

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

Factors Affecting Students' Choice of Private Dormitory Rental Service

Rajamangala University of Technology Lanna Nan

กนกรัตน์ ดวงพิกุล

Kanokrat Duangpikul

ชนาภา มั่งคละ

Chanapa Mungkala

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

Faculty of Business Administration and Liberal Arts

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Rajamangala University of Technology Lanna

Email: duangpikul25@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) : 20 มีนาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ (Revised) : 21 มิถุนายน 2565

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) : 21 มิถุนายน 2565

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน 2) ศึกษาปัจจัยบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน จำนวน 280 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศชาย มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 20-22 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,001-10,000 บาท แหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่มาจากการกู้ยืม/กรอ. และอาศัยอยู่หอพักใกล้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.38 ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา คือ ด้านบุคคลากรที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.61 ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 ด้านทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.29 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.16 และลำดับสุดท้ายด้านลักษณะห้องพัก มีค่าเฉลี่ย 3.00

คำสำคัญ: ปัจจัยบริการ, การเลือกเช่าห้องพัก, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Abstract

The objective of this article is to 1) to study personal factors affecting the selection of private dormitory rental services. Of students of Rajamangala University of Technology Lanna, Nan 2) to study service factors affecting the selection of private dormitory rental services of students of Rajamangala University of Technology Lanna Nan is a quantitative research. The sample was 280 students of Rajamangala University of Technology Lanna, Nan, obtained by simple random sampling. The research tool was a questionnaire. The statistics used in the data analysis were frequency distribution, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that Most of the respondents were male students. The average age is between 20-22 years old, studying at the bachelor's degree level. The average monthly income is 5,001-10,000 baht. Most of the sources of income come from borrowing KK. And lived in a dormitory near Rajamangala University of Technology Lanna, Nan. As for the factors affecting the selection of private dormitory rental services among students of Rajamangala University of Technology Lanna, Nan, overall were at a moderate level with an average mean of 3.38. The most was marketing promotion with an average of 3.85, followed by personnel serving an average of 3.61, service with an average of 3.38, location with an average of 3.29, price with an average of 3.16, and respectively. Finally, the room style has an average of 3.00.

Keywords: Service factor, Choosing to rent a dormitory,
Rajamangala University of Technology Lanna

1. บทนำ

จังหวัดน่าน เป็นจังหวัดที่มีประวัติความเป็นมาเก่าแก่ยาวนาน มีชื่อเรียกในพงศาวดารว่า นันทบุรี ในอดีตเป็นนครรัฐเล็กๆ ก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่านและแม่น้ำสาขาในหุบเขาทางตะวันออกของภาคเหนือ เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีเสน่ห์ไม่น้อย ด้วยความที่เป็นเมืองท่ามกลางหุบเขามีธรรมชาติสวยงาม อีกทั้งยังอวดด้วยกลิ่นอายของศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร การดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นไปอย่างไม่เร่งรีบและเรียบง่าย เพื่อสัมผัสกับธรรมชาติและความสะดวกสบายที่หาไม่ได้ในชีวิตเมือง ส่งผลให้ประชากรส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะสร้างที่อยู่อาศัยและเข้ามาประกอบอาชีพในจังหวัดน่าน รวมทั้งนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดและนักศึกษาในบริเวณใกล้เคียง ปัจจุบันในจังหวัดน่านมีผู้ประกอบการห้องเช่า บ้านพักและหอพักอยู่หลายราย ทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้สูง เพื่อเป็นการ

รองรับความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่เข้ามาทำงาน ท่องเที่ยวและเพื่อการศึกษาในพื้นที่ใกล้เคียง (สำนักงานจังหวัดน่าน, 2562, [ออนไลน์])

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (RMUTL) เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบน ได้รับการสถาปนาขึ้นตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 ประกอบด้วย 6 พื้นที่กับ 1 สถาบัน คือ พื้นที่เชียงราย พื้นที่ตาก พื้นที่ลำปาง พื้นที่น่าน พื้นที่พิษณุโลก พื้นที่ภาคพายัพ เชียงใหม่และสถาบันวิจัยเทคโนโลยีเกษตร ทางมหาวิทยาลัยมุ่งผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติให้มีความเชี่ยวชาญทางด้านวิชาชีพ ใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นพื้นฐานและการบูรณาการ การจัดการเรียนการสอนกับการปฏิบัติงานจริง (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน, ประวัติความเป็นมา, 2562, [ออนไลน์])

สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านน่าน มีคณะที่เปิดสอน 3 คณะ ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิศวกรรมศาสตร์และคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ นักศึกษาส่วนมากมีภูมิลำเนาห่างไกลจากตัวเมือง บางคนอยู่ต่างอำเภอและต่างจังหวัด ทำให้นักศึกษาต้องการเช่าหอพักหรือห้องพักที่มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน และระยะทางจากหอพักถึงมหาวิทยาลัยก็ไม่ไกลมากนัก

ดังนั้น การตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษา ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น อัตราค่าเช่า ผู้แนะนำ ลักษณะของหอพัก ความปลอดภัย สถานที่ตั้งของหอพัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นอกจากนี้นักศึกษาผู้มาเลือกพัก ยังให้ความสำคัญในเรื่องของการให้บริการของหอพักอีกด้วย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของนักศึกษาทั้งสิ้น จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัย จึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษา เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการหอพักต่างๆ นำไปปรับปรุงและพัฒนา ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา โดยผลที่ได้รับจากการวิจัย จะช่วยเพิ่มความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกหอพัก ตลอดจนทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการเลือกหอพักของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านน่านต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึงกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่ง จากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ซึ่ง ผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือก

สินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อกำหนดของสถานการณ์การตัดสินใจ จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2560)

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) แม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ หมายถึงการที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนเอง ซึ่งอาจเกิดขึ้นเอง หรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายในและภายนอก เช่น ความหิว ความกระหาย ความเจ็บปวด รวมถึงความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) และความต้องการที่เป็นความปรารถนาอันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2) การแสวงหาข้อมูล เมื่อเกิดปัญหาผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

2.1) แหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เป็นต้น ซึ่งแหล่งบุคคลเหล่านี้ จะเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุด

2.2) แหล่งการค้า ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า บรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

2.3) จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง ได้แก่ การลองสัมผัส การตรวจสอบ การทดลองใช้สินค้า เป็นต้น

2.4) แหล่งข่าวทั่วไป ได้แก่ สื่อมวลชนต่างๆ องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2.5) แหล่งทดลอง ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัย ภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3) การประเมินผลการเลือก เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้ว ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือก นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่างๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก

4) การตัดสินใจซื้อ จากการประเมินผลทางเลือก จะช่วยให้ผู้บริโภครู้ความพึงพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือก โดยทั่วไปผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด

5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากมีการซื้อแล้วผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของสินค้า ทำให้เกิดการซื้อซ้ำหรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

2. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประสมการตลาดหมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่ธุรกิจเสนอขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตน ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ซึ่งจะต้องแจ้งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ เช่น ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ รูปลักษณะ ขนาดเครื่องหมายการค้า สิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภค โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย

2) ด้านราคา (Price) หมายถึงการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ให้อยู่ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคใช้ราคาเป็นเครื่องมือหนึ่ง ในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการซื้อ บางครั้งการตั้งราคาสินค้าสูงก็สามารถจูงใจผู้บริโภคบางกลุ่มได้ เนื่องจากเกิดความภูมิใจจากการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพง จึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

3) ด้านการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทาง หลังจากผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้ว จนเกิดความสนใจและอยากทดลองซื้อใช้ แต่หากไม่สามารถหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจ แล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นที่หาได้สะดวกกว่า โดยการจัดจำหน่ายแบ่งได้อีก 2 แบบ ดังนี้

3.1) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยจะผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้

3.2) การกระจายสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการ เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึง ประกอบด้วยการขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อ การติดต่อสื่อสารทำได้โดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Non-Personal Selling) ประกอบด้วยเครื่องมือ 5 ประเภท คือ การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing)

5) ด้านบุคลากร (People) บุคลากรเป็นเสมือนตัวแทนของธุรกิจ ที่ส่งมอบบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภค จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจ ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในตัวธุรกิจ การสรรหาบุคคลที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินการเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการสร้างแรงจูงใจ ปลุกฝังความเชื่อ ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร อย่างถูกต้องเหมาะสม

6) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นระบบที่ธุรกิจเลือกใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นข้อ กำหนดการทำงานของบุคลากรให้มีความชัดเจน เพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพ โดยใช้ต้นทุนต่ำที่สุด ธุรกิจต้องแน่ใจว่าระบบที่เลือก สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ไม่ใช่เป็นเพียงการทำให้

ธุรกิจเองดำเนินงานได้ง่ายขึ้น หลายครั้งธุรกิจต้องสร้างความสมดุลระหว่างความสมบูรณ์ของกระบวนการและต้นทุนที่ต้องเพิ่มเข้าไป

7) ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยการสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งด้านกายภาพและการให้บริการ เช่นการตกแต่งร้านให้มีความสะอาดเป็นระเบียบ ย่อมสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการที่มีมาตรฐาน นอกจากนี้ธุรกิจจะต้องนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามความคาดหวังของผู้บริโภค เช่น สถานพยาบาลจะต้องดูสะอาดปลอดเชื้อโรคสว่างหรือร้านอาหารต้องถูกสุขลักษณะ เป็นต้น

3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกห้องพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ กลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้พักอาศัยในห้องพักพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 217 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พักอาศัยในห้องพักเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี เคยพักอาศัยในห้องพักอื่นมาก่อนเข้าพักในห้องพักปัจจุบัน ส่วนใหญ่ย้ายออกจากห้องพักเดิมด้วย เหตุผลห้องพักใหม่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา มีการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน จ่ายค่าเช่ารายเดือน ในอัตรา 1,500-2,000 บาทต่อเดือน จ่ายค่าเช่าเดือนละครั้ง มีสมาชิกที่พักอาศัยร่วมกัน 2 คน เป็นห้องพักแบบ 1 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ สุขภัณฑ์ภายในห้องพักประกอบด้วย โถชักโครก อ่างล้างหน้า เครื่องทำน้ำอุ่น การชำระค่าไฟฟ้าและค่าน้ำประปา ส่วนใหญ่เป็นการชำระตามอัตราที่ห้องพักกำหนด มีการให้บริการอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์และมีการให้บริการเคเบิลทีวีภายใน

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกห้องพักใน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

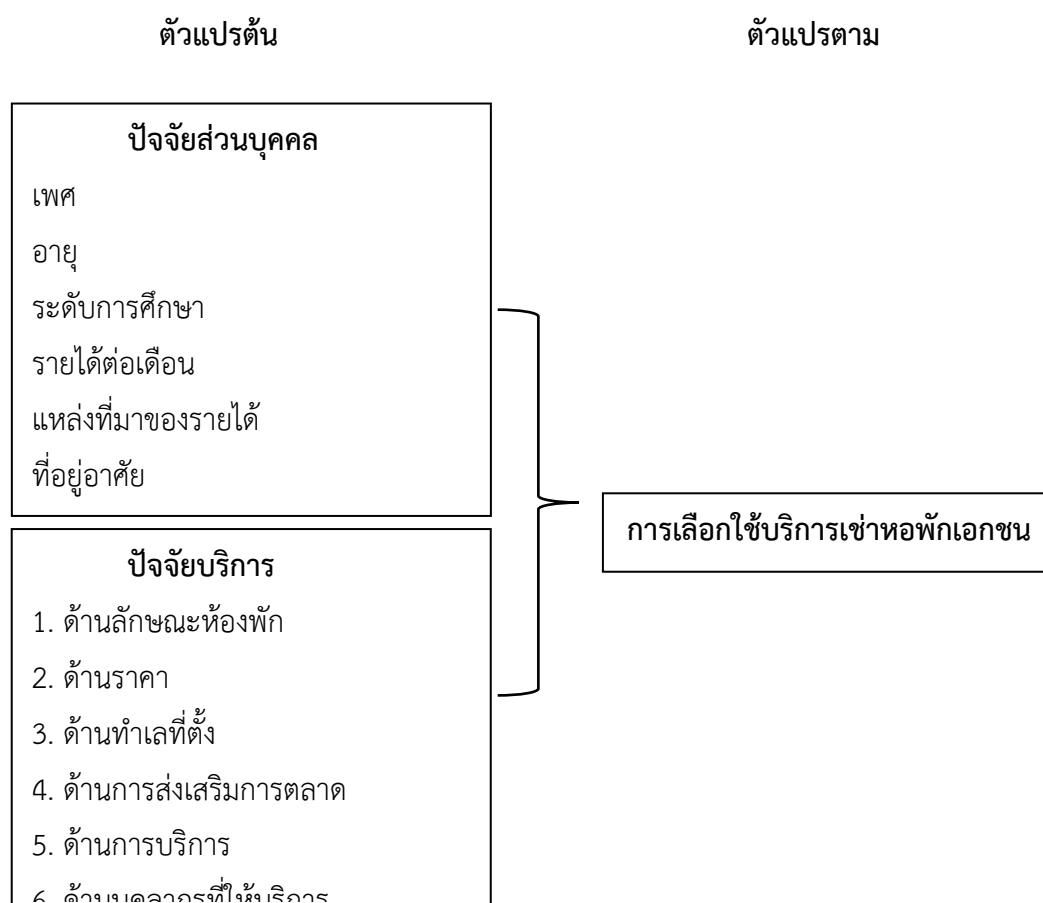
ทิพพา ลุนเผ่ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สุวรรณ เดชน้อย (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพัก โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของแรงงานในจังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 7 ด้าน เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านลักษณะของห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการบริการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านบุคลากรที่ให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ศุภามาส ก้อนพิลา (2560) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการและด้านบุคลากรมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องพักอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องพักในระดับปานกลาง

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีผู้ทำการศึกษามาก่อนดังกล่าวแล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำมาประมวลถึงความสัมพันธ์ในมิติต่าง ๆ และนำมาปรับเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ประชากร หมายถึงนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน ณ วันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งมีจำนวน 876 คน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน, งานวิชาการและทะเบียน, 2563, [ออนไลน์])

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรมีจำนวนแน่นอน (Finite Population) จึงใช้สูตรคำนวณขนาดประชากรของยามาเน่ (Yamane, 1973) กำหนดขนาดความเชื่อมั่นที่ 95 % และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 จึงได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 280 คนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน แหล่งที่มาของรายได้และที่อยู่อาศัย คำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน ได้แก่ ด้านลักษณะห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการและด้านบุคลากรที่ให้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยกำหนดให้ค่าน้ำหนักของแบบสอบถามแต่ละข้อไว้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่ามากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่ามาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเช่าน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา มาปรับปรุงแก้ไขและนำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่าเท่ากับ 0.60 ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้ตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 แสดงว่ามีความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (กัลยา, 2557)

จากนั้นนำแบบสอบถาม ไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มบุคลากรที่มีความคล้ายกับกลุ่มประชากร จำนวน 30 คน และใช้วิธีคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น “สัมประสิทธิ์แอลฟา” ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.75 ซึ่งถือเป็นค่าที่เชื่อถือได้ โดยทั่วไปการวัดความเชื่อถือได้ของข้อมูล ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่คำนวณได้ จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 (กัลยา, 2557)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงนำแบบสอบถาม ที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง และแปลความหมายจากระดับค่าเฉลี่ย

เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (กัลยา, 2551) ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก

2.61-3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง

1.81-2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย

1.00-1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

6. ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.10 มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 57.10 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 100.00 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.60 แหล่งที่มาของรายได้มาจากการกู้ยืมศ./กรอ. คิดเป็นร้อยละ 56.40 อาศัยอยู่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 57.10

การวิเคราะห์ปัจจัยบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.85 อยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.61 อยู่ในระดับมาก ด้านบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 อยู่ในระดับ ปานกลาง ด้านทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง และด้านลักษณะห้องพัก มีค่าเฉลี่ย 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวม ของปัจจัยบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

n = 280

ปัจจัยบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.85	0.65	มาก
2. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.61	0.65	มาก
3. ด้านการบริการ	3.38	0.47	ปานกลาง
4. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.29	0.44	ปานกลาง
5. ด้านราคา	3.16	0.51	ปานกลาง
6. ด้านลักษณะห้องพัก	3.00	0.26	ปานกลาง
รวม	3.38	0.49	ปานกลาง

7. สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.10 มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 57.10 เป็นนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 100.00 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.60 แหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่มาจากการกู้ยืม/กรอ. คิดเป็นร้อยละ 56.40 และอาศัยอยู่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 57.10 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้พักอาศัยในหอพักพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 217 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

2. จากผลการศึกษาปัจจัยบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรที่ให้บริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก อยู่ในระดับมาก คือ การประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของหอพักมีความน่าเชื่อถือ มีแผนป้ายชื่อหอพักเห็นชัดเจน สังเกตได้ง่าย มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลและให้คำแนะนำ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้เช่า ตลอดจนมีการจัดโปรโมชั่นให้กับผู้เช่า

ส่วนปัจจัยด้านการบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านราคาและด้านลักษณะห้องพัก มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพัก อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพพา ลุนเผ่ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อแยกพิจารณาปัจจัยบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเช่าหอพักเอกชน เป็นรายด้าน ได้ดังนี้

2.1 ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าด้านบุคลากรที่ให้บริการ เนื่องจากด้านการส่งเสริมการตลาด มีการให้ส่วนลดค่าเช่าหอพักในช่วงปิดภาคเรียน และส่วนลดค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า เพราะส่วนมากแล้วช่วงปิดภาคเรียนจะไม่นักศึกษาอาศัยอยู่หอพัก ทำให้นักศึกษาประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้ ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของ สุภามาส ก้อนพิลา (2560) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพักในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกเช่าห้องพักในระดับปานกลาง

2.2 ด้านการบริการและด้านทำเลที่ตั้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านการบริการมากกว่าด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากนักศึกษาอยากให้มีการบริการที่ใส่ใจ เรื่องการจัดการห้องพักอย่างเป็นระบบระเบียบและได้มาตรฐาน สะดวกสบายและครบครัน ทำเลที่ตั้งไม่ได้ส่งผลกระทบต่อนักศึกษามากนัก เพราะมีเส้นทางการจราจรที่สะดวก ปลอดภัยและไม่ติดขัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุวรรณ เดชน้อย (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดนครราชสีมา พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของแรงงานในจังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 7 ด้าน เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านลักษณะของห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการบริการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

2.3 ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านราคา เช่น เงินมัดจำห้องพักที่มีความเหมาะสม เช่น มีการคิดค่าสาธารณูปโภคในอัตราที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของทิพพา ลุนเผ่ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเช่าห้องพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย จังหวัดหนองคาย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

2.4 ด้านลักษณะห้องพัก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านลักษณะห้องพัก เช่น ห้องพักมีความทันสมัย/สวยงาม รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในและภายนอกห้องพัก สอดคล้องกับผลการวิจัยของสิทธิพงษ์ วันเพ็ญ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกห้องพัก ในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ผู้ประกอบการห้องพัก ควรให้ความสำคัญในเรื่องการพิจารณาค่าห้องพัก ค่ามัดจำ ค่าสาธารณูปโภค การมีกล้องวงจรปิดภายในบริเวณห้องพักและบริเวณที่จอดรถ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของห้องพักให้ทันสมัย เพื่อสร้างรูปแบบที่หลากหลาย ควรมีการเปิดเช่าห้องพักแบบรายวันสำหรับห้องที่ว่างอยู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทำให้ห้องพักมีความโดดเด่น น่าสนใจ จะเป็นการกระตุ้น ความสนใจของนักศึกษาและผู้ที่สนใจทั่วไป ให้เกิดการเลือกเช่าห้องพักซ้ำอีก

1.2 ผู้ประกอบการที่ให้บริการเช่าห้องพัก ควรรักษามาตรฐานในการให้บริการที่ครอบคลุมความต้องการของลูกค้า มีพนักงานที่กระตือรือร้น ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ และเอาใจใส่ต่อผู้เช่าห้องพัก เพื่อเพิ่มการเลือกเช่าห้องพักของผู้เช่าพัก

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาความคาดหวังของนักศึกษาที่เลือกใช้บริการเช่าหอพัก เพื่อให้ทราบว่านักศึกษามีความต้องการด้านใด ในการตัดสินใจเลือกหอพัก เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการให้ดีขึ้น

2.2 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการเช่าหอพักของผู้เช่าพักบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาคุณภาพหอพัก ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

บรรณานุกรม

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2551). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. (2557). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2560). ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2563, จาก <https://doctemple.wordpress.com>.

ทิพพา ลุนเผ. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้หอพักเอกชนของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2564, จาก <http://fulltext.rmu.ac.th>.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน. (2562). ประวัติความเป็นมา. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2563, จาก <https://nan.rmutl.ac.th/page/historynan>.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน. (2563). งานวิชาการและทะเบียน. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2563, จาก <https://nan.rmutl.ac.th/oaa>.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศุภามาส ก้อนพิลา. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการเช่าห้องพัก ในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564, จาก <http://www.graduate.cmru.ac.th>.

สิทธิพงษ์ วันเพ็ญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อผู้เช่าในการเลือกหอพักในอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564, จาก <http://cmuir.cmu.ac.th/handle>.

สำนักงานจังหวัดน่าน. (2562). ประวัติจังหวัดน่าน. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564, จาก <http://www.nan.go.th>.

สุวรรณ เดชน้อย. (2559). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักของแรงงานในนิคมอุตสาหกรรม นวนคร จังหวัดนครราชสีมา. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2(1): 196-207.

Yamane T. (1973). Statistic: An Introductory Analysis. 3 rd. ed. New York: Harper and Row.