6.125	0.190	0.093	5.152	0.272	6.125	0.190	5.416	0.247
ความเป็นระเบียบ สวยงามของหอพัก	1.349	0.509	8.940	0.063	18.502	43.840	0.000*	0.093	18.502	0.001*	43.840	0.000*	51.556	0.000*
ความสะอาดของห้องพัก	2.746	0.253	7.642	0.106	52.719	63.245	0.000*	0.029*	52.719	0.000*	63.245	0.000*	59.783	0.000*
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในหอพัก	0.110	0.947	5.271	0.261	27.993	21.373	0.006*	0.116	27.993	0.000*	21.373	0.006*	67.165	0.000*
มีร้านขายของในบริเวณหอพัก	1.176	0.555	2.138	0.710	7.594	10.550	0.229	0.578	7.594	0.108	10.550	0.229	21.940	0.005*
มีร้านอาหารในบริเวณหอพัก	1.174	0.556	8.357	0.079	15.632	24.879	0.002*	0.292	15.632	0.004*	24.879	0.002*	27.008	0.001*
มีร้านซักรีดในบริเวณหอพัก	2.896	0.235	5.060	0.281	17.390	10.616	0.224	0.041*	17.390	0.002*	10.616	0.224	20.673	0.008*
สถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้พักอาศัย	0.938	0.626	17.808	0.001*	28.252	29.788	0.000*	0.003*	28.252	0.000*	29.788	0.000*	77.037	0.000*
มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน (ระบบจัดเก็บขยะ, ระบบรักษาความปลอดภัย)	0.344	0.842	10.224	0.037*	42.358	26.448	0.001*	0.036*	42.358	0.000*	26.448	0.001*	67.281	0.000*

หมายเหตุ : * กำหนดระดับนัยสำคัญ (Significant) = 0.05

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ด้านราคา	ด้านประชากรศาสตร์													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		จำนวนสมาชิก		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้อง และทำเลที่ตั้ง	0.611	0.737	5.678	0.224	2.734	0.255	22.008	0.000*	32.342	0.000*	25.363	0.001*	45.213	0.000*
ราคาค่าน้ำ ค่าไฟ มีความเหมาะสม	0.085	0.958	7.959	0.093	0.775	0.679	18.401	0.001*	28.204	0.000*	22.456	0.004*	27.840	0.001*
ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีความเหมาะสม	0.513	0.774	10.539	0.032*	1.134	0.567	2.963	0.569	5.207	0.267	15.098	0.057	16.641	0.034*
การจ่ายค่าเช่าห้องล่วงหน้า	0.027	0.987	6.506	0.164	1.163	0.559	9.003	0.061	5.988	0.200	6.904	0.547	9.453	0.306
การจ่ายค่าประกันค่าห้อง	0.423	0.809	13.224	0.010*	0.899	0.638	9.526	0.049*	5.081	0.279	13.646	0.091	5.928	0.655

หมายเหตุ : * กำหนดระดับนัยสำคัญ (Significant) = 0.05

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)

ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)	ด้านประชากรศาสตร์													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		จำนวนสมาชิก		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
ใกล้ที่ทำงานและสถานศึกษา	3.587	0.166	3.539	0.472	1.614	0.446	7.672	0.104	2.967	0.563	8.243	0.410	25.721	0.001*
มีรถประจำทางผ่าน	7.815	0.020*	0.866	0.929	2.369	0.306	19.971	0.001*	2.807	0.591	6.769	0.562	20.285	0.009*
ความสะดวกในการเดินทาง	4.852	0.088	2.662	0.616	4.547	0.103	16.357	0.003*	18.349	0.001*	13.889	0.085	36.374	0.000*
อยู่ในย่านชุมชนกลางเมือง	1.506	0.471	3.091	0.543	8.126	0.017*	4.271	0.371	3.558	0.469	16.166	0.040	26.245	0.001*
ใกล้แหล่งอุปโภค บริโภคที่จำเป็น	3.228	0.199	3.307	0.508	7.176	0.028*	4.961	0.291	6.102	0.192	11.864	0.157	29.865	0.000*

หมายเหตุ : * กำหนดระดับนัยสำคัญ (Significant) = 0.05

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านประชากรศาสตร์													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		จำนวนสมาชิก		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
มีป้ายโฆษณาชัดเจน	3.775	0.151	5.209	0.267	0.439	0.803	18.444	0.001*	15.719	0.003*	21.809	0.005*	2.314	0.970
ส่วนลดพิเศษของค่าเช่า	0.249	0.883	3.525	0.474	0.782	0.676	7.324	0.120	5.731	0.220	4.257	0.833	9.501	0.302
มีระบบผ่อนผันค่าเช่าที่จ่ายค่าเช่า	1.720	0.423	6.028	0.197	4.442	0.108	1.775	0.777	11.373	0.023	21.828	0.005*	13.723	0.089
มีของแจกพังก่อนเข้าพัก	4.445	0.108	6.546	0.162	6.911	0.032*	2.778	0.596	15.789	0.003*	12.189	0.016*	14.618	0.067
คำแนะนำจากคนรู้จัก	0.241	0.886	5.435	0.245	0.290	0.856	4.359	0.360	0.624	0.960	7.821	0.451	9.724	0.285

หมายเหตุ : * กำหนดระดับนัยสำคัญ (Significant) = 0.05

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ด้านประชากรศาสตร์													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		จำนวนสมาชิก		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
พนักงานมีมรรยาท พูดจาสุภาพ	3.627	0.163	36.499	0.000*	1.215	0.545	16.221	0.003*	15.683	0.003*	16.044	0.042*	50.949	0.000*
การเอาใจใส่ของพนักงาน ทำความสะอาด	0.320	0.852	19.612	0.001*	0.132	0.936	15.108	0.004*	39.312	0.000*	19.161	0.014*	66.763	0.000*
พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อ การให้บริการ	0.822	0.663	12.926	0.012*	0.157	0.925	7.956	0.093	32.869	0.000*	15.452	0.051	50.973	0.000*
การเอาใจใส่ของพนักงาน รักษาความปลอดภัย	1.071	0.585	11.977	0.018*	6.509	0.037*	9.235	0.055	34.559	0.000*	24.994	0.002*	58.174	0.000*
พนักงานมีการให้บริการที่ รวดเร็ว	0.092	0.955	25.056	0.000*	0.194	0.907	4.877	0.300	18.696	0.001*	13.347	0.100	75.649	0.000*

หมายเหตุ : * กำหนดระดับนัยสำคัญ (Significant) = 0.05

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านประชากรศาสตร์													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		จำนวนสมาชิก		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
สภาพแวดล้อมภายนอก ห้องพัก	4.765	0.092	12.722	0.013*	9.340	0.009*	8.414	0.078	10.714	0.030*	36.654	0.000*	45.713	0.000*
สภาพแวดล้อมภายใน ห้องพัก	0.041	0.802	14.058	0.007*	7.744	0.021*	13.924	0.008*	28.353	0.000*	34.227	0.000*	66.059	0.000*
บรรยากาศบริเวณห้องพัก	0.752	0.687	5.947	0.203	4.617	0.099	13.530	0.009*	35.915	0.000*	28.298	0.000*	58.146	0.000*
ไม่มีมลภาวะ	2.279	0.320	22.928	0.000*	2.460	0.292	20.211	0.000	36.970	0.000*	37.401	0.000*	78.845	0.000*

หมายเหตุ : * กำหนดระดับนัยสำคัญ (Significant) = 0.05

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการ	ด้านประชากรศาสตร์													
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		จำนวนสมาชิก		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
กำหนดขั้นตอนในการเช่าและระเบียบในการเช่าห้องพักอย่างชัดเจน	1.410	0.494	4.693	0.320	3.549	0.177	14.152	0.007*	30.387	0.000*	29.911	0.000*	37.376	0.000*
มีเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย	2.464	0.292	4.281	0.369	1.211	0.546	9.235	0.055	12.118	0.016*	20.362	0.009*	22.292	0.004*
มีกระบวนการให้บริการที่ดี ไม่ล่าช้า	2.112	0.348	13.876	0.008*	5.203	0.074	14.673	0.005*	23.477	0.000*	24.269	0.002*	38.831	0.000*
มีการศึกษาความต้องการเพิ่มเติมด้านการให้บริการของผู้เช่าห้องพัก	5.318	0.070	8.528	0.074	2.610	0.271	0.365	0.985	13.769	0.008*	28.278	0.000*	27.624	0.001*
มีการให้ผู้เช่าประเมินการให้บริการ	9.770	0.008*	11.479	0.022*	3.418	0.181	6.141	0.189	16.905	0.002*	32.754	0.000*	23.167	0.003*

หมายเหตุ : * กำหนดระดับนัยสำคัญ (Significant) = 0.05

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เช่าหอพักและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพัก ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของหอพักกับพฤติกรรมในการเลือกเช่าหอพักของผู้พักอาศัยในหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลจากการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 385 ชุด

ผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ ระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในครอบครัว 1 - 2 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

ส่วนผลการศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้เช่าหอพักซึ่งเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่เช่าหอพักเพื่อพักอาศัยเพียงคนเดียว ทั้งนี้ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่ยังตัดสินใจเลือกเช่าหอพักด้วยตนเอง ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเช่าหอพักนานมากกว่า 3 ปี โดยส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าหอพักต่อเดือนอยู่ที่มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในหอพักที่ผู้เช่าหอพักอาศัยอยู่ในปัจจุบันพบว่าเตียงและตู้เสื้อผ้ามีจำนวนมากที่สุด ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่เปลี่ยนหอพักในรอบ 5 ปีที่ผ่านมาเพียงแต่ครั้งเดียว นอกจากนี้ผู้เช่าหอพักมักเลือกหอพักที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนขนาดห้องพักที่ผู้เช่าหอพักพักอาศัยอยู่ในปัจจุบันมีขนาด 15 - 20 ตารางเมตร ผู้เช่าหอพักเลือกใช้วิธีการชำระเงินค่าเช่าหอพักด้วยเงินสด และมักจะทราบข้อมูลเกี่ยวกับหอพักที่ผู้เช่าหอพักเช่าอยู่จากเพื่อนหรือญาติพี่น้องเป็นคนแนะนำ

สำหรับการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่าปัจจัยทั้ง 7 ด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักมากที่สุด ส่วนในลำดับถัดมา คือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะหอพัก) ด้านราคา และด้านส่งเสริมทางการตลาดตามลำดับ ด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะหอพัก) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักอยู่ใน

เอกสระดับมากในทุกเรื่อง ได้แก่ ค่าความสะอาดของห้องพักความกว้างของหอพักที่มีความเหมาะสม การ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยครบถ้วน (ระบบจัดเก็บขยะ, ระบบรักษาความปลอดภัย) ความเป็นระเบียบสวยงามของห้องพักมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (โทรทัศน์, โทรศัพท์, เครื่องปรับอากาศ, ตู้เย็น) สถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้พักอาศัยมีร้านขายของ ร้านอาหารในบริเวณห้องพัก ชื่อเสียงของห้องพักมีร้านช้อปปิ้งในบริเวณห้องพัก สำหรับปัจจัยด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากนั้น ประกอบไปด้วย ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้องและทำเลที่ตั้งราคาค่าน้ำหรือค่าไฟที่มีความเหมาะสมการจ่ายค่าประกันห้องพักและการจ่ายค่าเช่าห้องพักล่วงหน้าปัจจัยด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการเดินทาง ทำเลที่ตั้งที่ใกล้สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา การมีรถประจำทางผ่านบริเวณห้องพัก ตั้งอยู่ใกล้แหล่งอุปโภค บริโภคที่จำเป็นอยู่ และตั้งอยู่ในย่านชุมชนกลางเมืองปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับปานกลาง โดยในเรื่องของส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักมากที่สุด สำหรับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมากทุก ๆ เรื่อง ได้แก่ การเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัยการเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาดพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการพนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็วและพนักงานมีมารยาท พุดจาสุภาพ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก คือ การไม่มีมลภาวะทั้งจากทางเสียงควันทันพิษหรือกลิ่นสภาพแวดล้อมภายในห้องพัก ได้แก่ ความสะอาดและความแออัดของผู้เช่าห้องพักและบรรยากาศบริเวณห้องพักมีความร่มรื่น มีความสงบ และมีความเป็นส่วนตัวและปัจจัยด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย การกำหนดขั้นตอนในการเช่าและระเบียบในการเช่าห้องพักอย่างชัดเจนกระบวนการให้บริการที่ดีไม่ล่าช้าการมีเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัยรวมถึงมีการศึกษาความต้องการเพิ่มเติมด้านการให้บริการของผู้เช่าห้องพักและการให้ผู้เช่าห้องพักประเมินการให้บริการของผู้ให้เช่าห้องพัก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้น เพศมีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) เพียงด้านเดียว ส่วนอายุนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะของห้องพัก) ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ สถานภาพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ (ลักษณะของห้องพัก) ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้าน สำหรับอาชีพนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุก

เอกสารนี้ยังเว้นด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง) ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสามารถนำข้อมูลมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้เช่าหอพักในการเลือกเช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่พักอาศัยที่หอพักเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปีและในรอบ 5 ปีที่ผ่านมามีการเปลี่ยนหอเพียงครั้งเดียว (หัวข้อ 4.2.6 ตารางที่ 4.1.3) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ควรใส่ใจในเรื่องของการบำรุงรักษาทั้งภายในห้องพักและด้านนอกอาคาร เช่น ทาสีทั้งภายในและนอกอาคาร ทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศทุกปี เป็นต้น

2. จากข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และการศึกษาความสัมพันธ์ในด้านของรายได้ต่อเดือนของ ผู้เช่าหอพักกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (หัวข้อ 4.1.7 ตารางที่ 4.7 และ หัวข้อ 4.3.2 ตารางที่ 4.20) พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงหรือมีกำลังซื้อ จะไม่คำนึงถึงราคาค่าเช่าหอพักเป็นเรื่องสำคัญ แต่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ความปลอดภัยของบริเวณหอพัก และความสะดวกในการเดินทาง

3. จากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้เช่าหอพักในการเลือกเช่าหอพักในเรื่องวิธีการชำระเงินค่าเช่าหอพัก ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก (หัวข้อ 4.2.9 ตารางที่ 4.16) ควรจัดให้มีระบบรับชำระค่าเช่าหอพักแบบระบบออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เช่าหอพักสามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง

4. จากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้เช่าหอพักในการเลือกเช่าหอพักพบว่า ผู้เช่าหอพักส่วนใหญ่เช่าหอพักเพื่อพักอาศัยเพียงคนเดียว (หัวข้อ 4.2.1 ตารางที่ 4.8) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ควรให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยในการให้บริการกับผู้เช่า เช่น ควรใช้ระบบการเข้า-ออกอาคารหอพักด้วยระบบคีย์การ์ด กล้องวงจรปิด เพื่อป้องกันบุคคลภายนอกที่ไม่ได้รับอนุญาต

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความคาดหวังของผู้เช่าหอพักเพื่อให้ทราบว่าผู้เช่ามีความคาดหวังต่อการให้บริการของหอพักอย่างไรบ้างเพื่อปรับปรุงแก้ไขการให้บริการให้ดีขึ้น

2. ควรศึกษาถึงปัญหาภายในหอพักหรือข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไขในเชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหอพักเช่นผู้เช่าหอพักเจ้าของหอพักแม่บ้านเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยหรือชุมชนใกล้เคียง

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของบุคคลในแต่ละช่วงอายุและอาชีพที่แตกต่างกันเช่นนักเรียนนิสิตหรือนักศึกษาผู้ใหญ่วัยทำงาน

4. พระราชบัญญัติห้องพัก พ.ศ. 2558 ให้ใช้ ณ วันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2559 โดยกำหนดให้แยก “ห้องพักชาย-หญิง” ในทางปฏิบัติแล้วเจ้าของห้องพักยังไม่ได้ปฏิบัติตาม ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรจะมีการตรวจสอบห้องพักต่างๆ ว่าได้มีการปฏิบัติตามหรือไม่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กาญจนา บุญภักดิ์. 2554. การเลือกอยู่หอพักของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. รายงานการวิจัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

กุลดา ทับรอด. 2554. ความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักในเขตลาดกระบังของพนักงานสนามบินสุวรรณภูมิ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

จิตรารัตน์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2550. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จินดารัตน์ พยุงวงษ์. 2554. การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจห้องแถวให้เช่าในเขตตำบลนาป่า จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ชัยเชษฐ์ โสพิมพ์พา. 2558. 6W1H model. [Online].

เข้าถึงได้จาก: <http://thbusinessinfo.blogspot.com/2015/02/6w-1h-model.html>.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ชยา. 2549. การตลาดและบริการแนวคิดและกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภาพร หอมอ่อน. 2545. "การตัดสินใจอยู่หอพักสตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง". วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญชม ศรีสะอาด. 2538. วิธีการทางสถิติสำหรับกรวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.

ประพันธ์ เสวตนันท์ และ ไพศาล เล็กอุทัย. 2539. หลักเศรษฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภราดร ปรีดาศักดิ์. 2549. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ. 2538. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. 2540. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2557. การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน. [Online]. เข้าถึง
ได้จาก : <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries01.html>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุนิศา ศรีชนพัฒน์ และประสพชัย พสุนนท์.2558.การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพัก
เอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.การค้นคว้า
อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุภิดา ผดุงขวัญ. 2551. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรม
สหรัตนนครอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”.วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

สุเทพ เชื้อสุวรรณ. 2550. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในเขต
เทศบาลนครระยอง”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

เสรี วงษ์มณฑา.2542.กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

หอพัก จังหวัดนนทบุรี. 2558. จำนวนหอพักในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. [Online].

เข้าถึงได้จาก : <http://www.RentHub.in.th>

อดุลย์จำตรงกุล.2543. กลยุทธ์การตลาด.พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

อานนท์ ภาคมาลี. 2558. ความหมายหอพัก ห้องพัก ห้องเช่า. [Online]. เข้าถึงได้จาก :

<https://www.gotoknow.org/posts/540992>.

Hometophit.com. 2559. ความหมายหอพัก. [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.hometophit.com>.

Renthub.in.th. 2559. จำนวนหอพักในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. [Online]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.hometophit.com>.

Thaiads.com. 2559.จำนวนโรงงานในจังหวัดนนทบุรี. [Online]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.factory.thaiads.com>.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

“ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของผู้เช่าหอพักในอำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี”

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะ
การบริหารจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การรวบรวมข้อมูล
จากแบบสอบถามตลอดจนข้อเสนอแนะที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจงกรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ()

1. เพศ

1. () ชาย 2. () หญิง

2. อายุ

1. () 15-24 ปี 2. () 25-34 ปี 3. () 35-44 ปี

4. () 45-55 ปี 5. () 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. () โสด 2. () สมรส 3. () หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่

4. จำนวนสมาชิกคนในครอบครัวที่อาศัยอยู่ด้วยกัน.....คน

5. ระดับการศึกษา

1. () มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า 2. () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

3. () ปวส./อนุปริญญา 4. () ปริญญาตรี

5. () สูงกว่าปริญญาตรี

6. อาชีพ

1. () นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา 2. () ข้าราชการ

3. () พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4. () พนักงานบริษัทเอกชน

5. () ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ 6. () อื่นๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. รายได้ต่อเดือน

1. () น้อยกว่า 10,000 บาท 2. () 10,001- 20,000 บาท 3. () 20,001-30,000 บาท
4. () 30,001-40,000 บาท 5. () 40,001-50,000 บาท 6. () 50,000บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเช่าห้องพักของผู้เช่าห้องพักใน อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ()

1. หอพักที่ท่านพักอยู่ในปัจจุบัน ท่านพักอาศัยอยู่กับใคร

1. () คนเดียว 2. () ญาติ/คนในครอบครัว 3. () แฟน
4. () เพื่อน

2. ใครเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกห้องพักในการเช่าอยู่

1. () ตนเอง 2. () เพื่อน 3. () สมาชิกในครอบครัว 4. () แฟน

3. ในปัจจุบันท่านพักเช่าหอพักมาแล้วกี่ปี

1. () น้อยกว่า 1 ปี 2. () 1ปี 3. () 2 ปี
4. () 3 ปี 5. () มากกว่า 3 ปี

4. หอพักที่ท่านอยู่ในปัจจุบัน มีราคาเช่ารายเดือนเท่าไร

1. () ต่ำกว่า 1,000 บาท 2. () 1,001-2,000 บาท 3. () 2,001-3,000 บาท
4. () 3,000 บาทขึ้นไป

5. สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในหอพักที่ท่านอยู่ในปัจจุบัน มีอะไรบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () เตียง 2. () ตู้เสื้อผ้า 3. () โต๊ะเครื่องแป้ง
4. () เครื่องปรับอากาศ 5. () พัดลม 6. () เครื่องทำน้ำอุ่น
7. () ประตูแบบระบบคีย์การ์ด 8. () ลิฟท์ 9. () ระบบความปลอดภัย
10. () ร้านอาหาร 11. () เครื่องซักผ้า 12. () ที่จอดรถ

6. ในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ท่านเปลี่ยนหอพักมาแล้วกี่ครั้ง

1. () 1 ครั้ง 2. () 2 ครั้ง 3. () 3 ครั้ง
4. () มากกว่า 3 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. หอพักที่ท่านเช่าอยู่ในปัจจุบัน อยู่บริเวณใด

1. () ใกล้แหล่งชุมชน 2. () ใกล้สถานีรถไฟฟ้า/รถไฟใต้ดิน
3. () ใกล้ห้างสรรพสินค้า 4. () ใกล้แหล่งบันเทิง

8. ขนาดหอพักที่ท่านพักอาศัยอยู่ในปัจจุบัน

1. () ต่ำกว่า 15 ตรม. 2. () 15-20 ตรม.
3. () 21-25 ตรม. 4. () มากกว่า 25 ตรม.

9. ในปัจจุบัน ท่านใช้วิธีการใดในการชำระค่าเช่าหอพัก

1. () เงินสด 2. () ตัดบัญชีธนาคาร
3. () โอนเงิน 4. () ชำระผ่านบัตรเครดิต

10. ท่านรับทราบข้อมูล หอพักที่ท่านพักอยู่ในปัจจุบัน จากแหล่งใด

1. () เพื่อน/ญาติพี่น้อง 2. () ไปปลิว/แผ่นพับ
3. () บัญชีประกาศ 4. () อินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้เช่าห้องพักในเรื่องของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักใน อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ความคิดเห็นของผู้เช่าห้องพักที่มีต่อบริษัทในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	ไม่มีอิทธิพล (1)
1. ลักษณะห้องพัก					
ความกว้างของห้องพักมีความเหมาะสม					
ความมีชื่อเสียงของห้องพัก					
ความเป็นระเบียบ สวยงามของห้องพัก					
ความสะอาดของห้องพัก					
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (โทรทัศน์, โทรศัพท์, เครื่องปรับอากาศ, ตู้เย็น)					
มีร้านค้าขายของในบริเวณห้องพัก					
มีร้านอาหารในบริเวณห้องพัก					
มีร้านซักรีดในบริเวณห้องพัก					
สถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้พักอาศัย					
มีระบบสาธารณูปโภคครบครัน (ระบบจัดเก็บขยะ, ระบบรักษาความปลอดภัย)					
2. ด้านราคา					
ค่าเช่ารายเดือนเหมาะสมกับขนาดห้องและทำเลที่ตั้ง					
ราคาค่าน้ำ ค่าไฟ มีความเหมาะสม					
ค่าโทรศัพท์ภายในห้องพัก มีความเหมาะสม					
การจ่ายค่าเช่าห้องพักล่วงหน้า					
การจ่ายค่าประกันห้องพัก					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นของผู้เช่าหอพักที่มีต่อปัจจัยในการ ตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าหอพัก				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	ไม่มี อิทธิ พล (1)
3. ด้านสถานที่ (ทำเลที่ตั้ง)					
ใกล้ที่ทำงานและสถานศึกษา					
มีรถประจำทางผ่าน					
ความสะดวกในการเดินทาง					
อยู่ในย่านชุมชนกลางเมือง					
ใกล้แหล่งอุปโภค บริโภคที่จำเป็น					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
มีป้ายโฆษณาชัดเจน					
ส่วนลดพิเศษของค่าเช่ารายเดือน					
มีระบบผ่อนผันค่าเช่าที่ต่ำกว่ากำหนด					
มีของแจกตามห้องพักรก่อนเข้าพัก					
คำแนะนำจากคนรู้จัก					
5. ด้านบุคลากร					
พนักงานมีมารยาท พูดจาสุภาพ					
การเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด					
พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ					
ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย					
พนักงานมีการให้บริการที่รวดเร็ว					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นของผู้เช่าหอพักที่มีต่อปัจจัยในการ ตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเช่าหอพัก				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	ไม่มี อิทธิ พล (1)
6. ลักษณะทางกายภาพ					
สภาพแวดล้อมภายนอกหอพัก (สวนหย่อม, สวน ดอกไม้, สระว่ายน้ำ ในบริเวณหอพัก)					
สภาพแวดล้อมภายในหอพัก (ความสะอาด, ความ แออัด ของผู้พักอาศัยในหอพัก)					
บรรยากาศบริเวณหอพัก มีความร่มรื่น มีความสงบ และมีความเป็นส่วนตัว					
ไม่มีมลภาวะ (เสียง, ควันพิษ, กลิ่นที่ไม่พึงประสงค์)					
7. ด้านกระบวนการให้บริการ					
มีกำหนดขั้นตอนในการเช่าและระเบียบในการเช่า หอพักอาศัยอย่างชัดเจน					
มีเทคโนโลยีในการให้บริการที่ทันสมัย					
มีกระบวนการให้บริการที่ดี ไม่ล่าช้า					
มีการศึกษาความต้องการเพิ่มเติมด้านการให้บริการ ของผู้เช่าหอพัก					
มีการให้ผู้เช่าหอพักประเมินการให้บริการของผู้ให้ เช่าหอพัก					

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความ
อนุเคราะห์การตอบแบบสอบถามนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายธนวัฒน์ เทพนิมิตสุข
วันเดือนปีเกิด 13 มิถุนายน พ.ศ. 2520
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 5/1058 หมู่บ้านประชาชื่น ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120
E-mail: tanawat987@hotmail.com โทรศัพท์ 0819859980
ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2555 สำเร็จการศึกษา วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชชมงคลเทคนิคกรุงเทพ
ประสบการณ์ทำงาน พ.ศ. 2555 – ปัจจุบัน ธุรกิจส่วนตัว (ขายส่งไม้ประดับ)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้