

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักนักศึกษาสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในเขตตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ¹

**MARKETING MIX THAT AFFECTS THE DECISION TO RENT A FEMALE STUDENT
DORMITORY.**

**CHAIYAPHUM RAJABHAT UNIVERSITY IN NA FAI SUBDISTRICT, MUEANG
DISTRICT, CHAIYAPHUM PROVINCEP**

ปาหนัน จันทรมนตรี²

บทคัดย่อ

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักนักศึกษาสตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในเขตตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาหญิงที่ศึกษาที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิที่เช่าหอพักสตรีในพื้นที่ บ้านห้วยชัน และ บ้านนาฝาย ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละร้อย และผู้ตอบแบบสอบถาม การทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ภูมิฐานะ สถาบันการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีระดับปัจจัยในการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักสตรี ในเขต ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ แตกต่างกัน

คำสำคัญ : การตัดสินใจ และส่วนผสมการตลาด

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักนักศึกษาสตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในเขตตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

²นักศึกษาระดับปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโท หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

Study of the marketing mix that affects the decision to rent a female student dormitory at Chaiyaphum Rajabhat University. In Na Fai Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province It is a quantitative research using questionnaires as a tool for collecting data. The sample group was female students studying at Chaiyaphum Rajabhat University who rented a women's dormitory in the areas of Ban Huai Chan and Ban Na Fai, Na Fai Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province. The data was analyzed using frequencies, percentages, and standard deviations. Testing hypotheses with statistics and multiple regression analysis, the results concluded that all respondents All respondents were female. Calculated as a hundred percent and respondents Hypothesis testing It was found that personal factors such as gender, age, monthly income, hometown, educational institution different There are different levels of decision factors that affect the decision to rent a women's dormitory in Na Fai Subdistrict, Mueang District, Chaiyaphum Province.

Keywords : Decision and Marketing mix

ความสำคัญของปัญหา

เนื่องด้วยบริเวณพื้นที่ตั้ง มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิตั้งอยู่ในพื้นที่ ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ที่เป็นพื้นที่ ที่ค่อยๆพัฒนาด้านเศรษฐกิจได้อย่างดี เนื่องจากมีบุคคลมา ศึกษาจำนวน เพิ่มขึ้นในทุกๆปี ทั้งนี้ยังมี ธนาคาร ร้านสะดวกซื้อ และบริษัทเอกชนต่างๆได้เข้ามาลงทุนทำธุรกิจ ขนาดกลางเป็นวงรอบ ซึ่งถือว่าเป็นอีก 1 ตำบล ของจังหวัดชัยภูมิที่มีนักศึกษาสนใจเข้ามาศึกษา กัน จากทั่วทุกจังหวัดจึงทำให้มีจำนวนประชากร (ที่เป็นนักศึกษา) เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากที่เข้ามาอาศัยใน เขตพื้นที่ ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งจากการค้นหาข้อมูลนักศึกษาของ มหาวิทยาลัย ราชภัฏชัยภูมิทั้งหมด มีจำนวน 3,596 คน(อ้างอิงจาก สำนักการบริการนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ ชัยภูมิ วันที่10 สิงหาคม 2566) ด้วยจำนวนประชากรในพื้นที่ที่มีผู้มาพักอาศัยเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการ ขยายตัวของสถานศึกษาที่เพิ่มขึ้น คณะของสาขาวิชาการศึกษา เพิ่มมากขึ้น โครงการจัดตั้งคณะ การศึกษา เพิ่มจำนวนที่รับ นักศึกษาที่เข้าศึกษา เพิ่มขึ้น ทำให้เราเห็นว่าในแต่ละปี จะมีนักศึกษาเข้า มาเพิ่ม ในจำนวนที่มากขึ้นตลอด ทั้งจากต่างจังหวัด และ บริเวณใกล้เคียงซึ่งในจำนวนดังกล่าว มีที่ พักอาศัยของตนเองอยู่แล้ว แต่ยังมีอีกจำนวนหนึ่งที่ไร้ที่พักอาศัย ที่พักพิงที่แน่นอน และบุคคลกลุ่มที่ มีความจำเป็นต้องการที่อยู่ชั่วคราว ในระหว่างศึกษา ซึ่งความต้องการนี้ทำให้มีคนจัดสร้างตึกและ อาคาร เพื่อทำเป็นหอพักใน บริเวณ ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะ ในย่านที่ติดกับสถานศึกษา (มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ) ในแหล่งชุมชน เช่น บ้านห้วยชัน หมู่ 2 ตำบล นาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ และบ้านนาฝาย หมู่3 ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาสตรี ที่อยู่ใน หมู่ 2 บ้านห้วยชัน และหมู่ 3 บ้านนาฝาย ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
- 2.เพื่อเป็นข้อมูลส่งเสริมในการตัดสินใจสำหรับการทำธุรกิจหอพักสตรีและเพื่อสนองต่อสิ่งที่ ต้องการของผู้เช่าหอพัก ในด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

คำถามการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักนักศึกษาศรีมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย สมมติฐานที่ 1

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน ภูมิตำเนา ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา

สมมติฐานของการวิจัย สมมติฐานที่ 2

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลិតภณท์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและ ด้านกระบวนการให้บริการ

สมมติฐานของการวิจัย สมมติฐานที่ 3

กระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อแก่ผู้บริโภคนั้น โดยที่มี ด้วยกัน 5 ขั้นตอน

ขอบเขตของการวิจัย

1.6.1 เนื้อหาการวิจัย : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาศรี ของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในเขตพื้นที่ ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

1.6.2 ขอบเขตด้านประชากร : นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ที่ต้องการเช่าหอพักสตรีในเขต ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ เท่านั้น

1.6.3 พื้นที่การวิจัย : หอพักนักศึกษาศสตร ใน หมู่บ้านห้วยชัน หมู่ที่ 2 ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ และ บ้านนาฝาย หมู่ที่ 3 ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

1.6.4 ช่วงเวลาที่ทำการวิจัย : ช่วงเวลาระหว่างเดือน สิงหาคม - เดือนกันยายน พ.ศ. 2566

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยเนื้อหาการวิจัย : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษาศสตร ของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในเขตพื้นที่ ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในเขตตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ที่ใช้บริการ ซึ่งทราบจำนวนคนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตตำบลนาฝาย อำเภอเมืองจังหวัดชัยภูมิ ที่เช่าหอพักสตรีหญิง 10 แห่ง ในบ้านห้วยชันหมู่ที่ 2 และบ้านนาฝายหมู่ที่ 3 ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 156 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักสตรี ในเขตตำบลนาฝาย อำเภอเมืองจังหวัดชัยภูมิ ในบ้านห้วยชันหมู่ที่ 2 และบ้านนาฝายหมู่ที่ 3 ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

4. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักสตรี ของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย ช่วงเวลาระหว่างเดือน สิงหาคม - เดือนกันยายน พ.ศ. 2566

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง ของนักศึกษาหญิงของมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ของหอพักสตรี ใน บ้านห้วยชัน หมู่ที่2 และบ้านนาฝาย หมู่ที่ 3 ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ที่

ใช้บริการเช่าหอพักสตรีจำนวน 10 แห่ง จำนวน 156 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience หรือ Accidental Sampling) ดังนั้นจึงไม่สามารถอ้างอิงไปยังประชากรทั้งหมดของนักศึกษาหญิงที่อาศัยอยู่ในตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

นิยามเชิงปฏิบัติการ

การวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักนักศึกษาสตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในเขตตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในครั้งนี้มีตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ ภูมิลำเนา ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา และ ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ซึ่งได้มาจากการสังเคราะห์ การทบทวนวรรณกรรมต่างๆ Kotler and Keller (1997) ได้แบ่งเครื่องมือทางการตลาดไว้ทั้งหมด 7 กลุ่ม

- 1.ด้านผลิตภัณฑ์(Product)
- 2.ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร(People)
- 6.ด้านหลักฐานทางกายภาพ(Physical Evidence)
7. ด้านกระบวนการ(process)

Kotler (2012) (อ้างใน ปวิณ ภิรมย์ทอง, 2558, หน้า 20) ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อได้มีการกล่าวไว้ถึงบทบาทที่เป็น เรื่องมีความสำคัญขั้นพื้นฐานของกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อแก่ผู้บริโภคเหล่านั้น โดยมีด้วยกัน 5 ขั้นตอน

กระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อแก่ผู้บริโภคเหล่านั้น โดยมีด้วยกัน 5 ขั้นตอน

- 1.ขั้นตอนของการรับรู้และเข้าใจถึงปัญหา
- 2.ขั้นตอนของการค้นหาหรือการสืบค้นเข้าถึงข้อมูล
- 3.ขั้นตอนของการประเมินผลสำหรับทางเลือกต่างๆสำหรับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือการซื้อ
- 4.ขั้นตอนของการเริ่มทำการบริโภคหรือการซื้อ

5. ขั้นตอนของการทำการประเมินภายหลังการจากการบริโภคหรือการซื้อ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ผู้ประกอบการรู้ถึงปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษา (หญิง) เพื่อให้แนวคิดในการทำธุรกิจหอพัก และตรงตามที่ต้องการของผู้เช่าได้อย่างตรงจุดและใช้ให้เป็นประโยชน์ในการคิดของการบริหาร ของระบบการให้บริการ
2. ทำให้ผู้ประกอบการหอพัก ใช้เป็นข้อมูลส่งเสริมการตัดสินใจสำหรับการทำธุรกิจหอพัก สตรี และใช้เป็นแนวทางในการลงทุนทำธุรกิจ
3. ทำให้ผู้เช่าได้รับการบริการที่ดี ที่พึงพอใจในด้านต่างๆเพิ่มมากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Kotler (2012) (อ้างใน ปวิณ ภิรมย์ทอง, 2558, หน้า 20) ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ได้มีการกล่าวไว้ถึงบทบาทที่เป็น เรื่องมีความสำคัญขั้นพื้นฐานของกระบวนการที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อแก่ผู้บริโภคเหล่านั้น โดยที่มีการ

โมเดลที่มีด้วยกัน 5 ขั้นตอน

1. ขั้นตอนของการรับรู้และเข้าใจถึงปัญหา
2. ขั้นตอนของการค้นหาหรือการสืบค้นเข้าถึงข้อมูล
3. ขั้นตอนของการประเมินผลสำหรับทางเลือกต่างๆสำหรับการตัดสินใจเลือก บริโภคหรือการซื้อ
4. ขั้นตอนของการเริ่มทำการบริโภคหรือการซื้อ
5. ขั้นตอนของการทำการประเมินภายหลังการจากการบริโภคหรือการซื้อ

ภาพ กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ของผู้บริโภค



Maslow ได้มีการนำเสนอในทฤษฎีแนวความคิด ที่เป็นแนวคิดวิทยาเกี่ยวกับการตัดสินใจต่อความต้องการขั้นพื้นฐานสำหรับมนุษย์ โดยที่มีลำดับขั้นทางความต้องการที่มีชื่อว่า Hierarchy of need ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญถึงความต้องการต่อระดับขั้นต่างๆของมนุษย์ นั่นจึงทำให้เกิดเป็นสมมติฐานของการตัดสินใจ

ราช ศิริวัฒน์(2560) ได้ทำการอธิบายถึงความหมายของ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอน

1. ขั้นตอนของการเข้าใจหรือรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ
2. ขั้นตอนของการ สืบหาข้อมูล
3. ขั้นตอนของการประเมินทางเลือก
4. ขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมของ ผู้บริโภคภายหลังจากการซื้อ

วัชพงษ์ ทวีสุข (2554, อ้างถึงใน ฅฐฐฐฐ จันทรจรัญ,2556, หน้า 30-32) ได้อธิบายกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไว้ดังนี้

- 1.ความต้องการได้รับการกระตุ้นหรือการรับรู้ถึงความต้องการ (Need Arousal or Problem Recognition)
- 2.การแสวงหาข้อมูล (Information Search)

แหล่งข้อมูลของผู้บริโภคแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources)

2.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources)

2.3 แหล่งสาธารณะ (Public Sources)

2.4 แหล่งทดลอง (Experimental Sources)

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

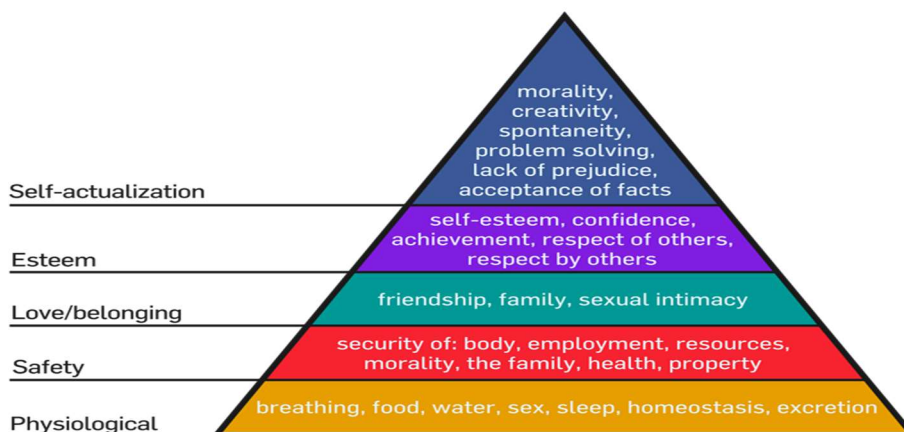
ปิยะนุช เหลืองงาม (2552 : 20) ได้สรุปว่า ในบรรดาทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจอาจจำแนกได้
อย่างน้อย 2 ประเภท ดังนี้

1. ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญ

2. ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) คือ ทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับทฤษฎีแรก
กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญที่ว่า การตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหาหนึ่งๆจะต้องกระทำอย่างไร จึงจะ
สัมฤทธิ์ผลได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเข้าหอพัก

ความต้องการของตนพีระมิดแห่งความต้องการของมาสโลว์โดยที่มีการแบ่งความต้องการ
ออกเป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้



ภาพ ทฤษฎีความต้องการ 5 ด้านของมาสโลว์

ที่มา: Siampongs news. (2561). สืบค้นจาก <http://siampongsnews.blogspot.com>.

ความต้องการขั้นที่ 1 เป็นความต้องการในด้านกายภาพที่เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน (Physiological Needs) ซึ่งเป็นความต้องการที่มนุษย์ทุกคนควรจะให้มีความสำคัญเป็นลำดับแรก

ความต้องการขั้นที่ 2 เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัย (Safety and Security Needs) ที่จะเป็นความต้องการหลังจากความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของแต่ละคนแล้ว

ความต้องการขั้นที่ 3 เป็นความต้องการในด้านสถานะทางสังคมรวมถึงทางด้านความรัก (Love and Belonging Needs and Social Needs) ซึ่งหมายความว่า มนุษย์ทุกคนนั้นมีความต้องการที่จะได้รับความรักจากทางสังคมนั้น

ความต้องการขั้นที่ 4 เป็นความต้องการในเรื่องของการถูกยอมรับนับถือจากสังคม หรือแม้กระทั่งได้รับการยกย่องจากสังคมว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีความสามารถสำหรับสังคมหรือมีประโยชน์ต่อสังคม

ความต้องการขั้นที่ 5 เป็นความต้องการถึงเรื่องที่จะเข้าใจในตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization Needs) โดยกล่าวได้ว่านั้นความต้องการขั้นนี้จะเกิดภายหลังจากที่ความต้องการทั้ง 4 ขั้นนั้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

สิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์และศุภร เสรีรัตน์(2541) ได้สรุปเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ (Market Mix) ว่าขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ดังมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location)
4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)
5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในงาน
6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)
7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการ

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ขั้นตอนการศึกษาจะเป็นดังนี้

ขั้นตอนแรก ดำเนินการวิจัย ณ กิจการหอพักสตรี ณ กิจการที่ให้เช่าเป็นรายเดือน และ รายเทอม ของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็ก

ขั้นตอนที่สอง เป็นการสร้างเครื่องมือ โดยการที่ผู้วิจัยสร้างตัวแบบและตัวชี้วัดสำหรับ ประเมินความสอดคล้องของมิติด้านกลยุทธ์ของกิจการ มิติด้านการดำเนินงาน มิติด้านประสิทธิผล การดำเนินงาน และ มิติด้านความพึงพอใจของลูกค้าของหอพักสตรี

ขั้นตอนที่สาม เป็นการนำเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อทดสอบระดับความเห็นด้วยของความ สอดคล้อง

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

โดยมีแนวการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยสถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักสตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในเขตพื้นที่ ตำบลนาฝายอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยสถิติเชิงพรรณนา โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. พบว่านักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ที่ตัดสินใจเลือกพักในหอพักทั้ง 10 แห่ง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0% มีอายุ 18-22 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 86.5% และรายได้ต่อเดือน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8% และ ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2% และระดับและชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7%

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาสตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ในเขตตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่เช่าหอพักสตรี โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักสตรีที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก หนึ่งคืออันดับหนึ่งคือ ด้านบริการ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

- 5.2 ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก
- 5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก
- 5.4 ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
- 5.5 ด้านบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งหมด
- 5.6 ด้านสภาพแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมากทั้งหมด
- 5.7 ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักศึกษาเพศหญิงของมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ที่เช่าหอพักสตรี อยู่ใน บ้านห้วยชัน หมู่ที่ 2 และ บ้านนาฝาย หมู่ที่ 3 ตำบลนาฝาย อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ผู้บริโภครวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าเช่า สัญญามีความเที่ยงตรง เงินมัดจำ ห้องพักคืนตามสัญญา ค่าห้องพัก สามารถผ่อนชำระได้(กรณี ฉุกเฉิน)

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการผู้บริโภครวมมีความ คิดเห็นเกี่ยวกับ ข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุง

เช่น อยากให้ปรับปรุงบริเวณทางขึ้นหอเพราะเวลาฝนตกมันลื่นลื่นคะ ผู้ประกอบการควรปรับปรุง เร่งด่วนเพื่อรักษาลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการทางวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักอาศัยในหอพักของผู้บริโภคใน จังหวัดใกล้เคียง เช่น ขอนแก่น นครราชสีมา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาเชิงลึก หรือการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหอพัก

บรรณานุกรม

การเคหะแห่งชาติ. (2566). ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2566 จาก<http://www.nhanet.or.th>.

สำนักบริการการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ (วันที่ 10 สิงหาคม 2566)

สุกิดา ผดุงขวัญ. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรม สหรัตนนคร อำเภอนครหลวง จังหวัดระนองศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

National Housing Authority (2023). Retrieved on 15 August 2023 from <http://www.nhanet.or.th>.

Chaiyaphum Rajabhat University Educational Service Office (10 August 2023)

Supida Phadungkhwan. (2007). Factors affecting the decision to rent a dormitory for employees in Saharattanakorn Industrial Estate, Nakhon Luang District, Ranakhon Si Ayutthaya Province. Master of Business Administration term paper