

การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนหอพัก
บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น

สารนิพนธ์
ของ
อัครวัฒน์ เดชอุดมทรัพย์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กันยายน 2550
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนหอพัก
บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทคัดย่อ
ของ
อัมรินทร์ เดชอุดมทรัพย์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กันยายน 2550

อัญรัตน์ เดชอุดมทรัพย์. (2550). การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. ศุภินญา (ดัชนีภิรมย์) ญาณสมบุญ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด และการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนในโครงการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่โรงเรียนสาธิตมอดินแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 416 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าทีเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่แบบ Least Significant Difference (LSD) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นนักเรียน และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท
2. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพักด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับค่อนข้างสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหอพักที่มี พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ มีความพร้อมของระบบรักษาความปลอดภัย มีการคมนาคมสะดวก สภาพอาคารมีความคงทน อัตราค่าสาธารณูปโภคที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับหอพักอื่น และมีส่วนลดในกรณีที่พักอาศัยนาน
3. ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการห้องแอร์ ราคาเช่า 3,600 บาท/เดือน และมีแนวโน้มการตัดสินใจที่จะ “เช่า” หอพักมากที่สุด

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านราคา แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก ไม่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุและมีอาชีพ แตกต่างกันมีแนวโน้มการเช่าหอพัก แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก ในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมากขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักลดลงในระดับต่ำ

7. โครงการลงทุนหอพักบริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีระยะเวลาคืนทุน 18 ปี 5 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 9,941,424.14 บาท ให้อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 10.45% ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ และมีอัตราผลตอบแทนต่อทุนเท่ากับ 1.33 เท่า ดังนั้นโครงการนี้จึงเหมาะสมที่จะลงทุน เนื่องจากมีค่าประเมินทางการเงินในทางบวก

THE FEASIBILITY PROJECT OF DORMITORY
NEIGHBORING KHONKAEN UNIVERSITY AREA

AN ABSTRACT
BY
UNYARAT DECHUDOMSUB

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration in Marketing
at Srinakharinwirot University
September 2007

UNYARAT DECHUDOMSOB (2007). *The Feasibility Project of Dormitory Neighboring Khonkaen University Area*. Master's Project, M.B.A. (Market). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Dr. Supinya (Dachanabhirom) Yansomboon

This research is designed to study about the factors which affect in decision making for choosing a dormitory in a sense of all, such as products and services, price of rent, location, marketing promotion, customer service, process of servicing and physical attraction. The tendency in decision making for renting a dormitory needs a study for marketing and financial possibilities in order to consider for the investment. The sampling group is 416 high school students from Satit Mordindaeng High School, Satit Khonkaen University High School, undergraduate students and officer from Khonkaen University. Questionnaire is used as tool to collect data, statistical analyses are used in a form of percentage, means, standard deviation, t-test, f-test, one-way ANOVA, Least Significant Difference (LCD) and Pearson Product Moment Correlation coefficient.

The results of this study are as follows:

1. Most respondents are high school students under 20 years old, with a monthly income less than 5,000 baht/month.
2. The respondents pay most attention on the following important factors in order to make decision for renting a dormitory: customer service, process of servicing, products and services, location, physical attraction, price of rent and marketing promotion. After considering closely, the common factors in decision making for choosing a dormitory are good and polite customer service officer, readiness for security system, good transportation, the building is well constructed, the appropriate rate for utility service comparing to elsewhere, and offering discount for the one who stays for a long time.
3. The respondents prefer a room with air conditioning, which offers a price of rent not more than 3,600 baht/month.

4. The difference in gender is not affected to the main factors in choosing a dormitory such as products and services, price of rent, location, marketing promotion, customer service, the process of servicing.

5. The different in gender, education and monthly income tends to have little influence in decision making.

The respondents with different age, education, occupation and monthly income tend to have different decision at only 0.05.

6. The factors of products and services, location, marketing promotion, customer service and the process of servicing are not correlated to the tendency of decision making.

The price of rent pays a little role in decision making for renting a room; it goes in the standard direction. Let's say, the more they pay attention in the price of rent, the less they will decide to rent a room.

For the basic physical attraction, it has fewer tendencies in making decision and goes differently. If the physical attraction is high, the tendency in making decision for renting a room will be lower.

7. The breakeven point for this project is by 18 years and 5 months, and the net present value is 9,941,424.14 baht which offering internal rate of return (IRR) yield at 10.45% that is higher than expected target. The ratio of benefit per cost is 1.33 times. The conclusion gives a positive evaluation; this project is worth for investing.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ ดร. ศุภินญา ญาณสมบุญรณ์ ที่ให้เกียรติรับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ โดยให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยดีตลอดมา ทั้งนี้รวมถึง รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกิตตา และ อาจารย์ ดร. รัชพงษ์ วงศาโรจน์ คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ได้ให้ความกรุณาตรวจสอบ เสนอแนะความคิดเห็นจนกระทั่งได้เป็นสารนิพนธ์ฉบับสมบูรณ์นี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความรู้ทั้งในทางทฤษฎี รวมถึงการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการศึกษาของผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อนๆ ที่ได้ให้กำลังใจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการทำสารนิพนธ์ จนกระทั่งเสร็จสิ้นด้วยความเรียบร้อย

อัญรัตน์ เดชอุดมทรัพย์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	2
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
รายละเอียดเกี่ยวกับจังหวัดขอนแก่น.....	13
การศึกษาความเป็นไปได้.....	14
แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	20
ส่วนประสมการตลาดบริการ 7'Ps.....	22
โครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น.....	16
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	37
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	119
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	122
อภิปรายผล.....	130
ข้อเสนอแนะ.....	133
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	133
บรรณานุกรม.....	134
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	140
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม.....	146
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	148

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	21
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน.....	56
3 แสดงจำนวน และร้อยละของรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดใหม่.....	58
4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกหอพัก.....	60
5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเลือกหอพัก.....	60
6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกหอพัก.....	61
7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกหอพัก.....	62
8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกหอพัก.....	62
9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการที่มีผลต่อการเลือกหอพัก.....	63
10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกหอพัก.....	64
11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกหอพัก.....	64
12 แสดงแสดงจำนวน และร้อยละของประเภทห้องพักตรงตามความสนใจของ ผู้ตอบแบบสอบถาม.....	65
13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแนวโน้มการตัดสินใจ เช่าหอพัก.....	65
14 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก จำแนกตามเพศ.....	66

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก จำแนกตามอายุ.....	67
16	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับอายุ....	68
17	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับอายุ....	69
18	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับอายุ....	70
19	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
20	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับการศึกษา	72
21	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก จำแนกตามอาชีพ.....	73
22	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอาชีพ.....	74
23	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอาชีพ.....	75
24	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับอาชีพ....	76
25	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก จำแนกตามรายได้.....	77
26	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับรายได้.	78
27	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามเพศ.....	79
28	แสดงผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามอายุ.....	80

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
29 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักเป็นรายคู่ โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอายุ.....	80
30 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
31 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักจำแนกตามอาชีพ.....	82
32 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักเป็นรายคู่ โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอาชีพ.....	80
33 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน.....	81
34 แสดงวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเลือกหอพักกับ แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก.....	84
35 แสดงค่าอุปกรณ์ติดตั้งในสำนักงาน.....	87
36 แสดงค่าอุปกรณ์ติดตั้งในห้องพัก.....	87
37 แสดงแหล่งที่มาของเงินลงทุนของโครงการ.....	88
38 แสดงอัตราการเข้าพักเฉลี่ย.....	89
39 แสดงรายรับรวมของโครงการ.....	91
40 แสดงประมาณการเงินเดือนพนักงาน / ปี.....	92
41 แสดงประมาณการชำระเงินกู้และจ่ายดอกเบี้ย.....	93
42 แสดงงบกำไรขาดทุนล่วงหน้า.....	94
43 แสดงงบดุลล่วงหน้า.....	99
44 แสดงงบกระแสเงินสดล่วงหน้า.....	108
45 แสดงแสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุน.....	117
46 แสดงข้อมูลจุดคุ้มทุนของโครงการ.....	118
47 แสดงสรุปผลการประเมินโครงการด้านการเงิน.....	118
48 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับ ปัจจัยในการเลือกหอพัก.....	126

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
49 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับ แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก.....	128
50 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยในการตัดสินใจเลือกหอพักกับ แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก.....	128

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวความคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	8
2 แสดงกรอบแนวความคิดในการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน.....	9
3 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัยการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน.....	10
4 แสดงแผนที่ที่ตั้งโครงการ.....	31

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

จำนวนประชากรของประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี จึงมีหน่วยงานต่างๆ ทั้งสถานศึกษา ภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ประกอบการประเภทต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของประชากรที่ต้องดำเนินชีวิตโดยอาศัยการทำงานและเข้าศึกษาจากองค์กรเหล่านี้ ซึ่งองค์กรเหล่านี้อาจไม่ได้อยู่ในพื้นที่ภูมิลำเนาของประชาชน จึงมีประชาชนบางส่วนที่มีความจำเป็นหรือต้องการที่จะไปประกอบอาชีพหรือศึกษาในที่ที่ไม่ใช่ถิ่นฐานหรือภูมิลำเนาของตนเอง ซึ่งก็หมายถึงการที่ประชาชนเหล่านั้นต้องแสวงหาที่พักอาศัยแห่งใหม่ในพื้นที่ที่ต้องใช้ดำเนินชีวิตในการประกอบอาชีพหรือทำการศึกษา

ที่อยู่อาศัยจึงนับเป็นสิ่งสำคัญ เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ ซึ่งรวมไปถึงความต้องการที่จะได้รับการบริการจากที่อยู่อาศัยนั้นด้วย เช่น ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย เป็นต้น ซึ่งบริการต่างๆ ของที่อยู่อาศัยแต่ละแห่งจะแสดงถึงภาพลักษณ์ของที่อยู่อาศัยนั้นด้วย อย่างกรณีจังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่มากจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง เศรษฐกิจ และการศึกษาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และจากการเพิ่มขึ้นของประชากรที่เข้ามาศึกษาและทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น รวมไปถึงโรงเรียนสาธิตมอดินแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของประชากรทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ยังประสบปัญหาการจราจรทำให้เสียเวลาในการเดินทาง เนื่องจากมหาวิทยาลัยขอนแก่นตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองจังหวัดขอนแก่นทางเลียบหนึ่งของประชากรที่ต้องศึกษาและทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ประสบปัญหาที่พักอาศัยและปัญหาการจราจร คือ การเช่าที่อยู่อาศัยประเภทหอพักที่มีทำเลที่ตั้งใกล้สถานที่ทำงานและสถานศึกษา เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางมากที่สุด

จากข้อมูลข้างต้นจึงผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเลือกทำเลที่อยู่ติดกับรั้วมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพราะบริเวณดังกล่าวเป็นย่านธุรกิจมีหอพัก ร้านค้า ร้านอาหารและสาธารณูปโภคต่างๆ ตั้งอยู่จำนวนไม่น้อย และยังสามารถเดินทางได้สะดวกสำหรับนักเรียน นักศึกษา และคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของหอพักทั้งสิ้น เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์ด้านการตลาด เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงหากไม่มีการวิเคราะห์ด้านการตลาดที่ดีจะทำให้ธุรกิจประสบปัญหาในอนาคต การศึกษาดังกล่าวจะเป็นข้อมูลเพื่อป้องกันไม่ให้

เกิดความเสียหายจากสถานการณ์ต่างๆ เช่น ห้างพักที่ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค หรือที่ตั้งโครงการอยู่ในพื้นที่ไม่น่าสนใจของผู้บริโภค และทั้งลดความเสี่ยงในการลงทุน และเพื่อทราบถึงความต้องการของผู้เช่าหอพัก เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนและการวิเคราะห์ทางการเงินต่อไป เช่น เงินลงทุนและค่าใช้จ่ายเริ่มต้นการก่อสร้างโครงการ การคาดคะเนผลตอบแทนและผลกำไรที่จะได้รับ เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนทางการเงินที่เหมาะสม ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าและความเสี่ยงทางการเงินที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อโครงการที่จะเลือกลงทุน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกหอพักของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษา และคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าจะทำให้ทราบข้อมูลด้านต่างๆ ที่สามารถนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจลงทุนโครงการหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักในปัจจุบัน และเป็นประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนั้น ผลการศึกษากลายเป็นไปได้อย่างด้านการเงิน สามารถใช้เป็นเกณฑ์การตัดสินใจการลงทุนโครงการหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น และยังช่วยให้กิจการทราบแนวโน้มผลประกอบการและสภาพคล่องทางการเงินล่วงหน้า ซึ่งจะช่วยกิจการวางแผนทางการเงินได้เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษากลายเป็นไปได้อย่างโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีขอบเขตการศึกษา คือ ขอบเขตการศึกษากลายเป็นไปได้อย่างด้านการตลาด ขอบเขตการศึกษากลายเป็นไปได้อย่างด้านการเงิน ดังนี้

1. ขอบเขตการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

ความเป็นไปได้ด้านการตลาด ประกอบด้วย

โดยในการศึกษาครั้งนี้ จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพักของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมอดินแดง โรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด โดยผลจากการศึกษาที่จะได้รับจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของโครงการหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2. ขอบเขตการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

ความเป็นไปได้ด้านการเงิน ประกอบด้วย

1. ศึกษาต้นทุนและค่าใช้จ่ายเริ่มต้นในการดำเนินงาน
2. การประมาณการงบการเงิน ได้แก่ งบดุลล่วงหน้า งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า และประมาณการงบกระแสเงินสด
3. การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ โดยอาศัยเครื่องมือทางการเงิน ดังนี้
 - 3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period)
 - 3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)
 - 3.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)
 - 3.4 อัตราผลตอบแทนต่อทุน (Benefit-cost Ratio : B/C Ratio)
 - 3.5 จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่โรงเรียนสาธิตมอดินแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

- 1.1 พบว่ามีจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งหมด 331 คน (โรงเรียนสาธิตมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)
- 1.2 พบว่ามีจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งหมด 628 คน (โรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ จังหวัดขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)
- 1.3 พบว่ามีจำนวนนักศึกษาทั้งปริญญาตรีและปริญญาโททั้งหมด 25,989 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล : ฝ่ายรับเข้านักศึกษา , มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)
- 1.4 พบว่ามีจำนวนเจ้าหน้าที่และลูกจ้างทั้งหมด 1,556 คน (สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ : กองการเจ้าหน้าที่ , มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่โรงเรียนสาธิตมอдинแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีจำนวนรวม 28,504 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากร (Taro Tamane, 1976 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543) โดยใช้ความเชื่อมั่น 95% (ความผิดพลาดไม่เกิน 5%) สุ่ม 21 คน จะได้ตัวอย่างจำนวน 416 คน แสดงดังนี้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{28,504}{1 + (28,504 * (0.05)^2)} \\
 &= 394.46 \text{ คน ประมาณ } 395 \text{ คน} \\
 \text{สุ่ม } 21 \text{ คน} &= 395 + 21 \\
 &= 416 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 104 ชุด จากนั้นจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ข้างต้น

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งได้ดังนี้

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

1.2.2 20-29 ปี

1.2.3 30-39 ปี

1.2.4 40 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.3.2 ปริญญาตรี

1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

1.4.1 นักเรียน

1.4.2 นักศึกษา

1.4.3 ข้าราชการ

1.4.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.4.5 พนักงานบริษัท

1.4.6 อื่นๆ(ระบุ)....

1.5 รายได้

1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

1.5.2 5,001 – 10,000 บาท

1.5.3 10,001 – 15,000 บาท

1.5.4 15,001 – 20,000 บาท

1.5.5 20,001 – 25,000 บาท

1.5.6 25,001 บาทขึ้นไป

2. ตัวแปรตาม

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในปัจจุบัน

2.2 แนวโน้มการเช่าหอพัก

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **การศึกษาความเป็นไปได้** หมายถึง การศึกษาด้านการตลาดและการศึกษาด้านการเงินของโครงการลงทุนหอพักหญิงเป็นหลัก เพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการนั้น และช่วยเป็นเกณฑ์ประกอบการตัดสินใจในโครงการลงทุนหอพักหญิง บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2. **หอพัก** หมายถึง อาคารที่เอกชนสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เช่า หรือแบ่งสัดส่วนของบ้านเพื่อให้เช่า โดยแบ่งเป็นหอพักเอกชนแบบแยก คือ ให้เช่าเฉพาะเพศชายหรือเพศหญิง หรือแยกอาคารให้ชัดเจน คือ อาคารหลังนี้เฉพาะเพศชาย หรือเพศหญิง และประเภทหอพักเอกชนแบบรวม คือ ให้เช่าทั้งเพศชายและเพศหญิง

3. **ผลิตภัณฑ์** หมายถึง ห้องพักที่เป็นทั้งแบบพัสดุม และห้องแอร์ที่เสนอให้เช่าโดยกิจการเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของผู้บริโภค

4. **สิ่งแวดล้อมความสะดวก** หมายถึง ลักษณะของการทำให้เกิดความสะดวกสบายในการพักอาศัยอยู่ในหอพัก เช่น เพอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก มีห้องน้ำภายในห้องพัก มีพัดลม/เครื่องปรับอากาศภายในห้องพัก มีโทรศัพท์ เครื่องทำน้ำอุ่น รวตากผ้า เป็นต้น

5. **ราคา** หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย โดยเรียกเก็บในรูปแบบค่าเช่าห้องพัก ซึ่งเป็นตัวสร้างให้เกิดรายได้ที่เป็นตัวเงินและนำไปสู่การสร้างกำไรในที่สุด และผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า ซึ่งราคาของการบริการจะบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับกล่าวคือราคาสูงน่าจะบอกถึงการบริการที่มีคุณภาพที่สูงด้วย ทำให้มีภาพของลูกค้าที่มาใช้บริการสูงตามไปด้วย

6. **ทำเลที่ตั้ง** หมายถึง สถานที่ก่อสร้างหอพักเพื่อให้บริการแก่ผู้บริโภค รวมถึงสภาพแวดล้อมรอบๆ ที่สามารถส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่อาศัยโดยตรง เช่นความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัยจากชุมชนที่อยู่รอบๆ เป็นต้น

7. **การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง ซึ่งเจ้าของหอพักใช้เพื่อแจ้งข่าวสารและจูงใจผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของหอพัก ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

8. **บุคลากร** หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องมีการพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรงและพนักงานในส่วนสนับสนุนงานต่างๆ ที่จะทำให้บริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

9. **การบริการ** หมายถึง การให้บริการที่ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี

10. **สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** หมายถึง อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ ผู้บริโภคจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งที่น่าประทับใจครั้งแรกสำหรับผู้บริโภคที่มาใช้บริการในครั้งแรก

11. **ผู้บริโภค** หมายถึง กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมอดินแดง โรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

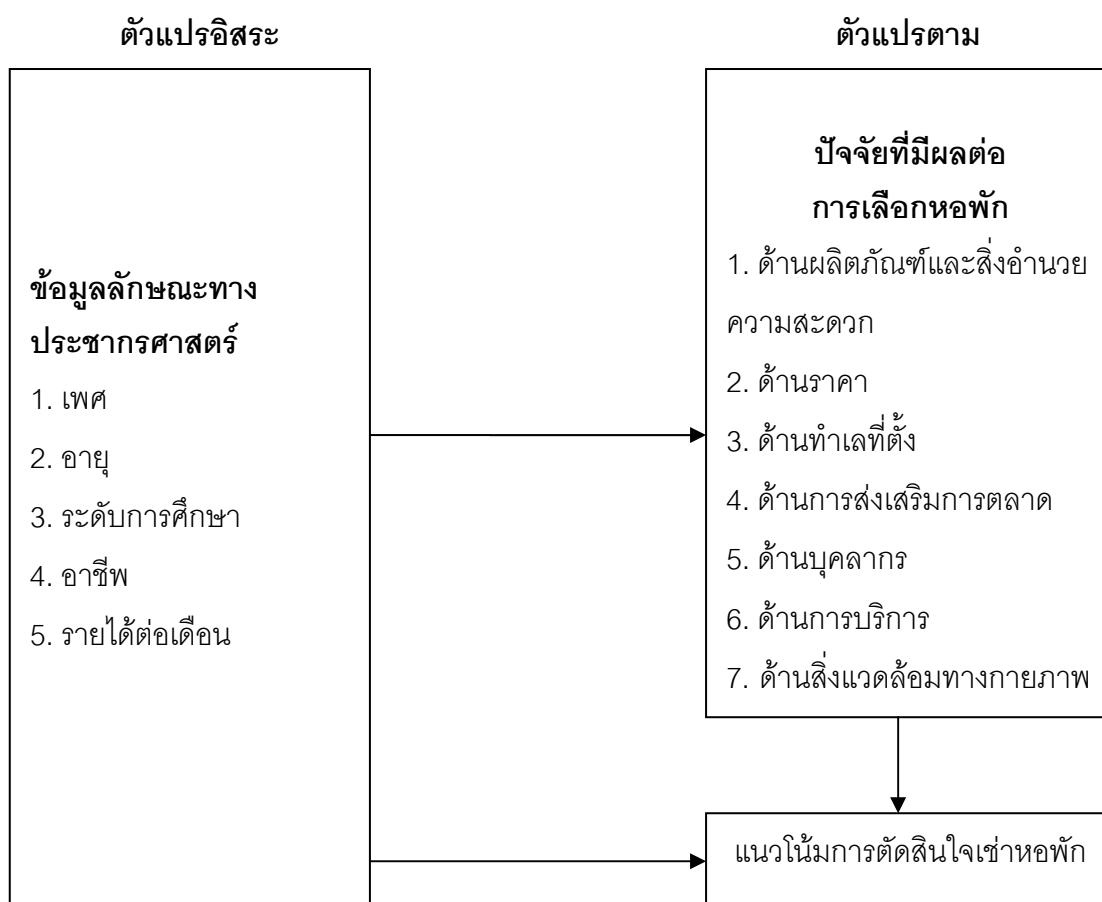
12. **แนวโน้มการเข้าหอพัก** หมายถึง การวัดความพร้อมในการตัดสินใจของผู้บริโภค ว่ามีความสนใจหรือไม่สนใจเช่าระดับไหน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัย “การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น”

กรอบแนวความคิดที่ 1 : การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

โดยจะเป็นกรอบแนวความคิดในส่วนของการวิจัย เพื่อสอบถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักในปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม



กรอบแนวความคิดที่ 2 : การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

โดยใช้เครื่องมือทางการเงินในการวิเคราะห์และตัดสินใจ ประกอบกับการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในโครงการจัดตั้งหอพัก

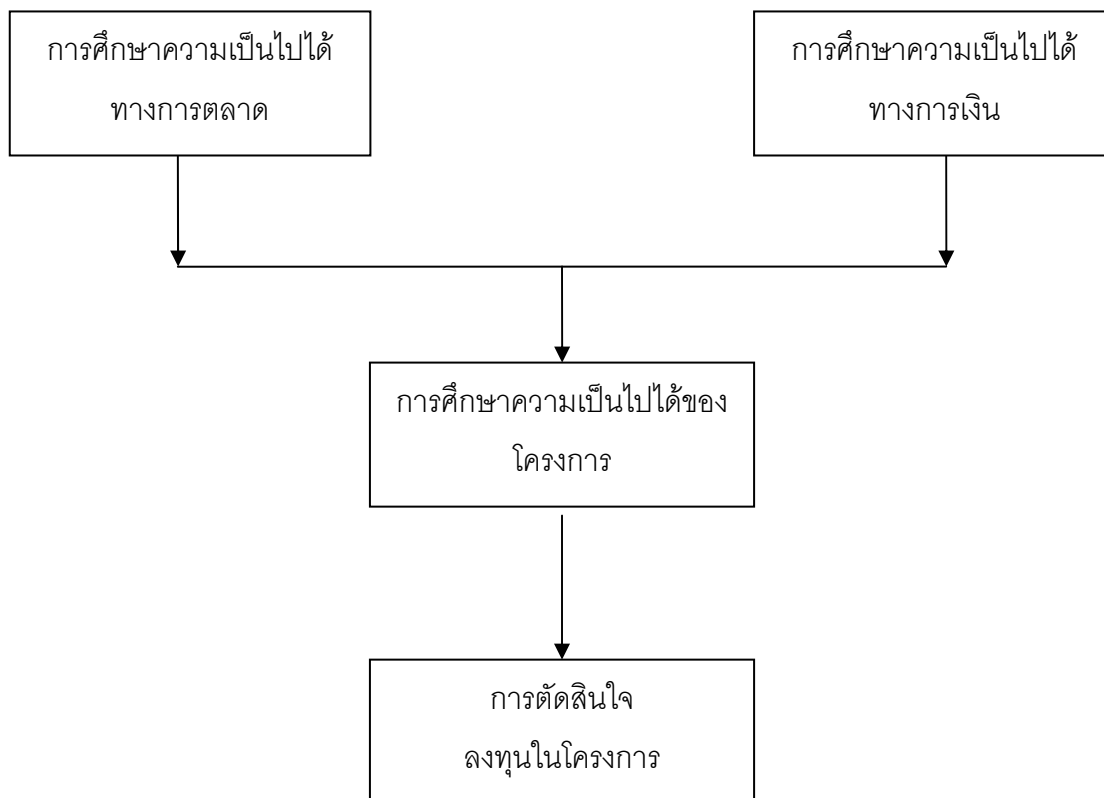
ตัวแปรอิสระ

1. ศึกษาต้นทุนและค่าใช้จ่ายเริ่มต้นในการดำเนินงาน
2. ประมาณการงบการเงิน
 - งบกำไรขาดทุน
 - งบดุล
 - งบกระแสเงินสด
3. การประเมินค่าโครงการลงทุน
 - ระยะเวลาคืนทุน
 - มูลค่าปัจจุบันสุทธิ
 - อัตราผลตอบแทนภายใน
 - อัตราผลตอบแทนต่อทุน
 - จุดคุ้มทุน

ตัวแปรตาม

ประกอบการตัดสินใจ
ลงทุนในโครงการ

กรอบแนวความคิดที่ 3 : การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น



สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกห้องพัก ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเช่าห้องพัก ที่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกห้องพักสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

สมมติฐานการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

1. หอพักจะจัดหาแหล่งเงินทุนจาก 2 แหล่ง คือ
 - 1.1 ส่วนของเจ้าของ ประมาณร้อยละ 80 ของเงินลงทุนแรกเริ่มของกิจการ
 - 1.2 การกู้ยืมระยะยาว ประมาณร้อยละ 20 ของเงินลงทุนแรกเริ่มของกิจการ
2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ใช้ MRR ร้อยละ 7.35% ต่อปี มีระยะเวลากู้ยืม 10 ปี มีการชำระเงินกู้ปีละเท่าๆกัน โดยเริ่มชำระในปีที่ 1 ของโครงการ
3. เงินเดือนพนักงาน 3 คน ปรับเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 3 ทุก 10 ปี
4. ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์รายปี คิดอัตราร้อยละ 1 ของมูลค่าอุปกรณ์
5. ค่าซ่อมแซมอาคาร คิดอัตราร้อยละ 1 ของมูลค่าอาคาร และมีอัตราคงที่ทุกปี
6. ค่าประกันอัคคีภัย คิดเป็นร้อยละ 0.01 ของค่าก่อสร้าง
7. ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30% ต่อปี
8. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นจำนวนเงิน 10,000 บาท คงที่ทุกปี
9. ค่าเสื่อมราคาอาคาร คิดอัตรา 5% ต่อปี ใช้วิธีเส้นตรง
10. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ คิดอัตรา 20% ต่อปี ใช้วิธีเส้นตรง
11. นำเงินฝากธนาคารแบบออมทรัพย์ทุกปี คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3%
12. อัตราเงินเฟ้อไม่มีผลกระทบต่อราคาและการเปลี่ยนแปลงด้านการเงินของโครงการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ศึกษา เพื่อใช้ในการศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีดังต่อไปนี้

1. รายละเอียดเกี่ยวกับจังหวัดขอนแก่น
 - 1.1 ที่ตั้งและขนาด
 - 1.2 การปกครองและประชากร
 - 1.3 สภาพทางเศรษฐกิจ
 - 1.4 การศึกษาและสาธารณสุข
 - 1.5 การคมนาคมและการขนส่ง
2. การศึกษาความเป็นไปได้
 - 2.1 ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้
 - 2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 3.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 3.2 ลักษณะทางประชากรของตลาดผู้บริโภค
 - 3.3 ความหมายของการตัดสินใจ
 - 3.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
 - 3.5 กระบวนการตัดสินใจ
4. ส่วนประสมการตลาดบริการ 7'Ps
 - 4.1 ผลิตภัณฑ์
 - 4.2 ราคา
 - 4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 4.4 การส่งเสริมการตลาด
 - 4.5 พนักงาน
 - 4.6 กระบวนการให้บริการ
 - 4.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
5. โครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. รายละเอียดเกี่ยวกับจังหวัดขอนแก่น (สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น, 2547)

1.1 ที่ตั้งและขนาด

จังหวัดขอนแก่น ตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในที่ราบสูงโคราชของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) 445 กิโลเมตร เนื้อที่ 10,886 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 6.8 ล้านไร่

1.2 การปกครองและประชากร

จังหวัดขอนแก่น ในปี 2546 แบ่งการปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 20 อำเภอ ,5 กิ่งอำเภอ ,198 ตำบล ,31 เทศบาล แบ่งเป็น 1 เทศบาลนคร 1 เทศบาลเมือง 29 เทศบาลตำบล 2,282 หมู่บ้าน และเมืองคึกคักการบริหารส่วนตำบล 193 แห่ง ประชากร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 รวมทั้งสิ้น 1,770,605 คน เป็นชาย 882,201 คน หรือร้อยละ 49.8 เป็นหญิง 888,404 คน หรือร้อยละ 50.2 อำเภอเมืองมีประชากรมากที่สุด 375,819 คน หรือร้อยละ 21.2 ประชากรจังหวัดขอนแก่น อยู่ในช่วงอายุ 30- 34 ปี มากที่สุด 167,182 คน หรือร้อยละ 9.8 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 35-39 ปี และ 25-29 ปี จำนวน 162,841 คน และ 157,384 คนหรือร้อยละ 9.1 และ 8.9 ตามลำดับ

1.3 สภาพทางเศรษฐกิจ

ในปี พ.ศ.2545 จังหวัดขอนแก่น มีผลิตภัณฑ์มวลรวมตามราคาตลาดประมาณ 76,494 ล้านบาท โดยร้อยละ 10.7 เป็นผลิตภัณฑ์ภาคเกษตร ร้อยละ 89.3 เป็นผลิตภัณฑ์นอกภาคเกษตร โดยร้อยละ 29.6 เป็นผลิตภัณฑ์จากสาขาอุตสาหกรรมและร้อยละ 18.0 เป็นสาขาค้าส่งและค้าปลีก อัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในปี 2544 และ 2545 ร้อยละ 2.4 11.5 ตามลำดับ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อหัวเป็น 37,455 บาท และ 42,053 บาท ตามลำดับ

ด้านการเงิน มีสาขาธนาคารที่เปิดดำเนินการในจังหวัดขอนแก่น ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2546 จำนวน 65 แห่ง มีเงินฝากคงค้างทั้งสิ้น 40,613.0 ล้านบาท สูงกว่าปี 2545 ร้อยละ 4.0 และ ยอดสินเชื่อคงค้างทั้งสิ้น 34,104.0 ล้านบาท สูงกว่าปี 2545 ร้อยละ 5.1 ด้านการคลัง ในปี 2546 เป็นรายได้จากการเก็บภาษีสรรพากร 1,773.5 ล้านบาท

1.4 การศึกษาและสาธารณสุข

ปีการศึกษา 2546 มีสถานศึกษาระดับต้น คือชั้นอนุบาลถึงมัธยมศึกษา จำนวน 1,293 แห่ง จำนวนนักเรียน 339,697 คน และจำนวนครู 17,329 คน สำหรับสถานศึกษาระดับกลาง (อาชีวศึกษา) และระดับสูง (อุดมศึกษา) มีจำนวน 25 แห่ง จำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น 60,930 คน จำนวนครูอาจารย์ 5,528 คน

ในปี 2546 จังหวัดขอนแก่น มีโรงพยาบาลประเภทบริการทั่วไปที่เปิดดำเนินการของรัฐบาล 24 แห่ง และของเอกชน 3 แห่ง จำนวนสถานอนามัย 248 แห่ง

1.5 การคมนาคมและการขนส่ง

จังหวัดขอนแก่น เป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและระหว่างภาค คือภาคเหนือกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถเดินทางได้ทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ และทางอากาศ ทางรถยนต์ มีทางหลวงแผ่นดินพาดผ่านถึง 7 สาย

2. การศึกษาความเป็นไปได้

2.1 ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้

มีผู้ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ ไว้ดังนี้

ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ (2542 : 100) สรุปความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ คือ การศึกษาและจัดทำเอกสารที่ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆที่จำเป็น ที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน (Justification) ความถูกต้องสมบูรณ์ (Soundness) ของโครงการ เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงการที่ดี โดยโครงการที่ดีจะได้แก่โครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน

จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ (2536 : 2) ให้ความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการว่า หมายถึงการศึกษาเพื่อต้องการทราบผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินการตามโครงการนั้น โดยพิจารณาจากการศึกษาด้านการตลาด วิศวกรรมและการเงินของโครงการเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อช่วยประกอบการตัดสินใจของผู้ที่คิดจะลงทุนในโครงการนั้นๆ ในการศึกษาดังกล่าวจะต้องบอกรายละเอียดและวิเคราะห์สิ่งที่เป็นที่เกี่ยวเนื่องกับการผลิตรวมทั้งทางเลือกอื่นๆของการผลิตด้วย นอกจากนี้จะต้องระบุกำลังการผลิตและสถานที่ตั้งของโครงการที่เหมาะสม การใช้เทคโนโลยีในการผลิตแบบใด มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและดำเนินการเพียงไร เพื่อให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนมากที่สุด

ไพบุลย์ อ่อนมั่ง (2541 : 27) ได้สรุปความหมายของการศึกษาความเป็นไปได้ว่า เป็นการศึกษาข้อมูลต่างๆที่จำเป็นต่อโครงการนั้นๆก่อนเริ่มดำเนินโครงการ เพื่อประกอบการพิจารณาการตัดสินใจว่าแผนหรือโครงการจะนำไปปฏิบัติได้หรือไม่ โดยวิธีใด และหาทางเลือกที่เหมาะสมให้แผนดำเนินตามจุดมุ่งหมายได้โดยไม่มีอุปสรรคน้อยที่สุดภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด

ดังนั้น สรุปได้ว่า การศึกษาความเป็นไปได้ หมายถึง การศึกษาข้อมูลในด้านต่างๆที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อโครงการ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้เป็นแนวทางเพื่อประกอบการพิจารณาการตัดสินใจก่อนการลงทุนในโครงการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลตอบแทนสูงสุดจากการดำเนินงาน

2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

การตัดสินใจว่าจะลงทุนหรือดำเนินงานตามโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานที่เพียงพอที่ช่วยในการตัดสินใจ เพื่อช่วยในด้านการจัดสรรทรัพยากรไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ก่อนการตัดสินใจลงทุนในโครงการใดก็ตามจึงต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในด้านต่างๆเสียก่อน

2.2.1 วัตถุประสงค์และขอบข่ายการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ

2.2.1.1 การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้ผู้ตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นผู้ตัดสินใจที่อยู่ในประเทศหรือต่างประเทศ มีข้อมูลพื้นฐานเพียงพอต่อการตัดสินใจว่าจะลงทุนหรือดำเนินงานตามโครงการที่กำลังพิจารณานั้นหรือไม่ ทั้งนี้เนื่องจากการลงทุนหรือดำเนินงานในแต่ละโครงการที่กำลังพิจารณานั้นหรือไม่ ทั้งนี้เนื่องจากการลงทุนหรือการดำเนินงานในแต่ละโครงการจะต้องใช้ทุนและทรัพยากร ซึ่งในวิชาเศรษฐศาสตร์ถือว่าเป็นปัจจัยที่ขาดแคลนและหามาได้ยาก จึงต้องนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ก่อนการตัดสินใจลงทุนหรือดำเนินงานในโครงการใดก็ตาม จึงต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านต่างๆของโครงการเสียก่อน

2.2.1.2 ส่วนขอบข่ายของการศึกษาความเป็นไปได้นั้น จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละโครงการ ทั้งที่สุดแล้วแต่ว่าโครงการนั้นจะมีลักษณะ ประเภท และชนิดของโครงการอย่างไร แต่ถ้าเป็นโครงการใหม่ก็มีความจำเป็นต้องศึกษาความเป็นไปได้โดยละเอียดทุกด้าน นั่นคือด้านตลาด ด้านเทคนิค ด้านการเงิน ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านผลกระทบสิ่งแวดล้อม และด้านการจัดองค์การและการจัดการ อย่างไรก็ตามทั่วไปแล้วการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะประกอบด้วยการศึกษาในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ (ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ.2544 : 100-101)

2.2.2 ความเป็นไปได้ด้านการตลาดหรืออุปสงค์

ความเป็นไปได้ด้านการตลาดหรืออุปสงค์ เป็นการพิจารณาความต้องการของตลาดหรือผู้ที่เป็กลุ่มเป้าหมายของโครงการหรือผู้รับบริการที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์/บริการของโครงการ โดยพิจารณาประเด็นต่างๆดังนี้

2.2.2.1 ผลิตภัณฑ์/บริการที่โครงการก่อให้เกิดขึ้นจะสนองความต้องการของผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการหรือไม่

2.2.2.2 การเปลี่ยนแปลงของความต้องการ ที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์/บริการของโครงการ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลง ในอัตราส่วนน้อยเพียงใด

2.2.2.3 ความสามารถของโครงการที่จะสร้างผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับบริการ

2.2.2.4 กลวิธีทางการตลาดในสภาวะการแข่งขัน รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ข้อจำกัดด้านกฎหมาย ทรัพยากรธรรมชาติที่อาจกระทบต่อความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์/บริการของโครงการ (มยุรี อนุমানราชชน.2543 : 40-41)

โดยการวิเคราะห์โครงการจะต้องเริ่มต้นด้วย การจัดเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในอดีต ในด้านราคาและปริมาณของผลิตภัณฑ์/บริการชนิดนั้น ก็พอจะทำให้ทราบได้ว่าขนาดอุปสงค์เป็นเช่นไร หลังจากนั้นก็ทำการคาดคะเนขนาดอุปสงค์ทั้งหมดของผลิตภัณฑ์/บริการนั้น แล้วคาดคะเนปริมาณการขายที่คาดว่าจะขายได้ โดยอาจใช้วิธีการคาดคะเนโดยอาศัยแนวโน้มในอดีต และการคาดคะเนโดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐกิจ อันเป็นการคาดคะเนจากปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์/บริการชนิดนั้น นอกจากนี้ต้องพิจารณาคู่แข่งที่มีอยู่เดิมทั้งในปริมาณการผลิต คุณภาพ สถานที่ตั้ง ราคาและต้นทุน เพื่อพิจารณาว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์/บริการของโครงการเป็นอย่างไร ดีกว่าคู่แข่งหรือไม่และต้นทุนการผลิตสูงหรือต่ำกว่า เพื่อจะได้พิจารณาหาทางปรับปรุงให้สามารถทำการแข่งขันได้ (ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ.2544 : 102-103)

2.2.3 ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค

เนื่องจากการผลิตสินค้าและบริการจะมีเทคนิคการผลิตให้เลือกได้หลายประเภท ซึ่งเทคนิคการผลิตแต่ละประเภทก็มีความแตกต่างกันไปในด้านกรรมวิธีการผลิต เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต ชนิดปริมาณ และคุณภาพของปัจจัยการผลิตที่ต้องการ สิ่งต่างๆเหล่านี้จะมีผลต่อต้นทุนการผลิต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาข้อดีข้อเสียของเทคนิคการผลิตประเภทต่างๆ แล้วคัดเลือกเทคนิคการผลิตที่เหมาะสมที่สุด การวิเคราะห์ทางด้านนี้จึงเน้นไปที่การกำหนดทางเลือกและการคัดเลือกทางด้านเทคนิคที่ดีที่สุดให้กับโครงการ ด้วยเหตุนี้ในการวิเคราะห์จึงต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องดังนี้ (ประสิทธิ์ ตงยั้งศิริ.2544 : 104)

2.2.3.1 ขนาดของโครงการ และความประหยัดจากขนาดที่อาจเกิดขึ้น

2.2.3.2 สถานที่ตั้งของโครงการ การเข้าถึงสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และแหล่งทรัพยากร

2.2.3.3 จำนวนประชากรที่คาดว่าจะได้ประโยชน์จากโครงการ และลักษณะการกระจายตัวด้านกายภาพของประชากรในพื้นที่โครงการ

2.2.3.4 ประสิทธิภาพการใช้และการดูแลรักษาเทคโนโลยี

2.2.3.5 วัตถุดิบและตลาดวัตถุดิบที่มีและที่หาได้

2.2.3.6 ปริมาณและคุณภาพของแรงงานที่ต้องการ

2.2.3.7 ประเมินการต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่นๆที่ต้องการ

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคจะบ่งบอกความเป็นไปได้ทางเทคนิค และพื้นฐานในการคาดคะเนต้นทุนของโครงการด้วย นอกจากนี้ ยังช่วยอำนวยความสะดวกในการพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากทางเลือกทางด้านเทคนิคต่างๆในแง่การจ้างแรงงาน อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อมวลมนุษย์ ความต้องการด้านเงินทุน (ชัยยศ สันตวงษ์.2533 : 11)

2.2.4 ความเป็นไปได้ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ

ในการจัดทำโครงการจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของโครงการ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อโครงการทำให้โครงการต้องประสบกับปัญหาอุปสรรคและความล้มเหลวได้หรืออาจทำให้โครงการดำเนินไปอย่างราบรื่นประสบความสำเร็จด้วยดี สภาพแวดล้อมที่จะกล่าวถึงนี้ก็คือสภาพแวดล้อมภายนอกโครงการอันได้แก่ กฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ภาวะเศรษฐกิจ สังคมการเมือง เทคโนโลยี สาธารณูปโภคต่าง เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น (ชัยยศ สันตวงษ์.2533 : 11)

2.2.5 ความเป็นไปได้ด้านเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ผู้วิเคราะห์โครงการจำเป็นต้องคำนึงถึง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านเศรษฐกิจว่าโครงการที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นจะให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจโดยส่วนรวมของประเทศหรือไม่ เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลการวิเคราะห์จะแสดงออกมาในรูปของผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับสูงกว่าหรือต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่จ่ายไป ถ้าผลตอบแทนที่ได้รับสูงกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็เป็นโครงการที่ดีและถ้าผลตอบแทนที่ได้รับต่ำกว่าค่าใช้จ่ายในการลงทุนก็เป็นโครงการที่ไม่ดีทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจจึงมีส่วนช่วยอย่างสำคัญในการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธโครงการ (ชัยยศ สันตวงษ์.2533 : 11)

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความสามารถทำกำไรทางเศรษฐกิจก็ได้แก่

2.2.5.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (net present value หรือ NPV)

2.2.5.2 อัตราผลตอบแทนต่อทุน (benefit-cost ratio หรือ B/C)

2.2.5.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (internal rate of return หรือ IRR)

2.2.5.4 ผลตอบแทนสุทธิต่อการลงทุน (net benefit investment ratio หรือ N/K)

2.2.5.5 ต้นทุนทรัพยากรในประเทศ (domestic resource cost หรือ DRC)

2.2.6 ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นการวิเคราะห์ถึงการลงทุนและผลตอบแทนของโครงการในด้านเอกชนเป็นสำคัญ เพราะเป็นการวิเคราะห์ที่มุ่งเน้นถึงผลตอบแทนทางการเงิน หรือ ความสามารถในการทำกำไรของโครงการเพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าถ้ามีการดำเนินงานตามโครงการนี้แล้วจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินใดๆในทุกขั้นตอนของโครงการ นอกจากนั้นถ้าเป็นโครงการที่ต้องกู้ยืมเงินมาลงทุนก็ต้องพิจารณาด้วยว่าจะมีความสามารถในการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยได้หรือไม่ (ชัยยศ สันติวงษ์.2533 : 11)

ในการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน นักวิเคราะห์จะต้องจัดทำงบการเงินต่างๆ เช่น งบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด เพื่อกำหนดว่าโครงการจะมีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินงานในอนาคตหรือไม่ กำหนดอัตราผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ ประเมินสภาพคล่องและความสามารถในการชำระหนี้ เครื่องมือที่ใช้วัดการดำเนินการโดยทั่วไปก็ได้แก่ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (ratio analysis) การวิเคราะห์ทางการเงินจะเริ่มด้วยการคาดคะเนอุปสงค์ ผลผลิตหรือบริการของโครงการ ซึ่งจะช่วยให้สามารถประมาณการรายรับ นอกจากนั้นก็มีการคาดคะเนต้นทุนในแต่ละระดับการผลิตหรือการดำเนินงานภายใต้ข้อสมมติเกี่ยวกับราคาสินค้าหรือบริการที่ผลิต (ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ.2544 : 108)

โดยทั่วไปการวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการจะประกอบด้วยเรื่องต่างๆดังต่อไปนี้

- 2.2.6.1 การคาดคะเนค่าใช้จ่ายของโครงการ
- 2.2.6.2 การคาดคะเนการเงินของโครงการ
- 2.2.6.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินของโครงการ
- 2.2.6.4 การประเมินผลตอบแทนทางการเงินของโครงการ
- 2.2.6.5 การพิจารณาแหล่งที่มาของเงินทุนของโครงการ
- 2.2.6.6 การใช้คืนเงินกู้

2.2.7 การศึกษาด้านสถาบัน

ถึงแม้ว่าจะมีการวิเคราะห์ทางด้านต่างๆมาแล้ว และปรากฏว่าโครงการที่เสนอเป็นโครงการที่ดี แต่เมื่อโครงการได้รับอนุมัติและดำเนินงานแล้ว ก็อาจประสบความล้มเหลวและขาดทุนได้เช่นกัน ถ้าหากว่าการจัดการหรือการบริหารโครงการไม่ดี ไม่มีประสิทธิภาพ และในหลายกรณีความสำเร็จของโครงการจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารหรือการจัดการเป็นสำคัญ ดังนั้นในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการจึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ทางด้านนี้ด้วย เพื่อก่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะไม่มีปัญหาแต่ประการใด เมื่อมีการนำโครงการไปปฏิบัติและดำเนินการ

การวิเคราะห์สถาบันจะเกี่ยวข้องกับการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์การต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติและดำเนินงานโครงการ เช่น (ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ.2544 : 108-109)

2.2.7.1 บุคลากร

2.2.7.2 หน้าที่และความรับผิดชอบ

2.2.7.3 ระดับทักษะ ความรู้ และความชำนาญ

2.2.7.4 กระบวนการและระเบียบวิธีดำเนินงาน

2.2.7.5 ระบบข้อมูลและการกระจายอำนาจการตัดสินใจ

2.2.7.6 นโยบายด้านราคาและการค้าที่จะมีผลกระทบต่อเสถียรภาพโครงการ

ส่วนการวิเคราะห์ก็อาจครอบคลุมเรื่องต่อไปนี้

2.2.7.7 ระบบการบริหารและการจัดการ

2.2.7.8 กระบวนการด้านการเงินและระเบียบวิธีการ

2.2.7.9 การบริหารงานบุคคล

2.2.7.10 ปริมาณและคุณภาพบุคลากร

2.2.7.11 การฝึกอบรมที่ต้องการ

2.2.8 การวิเคราะห์โครงการภายใต้ความเสี่ยงและความไว

ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของการวิเคราะห์โครงการไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้วิเคราะห์โครงการขาดประสบการณ์ในการวิเคราะห์ แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆที่มีผลกระทบต่อโครงการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เช่น ราคาของปัจจัยการผลิตเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงของสภาพดินฟ้าอากาศทำให้โครงการล่าช้า การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง การเปลี่ยนแปลงของอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงของรสนิยมของผู้บริโภค เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนของโครงการ ดังนั้นถ้าผู้วิเคราะห์โครงการสามารถพิจารณาถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของโครงการแล้วก็จะทำให้การวิเคราะห์โครงการใกล้เคียงความเป็นจริง และลดข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้

ความเสี่ยง หมายถึง โอกาสที่จะเกิดขึ้นในสิ่งที่ไม่พึงประสงค์

ความไม่แน่นอน หมายถึง สถานการณ์ซึ่งผลที่เกิดขึ้นในอนาคตที่อยู่ในฐานะที่สามารถคาดการณ์ได้ ถ้าเราสามารถคาดการณ์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตได้จะเรียกว่า “ความเสี่ยง” เมื่อทราบค่าความน่าจะเป็นจะเรียกว่า “ความไม่แน่นอน” (สุภาพนา ฉิ้นไพศาล; และอัจฉรา ชีวะตระกูล. 2542 : บทที่1-8)

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ได้มีผู้ให้ความหมายต่าง ๆ กันหลายทฤษฎี ดังนี้

แองเกิล, แบล็คเวล และ มินนาร์ด (Engle, Blackwell; & Miniard. 1995 : 4) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องโดยตรงกับการซื้อ การบริโภค การใช้จ่ายสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังพฤติกรรมดังกล่าว

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk. 1994 : 5) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของตน

ดารา ทีปะปาน (2542 : 4) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539 : 5) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ เหล่านี้

อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2543 : 13) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การเลือกซื้อ เลือกใช้ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการใดๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนา เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุด โดยใช้ทัศนคติ และเหตุผลของแต่ละบุคคลในการตัดสินใจ

3.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การค้นคว้าหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทำให้ทราบลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 125-126)

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ศึกษาต้องทราบว่ามีใครคือกลุ่มเป้าหมาย (Who), ผู้บริโภคซื้ออะไร (What), ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why), ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who), ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When), ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where), และผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) รายละเอียดเป็นดังนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

สิ่งที่ต้องศึกษา	สิ่งที่ต้องการทราบจากการศึกษา
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์, ภูมิศาสตร์, จิตวิทยา, พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ซึ่งคือคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา จึงต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยทางจิตวิทยา, ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม, ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	อิทธิพลต่อกลุ่มต่างๆ (Organization) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กลุ่มต่างๆประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล, ผู้ตัดสินใจซื้อ, ผู้ซื้อและผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อของผู้บริโภค (Occasions)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlet) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา, การค้นหาข้อมูล, การประเมินผลทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ, ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 194.

3.3 รูปแบบพฤติกรรมการซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) หรือ รูปแบบพฤติกรรมการซื้อ เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น

(Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ โดยสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ และจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) รูปแบบพฤติกรรมการณ์การซื้อนี้เรียกว่า S-R Theory มีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. 2541 : 128-130)

3.3.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ประกอบด้วย

3.3.1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

3.3.1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

3.3.1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

3.3.1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution or Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ

3.3.1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

3.3.1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่นอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

3.3.1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

3.3.1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ ด้านการฝากถอนเงินอัตโนมัติ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

3.3.1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่ม ลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่ง จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

3.3.1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาล

3.3.2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box)

ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.3.2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics)

ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

3.3.2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer decision process)

3.3.2.3 ประกอบด้วยขั้นตอนคือ (1) การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อ

3.3.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะต้องมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.3.3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์การรับประทานอาหารเข้า มีทางเลือกคือ นมสดกล่อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมน้ำแข็ง

3.3.3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) เช่น ผู้บริโภคเลือกนมสดกล่องจะเลือกโฟร์โมสต์ มะลิ ฯลฯ

3.3.3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าใดหรือจากร้านค้าใกล้บ้าน

3.3.3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อสินค้า

3.3.3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase amount) เช่น ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหนึ่งชิ้น หรือหนึ่งโหล

3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นตลาดเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาดคือทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านต่างๆดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. 2541 : 130-142)

3.4.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factors)

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและได้รับการยอมรับ ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

3.4.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture)

เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและพฤติกรรม

3.4.1.1.1 วัฒนธรรมย่อย (Subculture)

คือ วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน ซึ่งที่มีอยู่ในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ วัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ

3.4.1.1.2 ชั้นชั้นของสังคม (Social class)

คือ การแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะเดียวกัน การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน หรืออาชีพ การศึกษาชนชั้นทางสังคมเพื่อเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย และจัดส่วนประสมทางการตลาดให้ตอบสนองแต่ละชนชั้นสังคมได้อย่างถูกต้อง

3.4.1.1.3 ลักษณะชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ 3 ระดับ คือ ระดับสูง (Upper class), ระดับกลาง (Middle class), ระดับต่ำ (Lower class)

3.4.2 ปัจจัยทางสังคม (Social factors)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

3.4.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups)

เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

3.4.2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

3.4.2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลต่าง ๆ ในสังคม

3.4.2.2 ครอบครัว (Family)

บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของในครอบครัว

3.4.2.3 บทบาทและสถานภาพ (Role and status)

บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันแต่ละกลุ่ม

3.4.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors)

การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

3.4.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors)

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย

3.4.4.1 การจูงใจ (Motivation)

คือ พลังสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวบุคคล ที่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก หรือเครื่องมือทางการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และตอบสนองโดยการแสดงพฤติกรรม ความต้องการของบุคคลทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาตอบสนองความต้องการนั้น ซึ่ง Maslow ได้จัดประเภทความต้องการของมนุษย์ตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

3.4.4.1.1 ความต้องการของร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด

3.4.4.1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการในระดับที่สูงขึ้น

3.4.4.1.3 ความต้องการทางสังคม (Social needs) เป็นความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and belongingness needs)

3.4.4.1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคมตลอดจนความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น

3.4.4.1.5 ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ

3.4.4.2 การรับรู้ (Perception)

เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ความต้องการและอารมณ์ ประสบการณ์ นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น การรู้จะมีกระบวนการกลั่นกรอง และมีขั้นตอนดังนี้

3.4.4.2.1 การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective exposure) เกิดเมื่อผู้บริโภคเปิดโอกาสให้ข้อมูลเข้ามาสู่ตัวเอง

3.4.4.2.2 การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective attention) เกิดเมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง

3.4.4.2.3 ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective comprehension) เป็นการตีความหมายข้อมูลที่ได้รับเข้ามามีความเข้าใจตามที่นักการตลาดกำหนดไว้หรือไม่

3.4.4.2.4 การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective retention) หมายถึง การที่ผู้บริโภคจดจำข้อมูลบางส่วนที่ได้เห็น ได้อ่าน หรือได้ยิน หลังจากการเปิดรับและการเข้าใจแล้ว

3.4.4.3 การเรียนรู้ (Learning)

เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด และเกิดการตอบสนอง ซึ่งก็คือ ทฤษฎีตัวกระตุ้นปฏิกิริยาตอบสนอง (Stimulus response theory) นั่นเอง

3.4.4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs)

เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

3.4.4.5 ทศนคติ (Attitude)

หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ทศนคติเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ ทศนคติเกิดจากการเรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า หรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง การที่จะทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าอาจทำได้โดยสร้างทศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้า หรือพิจารณาว่าทศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไรแล้วจึงพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทศนคตินั้น โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าทำได้ง่ายกว่าการเปลี่ยนทศนคติ

3.4.4.6 บุคลิกภาพ (Personality)

หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

3.4.4.7 แนวคิดของตนเอง (Self concept)

หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือ ความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเป็นต่อตนอย่างไร

ASSAEL (1995 : 311-400) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของประชากรกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่า คุณลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคที่เป็นบุคคลและครัวเรือน ประกอบด้วย อายุ รายได้ ขนาดของครอบครัวและสถานภาพการทำงาน คุณลักษณะประชากรทั้งหมดจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันออกไป

4. ส่วนประสมการตลาดบริการ 7'Ps

ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้านั้นโดยพื้นฐานจะมี 4 ตัว แต่ส่วนประสมของการตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป คือจะเน้นถึง พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนนี้เป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมการตลาดบริการจึงประกอบไปด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

บริการเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความสบาย

ตัว ความสบายใจ เป็นต้น บริการจะต้องมีคุณภาพเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่ประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและความต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ

4.2 ราคา (Price)

การตั้งราคามีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และราคาของการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับกล่าวคือราคาสูงน่าจะบอกถึงการบริการที่มีคุณภาพที่สูงด้วย ทำให้มีภาพของลูกค้าที่มารับบริการสูงตามไปด้วย และที่สำคัญบริการต้องตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ปัจจัยที่กำหนดราคาของบริการ

4.2.1 ภายในธุรกิจ

4.2.1.1 นโยบายด้านการตลาดของธุรกิจ โดยเน้นที่การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของธุรกิจว่าต้องการให้อยู่ในระดับใดเหนือหรือสูงกว่าคู่แข่ง และสอดคล้องกับคุณภาพลูกค้าที่จะได้รับความแตกต่างจากคู่แข่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างของบริการ

4.2.1.2 ต้นทุน เป็นปัจจัยหลักที่ใช้ในการตั้งราคา แต่ในการบริการมีการรวมต้นทุนจากพนักงานมาจากหลายส่วนมาให้บริการ ภายใต้กระบวนการหนึ่ง

4.2.1.2.3 ตรรกะข้อของธุรกิจและมาตรฐานการให้บริการ ธุรกิจที่มีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมสามารถตั้งราคาได้สูงกว่าคู่แข่ง

4.2.1.2.4 วงจรชีวิตของบริการ ผู้บริหารต้องรู้ด้วยว่าบริการนั้นอยู่ในช่วงชีวิตใดจึงจะสามารถตั้งราคาให้ตรงกับความต้องการในแต่ละได้

4.2.1.2.5 ลักษณะความซับซ้อนของบริการ บริการที่มีความซับซ้อน ให้บริการต่างไปสำหรับลูกค้าแต่ละรายจะตั้งราคาได้สูง เช่น ธุรกิจที่ปรึกษาทางการตลาด การรักษาโรคจิต

4.2.2 ภายนอกธุรกิจ

4.2.2.1 การแข่งขัน

4.2.2.2 ความคาดหวังของลูกค้า คือถ้าหากลูกค้ามีความคาดหวังในบริการมาก เราสามารถที่จะตั้งราคาได้สูง แต่จะต้องทำคุณภาพของบริการนั้นให้เหมาะสมกับราคาด้วย

4.2.2.3 สภาพอื่น ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง

4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี คือ

4.3.1 การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) ให้บริการด้วยการเปิดร้านตามย่านชุมชนหรือห้างสรรพสินค้า โดยประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับบริการและผู้รับบริการมาพบกัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้าขึ้น

4.3.2 การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ

4.3.3 การบริการผ่านตัวแทน การบริการแบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์หรือการจัดตัวแทนให้บริการ

4.3.4 การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยอาศัยเครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์มาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อทำการให้บริการเป็นไปอย่างสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง

4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการมีความคล้ายคลึงกับธุรกิจสินค้า กล่าวคือ สามารถทำได้ทุกรูปแบบ สิ่งที่น่าสนใจใช้กันมากคือ

4.4.1 โครงการสะสมคะแนน (Loyalty program) การส่งเสริมแบบนี้เป็นการสร้างความจงรักภักดีจากลูกค้า ด้วยการให้สิทธิประโยชน์สะสมทุกครั้งของการใช้บริการ ทำให้รู้สึกผูกพันกับลูกค้า

4.4.2 การลดราคาโดยใช้ช่วงเวลา การให้บริการตามที่กล่าวมาจะมีช่วงเวลาขึ้นลงตามช่วงเวลาของมัน ผู้บริหารจะต้องนำเรื่องมาใช้ให้กับธุรกิจ

4.4.3 การสมัครเป็นสมาชิก การให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกเป็นการผูกมัดและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างหนึ่งไม่ให้หนีไป แต่สิ่งที่ต้องทำคือ ต้องสร้างความแตกต่างด้านสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกกับลูกค้าทั่วไปอย่างชัดเจน และมีการสื่อสารสิทธิประโยชน์ให้ลูกค้าทราบอย่างแท้จริง

4.4.4 การขายบัตรใช้บริการล่วงหน้า

4.5 พนักงาน (People)

เจ้าของหรือผู้บริหาร เป็นผู้กำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานทุกระดับ กระบวนการบริการรวมถึงการแก้ไขปรับปรุงให้บริการพนักงานผู้ให้บริการและพนักงานในส่วนสนับสนุนพนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องมีการพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรงและพนักงานในส่วนสนับสนุนงานต่างๆ ที่จะทำให้บริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

4.6 กระบวนการให้บริการ (Process)

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มี

คุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การชำระเงินเป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี

4.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดูหรูหราและสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามด้วยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในแต่ละธุรกิจไม่เหมือนกัน ทั้งในด้านความสำคัญ ด้านการออกแบบการจัดวาง สิ่งที่ผู้บริหารต้องทำคือการศึกษาดูตัวอย่างและความต้องการของลูกค้าว่าลูกค้าคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสิ่งใดก่อนและควรตั้งอยู่ที่ใด และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งที่น่าประทับใจครั้งแรก (First impression) สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งแรก

5. โครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น

รายละเอียดโครงการ

5.1 โครงการหอพักให้เช่า เป็นอาคารคอนกรีต 5 ชั้น จำนวน 1 อาคารบนพื้นที่ 200 ตารางวา

5.2 ชั้นล่าง

- พื้นที่สำนักงานและห้องรับรองขนาดความกว้างห้องพัก 4.50 เมตร และความยาว 7.00 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 31.5 ตารางเมตร จำนวน 2 ห้อง

- ห้องอ่านหนังสือมีขนาดความกว้างห้อง 4.50 เมตร และความยาว 7 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 31.5 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง

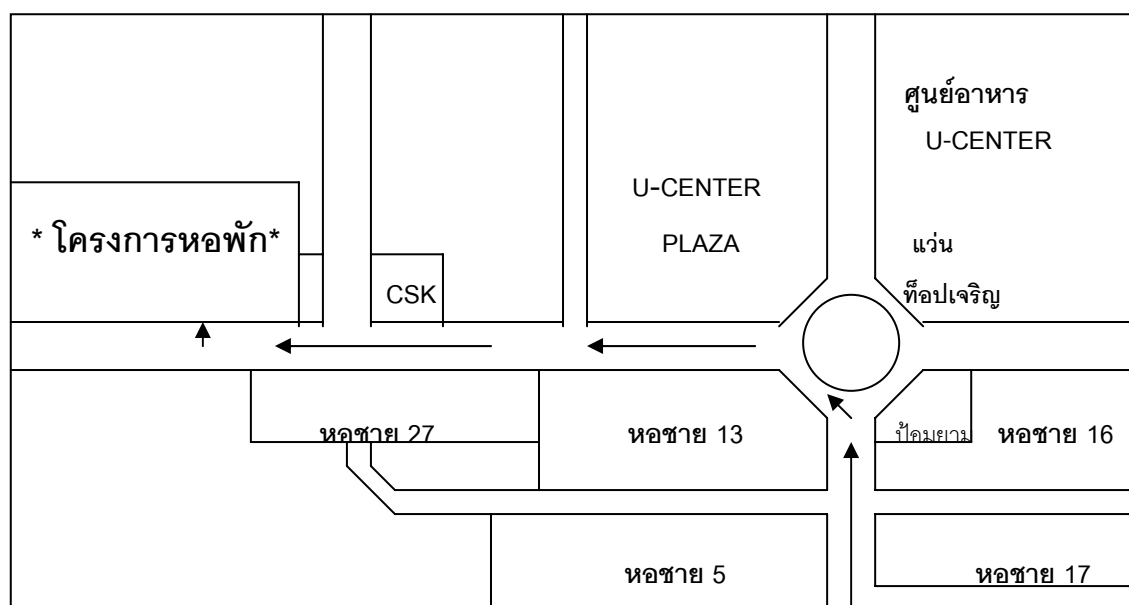
- พื้นที่นันทนาการส่วนกลางมีขนาดความกว้างห้อง 6 เมตร และความยาว 7 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 42 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง

- ห้องน้ำส่วนกลางขนาดความกว้างห้อง 3.50 เมตร และความยาว 4.50 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 15.75 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง

5.3 ชั้น 2- 5 เป็นห้องพัก ขนาดความกว้าง 3.50 เมตร และความยาว 6.00 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 21 ตารางเมตร จำนวน 65 ห้อง

5.4 ห้องแอร์ ราคาเช่าต่อเดือน 3,600 บาท ประกอบด้วย เตียงเดี่ยว 2 เตียง โต๊ะอ่านหนังสือ 2 ชุด ตู้เสื้อผ้า 2 หลัง (สามารถเคลื่อนย้ายออกได้ หากพักแค่คนเดียว) โต๊ะเครื่องแป้ง 1 ชุด เครื่องทำน้ำอุ่น แอร์

5.5 ห้องพัสดุ ราคาเช่าต่อเดือน 3,000 บาท ประกอบด้วย เตียงเดี่ยว 2 เตียง โต๊ะอ่านหนังสือ 2 ชุด ตู้เสื้อผ้า 2 หลัง (สามารถเคลื่อนย้ายออกได้ หากพักแค่คนเดียว) โต๊ะเครื่องแป้ง 1 ชุด เครื่องทำน้ำอุ่น พัดลมติดผนัง



6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นฤมล จิตรเอื้อ. (2547). ปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต ผลการศึกษาพบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือน ด้านความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านทำเลที่ตั้งและด้านสภาพแวดล้อม ส่วนความพึงพอใจของผู้เช่ามีระดับความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เช่าให้ความสำคัญในด้านทำเลที่ตั้งมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร และด้านความปลอดภัย และผู้เช่ามีปัญหาที่เกิดขึ้นในการเช่าห้องพักรายเดือน คือ ด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่ง

อำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการบริการ และด้านทำเลที่ตั้ง ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้เข้าที่มีระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกันมีระดับ ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผู้เข้าที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ระดับของปัจจัยในการตัดสินใจเช่าห้องพักรายเดือนและความพึงพอใจ ในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เข้าแตกต่างกันไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วีรพล เรืองวิทยานุสรณ์. (2547). ความเป็นไปได้ทางการตลาดในการตั้ง อพาร์ทเมนต์ ใน จังหวัดมหาสารคาม. รายงานการค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ขอนแก่น : วิทยาลัย บัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ได้ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดในการตั้ง อพาร์ ทเมนต์ ในจังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า นิสิตกลุ่มเป้าหมายที่ตอบแบบสอบถามว่าให้ความ สนใจมาก ในโครงการอพาร์ทเมนต์ ดังกล่าว มีจำนวนถึง 135 คน คิดเป็นร้อยละ 36 จากผู้ตอบ แบบสอบถามทั้งหมด 375 คน และค่อนข้างสนใจ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ปัจจัยที่ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกที่พักอาศัยได้แก่ การตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา ค่าเช่า ราคาไม่แพง มีความปลอดภัย และความสะอาด และมีปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ห้องพักรายเดือนกว้างขวาง เพอร์นิเจอร์ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งความต้องการ ของลูกค้าในทุกปัจจัยที่กล่าวมานี้ ล้วนสอดคล้องกับสิ่งที่คิดเป็นเป้าหมายของโครงการคือ จะเน้นที่ ความสะอาด ปลอดภัย ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย มีราคาเช่าพักไม่ แพง โดยการก่อสร้างเป็นไปตามมาตรฐานและข้อบังคับตามกฎหมาย มีเฟอร์นิเจอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกและให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าตามนโยบายของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่มุ่งขยายโอกาสทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษาแก่นักเรียน นิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาในเขต 19 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้มีการเข้ามาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ ต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันที่พักอาศัยให้เช่าในบริเวณใกล้ๆ มหาวิทยาลัย มีไม่ เพียงพอต่อความต้องการของนิสิตกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

สรุปได้ว่าโครงการอพาร์ทเมนต์ดังกล่าวนี้ มีความเป็นไปได้ทางการตลาดในการจัดตั้งและ จากการประมาณการผลการประกอบการของโครงการอพาร์ทเมนต์นี้ ถึงแม้จะใช้ระยะเวลานานในการ คืบทุน แต่เมื่อพิจารณากำไรสุทธิจากการประกอบการต่อปีที่ไม่ต่ำกว่า 700,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็น จำนวนที่น่าสนใจแก่การลงทุน ดังนั้นนายวีรพลจึงตัดสินใจลงทุนในโครงการอพาร์ทเมนต์นี้

แววดาว ยิ้มแย้ม. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเม นท์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการ จัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

ความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเมนต์ที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
2. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเมนต์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
3. ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเช่าอพาร์ทเมนต์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
4. ลักษณะการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ในการเช่าอพาร์ทเมนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
5. ความพึงพอใจโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเช่าอพาร์ทเมนต์ต่อไปในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สิรินธร วงษ์วีระนิมิตร. (2547). ความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการสิรินอพาร์ทเมนต์ ที่จังหวัดขอนแก่น. รายงานการค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ขอนแก่น : วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ได้ศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการสิรินอพาร์ทเมนต์ ที่จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า การค้นคว้าอิสระกรณีศึกษาทางอุตสาหกรรมและกลยุทธ์ทางธุรกิจนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการสิรินอพาร์ทเมนต์ ที่จังหวัดขอนแก่น โดยได้มีการประเมินสภาพแวดล้อมของธุรกิจเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค รวมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการตลาดและประเมินโครงการทางการเงิน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในจังหวัดขอนแก่น และจากผลการศึกษาจึงสามารถให้อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) 14.69% มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3,998,563 บาท และใช้ระยะเวลาคืนทุน 6 ปี 4 เดือน ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโครงการสิรินอพาร์ทเมนต์เป็นโครงการที่น่าลงทุนและมีความเป็นไปได้ทางการตลาด

ณัฐพล กกกำแหง. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเช่าห้องพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

ในส่วนความต้องการต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกเช่าหอพัก พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีความต้องการดังนี้ สักภายในห้องพักเป็นสีขาว สุขภัณฑ์ในห้องน้ำเป็นแบบโถชักโครก เติียงภายในห้องพักเป็นแบบเตียงคู่ ให้มีโทรศัพท์ภายในห้องพักซึ่งใช้โทรศัพท์ได้ทั่วประเทศ และต้องการกำหนดวงเงินการใช้โทรศัพท์ อยู่ระหว่าง 200-300 บาท

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความต้องการชำระค่าเช่าหอพักเดือนละครั้งและต้องการให้ค่าเช่าหอพักต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 1,501-2,000 บาท มีความต้องการเฟอร์นิเจอร์เพิ่มเติมจากเฟอร์นิเจอร์มาตรฐานที่หอพักมีไว้ให้คือ ชั้นวางหนังสือ รองลงมาคือ โต๊ะเครื่องแป้งและโทรทัศน์

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความต้องการมีระยะเวลาการจ่ายค่าเช่าล่วงหน้า 1 เดือน โดยมีลักษณะการชำระค่าน้ำและค่าไฟฟ้าแบบติดมิเตอร์

อารีย์ อักโข. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ผลการศึกษาพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกหอพักเอง อาศัยอยู่หอพักรวมเป็นส่วนใหญ่ นิยมพัก 2 คนมีลักษณะเป็นห้องพักพัดลม ราคาห้องพักอยู่ในระดับ 1,500-2,000 บาท สิ่งที่สำคัญที่ในการพิจารณาเลือกหอพักคือ หอพักใกล้มหาวิทยาลัยระยะทางไม่เกิน 1 กิโลเมตร

ปัจจัยด้านต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพัก มีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ต้องมีตู้เสื้อผ้าในห้องพัก มีโต๊ะทำงานในห้อง ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ต้องมีอัตราค่าเช่าเหมาะสมกับห้องพัก เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ถนนหนทางไปมาสะดวกใกล้กับมหาวิทยาลัย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ หอพักต้องไม่มีค่าประกันห้องเช่า ส่วนปัจจัยอื่นๆ นักศึกษาให้ความสำคัญในการเลือกหอพักคือ ความปลอดภัย

โดยพบว่านักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งและด้านอื่นๆแตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่มีอายุ 18-20 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีความสำคัญมากกว่า นักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีและนักศึกษาที่มีอายุ 18-23 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านอื่นๆมีความสำคัญมากกว่านักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 23 ปีขึ้นไป และนักศึกษาที่ได้เงินใช้จ่ายต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และด้านอื่นๆที่แตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่ได้รับจำนวนเงินใช้จ่ายต่อเดือน 2,001-3,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านอื่นๆมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกหอพักมากกว่า นักศึกษาที่ได้รับจำนวนเงินใช้จ่ายต่อเดือน

กลุ่มอื่นๆ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักน้อยกว่า นักศึกษากลุ่มอื่นๆ

ณัฐพงศ์ เผ่าพงษ์ทอง.(2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักเรียน/ นักศึกษาภายในเขตเทศบาลเมืองเลย. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักของนักเรียน/นักศึกษาภายในเขตเทศบาลเมืองเลย ผลปรากฏว่า ผู้เช่าห้องพัก เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือทำเลที่ตั้ง ส่วนทางด้าน ลักษณะการบริการของห้องพักที่สอดคล้องกับความต้องการ คือ จำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ การติดตั้ง เครื่องกรองน้ำ มีตู้เย็นไว้สำหรับบริการ ระบบความปลอดภัย โทรศัพท์สาธารณะ มีการบริการน้ำอุ่นใน ฤดูหนาว รวมทั้งรับฝากของในช่วงปิดเทอม

นอกจากนี้ผู้เช่าห้องพักเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สำคัญต่อการตัดสินใจต่อการเลือกห้องพักไม่แตกต่างกัน แต่ผู้เช่าห้องพักชายเห็นว่าการมีโทรศัพท์ภายในห้องพักมีความสำคัญมากกว่า ส่วนการมีห้องสำหรับพักผ่อนมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักน้อยกว่าผู้เช่าห้องพักเพศหญิง ส่วนปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งคือ หอพักอยู่ใกล้สถาบัน หอพักอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้แหล่งสาธารณูปโภค มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักไม่แตกต่างกัน และในส่วน ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดคือมีระบบการผ่อนชำระค่าเช่าเป็นงวดและมีการจัดงานสังสรรค์เนื่องใน โอกาสต่างๆมีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพักมากกว่าผู้เช่าห้องพักเพศหญิง

วรภาพ กริเทพ.(2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ ของประชากรในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ ของประชากรในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ในระดับสำคัญมากที่สุด คือปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์แตกต่างกัน

ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์แตกต่างกัน

ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์แตกต่างกัน

ลักษณะอพาร์ทเมนต์ที่สอดคล้องกับความต้องการมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ในเรื่อง เตียงนอน โต๊ะเครื่องแป้ง ตู้เสื้อผ้า โคมไฟ โทรศัพท์ที่ชั้นล่างของอพาร์ทเมนต์ มีบริการร้านอาหาร โทรศัพท์ตอบรับภายใน ร้านซักอบรีดสำหรับการบริการส่วนกลางของอพาร์ทเมนต์ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีตลาดฟ้าเป็นบริเวณที่ตากผ้า และมีสวนหย่อมบริเวณอพาร์ทเมนต์

นิมิต โออุไร. (2538). การศึกษาที่พึงอาศัยของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในแขวงหัวหมาก กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาเคหการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาที่พึงอาศัยของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในแขวงหัวหมาก กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสภาพแวดล้อมทางกายภาพและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับที่พำนักของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง รวมทั้งศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการบริการดังกล่าว ผลการวิจัยพบว่าที่พักของนักศึกษากระจายอยู่ริมถนนในซอยต่างๆบริเวณด้านหน้าและด้านหลังมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยด้านหน้ามหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ดัดแปลงมาจากอาคารพาณิชย์ ห้องพักในที่ที่พำนักประเภทหอพักส่วนใหญ่มีขนาดต่ำกว่า 9 ตารางเมตร ร้อยละ 80 ของที่พักอาศัยทั้งหมดไม่มีทางหนีไฟ และร้อยละ 60 มีลูกกรงทั้งแบบติดตายและเปิด-ปิดได้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่าประมาณร้อยละ 40 มีบริการน้ำดื่มและโทรทัศน์ แต่เพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่มีบริการยาปฐมพยาบาล นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาเกือบทั้งหมดต้องประสบกับปัญหาเสียงรบกวน โดยมีสาเหตุจากเพื่อนห้องใกล้เคียงมากที่สุด นักศึกษา 3 ใน 4 ต้องประสบปัญหากลืนรบกวน โดยมีสาเหตุจากขยะมูลฝอยมากที่สุด และนักศึกษามีความต้องการให้มีการปรับปรุงการบริการตามลำดับดังนี้ ราคา บริการโทรศัพท์ หนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ การรักษาความสะอาดตามลำดับ

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และจากงานวิจัยอ้างอิง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพักในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์โดยตรงกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมาย และแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่โรงเรียนสาธิตมอดินแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่โรงเรียนสาธิตมอดินแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.1 พบว่ามีจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย มีทั้งหมด 331 คน (โรงเรียนสาธิตมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)

1.2 พบว่ามีจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย มีทั้งหมด 628 คน (โรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ จังหวัดขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)

1.3 พบว่ามีจำนวนนักศึกษาทั้งปริญญาตรีและปริญญาโท มีทั้งหมด 25,989 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล : ฝ่ายรับเข้านักศึกษา , มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)

1.4 พบว่ามีจำนวนเจ้าหน้าที่และลูกจ้าง มีทั้งหมด 1,556 คน (สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ : กองการเจ้าหน้าที่ , มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่ามีจำนวนประชากรที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนสาธิตมอดินแดง โรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ นักศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโทและคนทำงานใน

มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีจำนวนรวม 28,504 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากร (Taro Tamane, 1976 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543) โดยใช้ความเชื่อมั่น 95% (ความผิดพลาดไม่เกิน 5%) สำหรับ 21 จะได้ตัวอย่างจำนวน 416 คน แสดงดังนี้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{28,504}{1 + (28,504 \cdot (0.05)^2)} \\
 &= 394.46 \text{ คน ประมาณ 395 คน} \\
 \text{สำหรับ 21 คน} &= 395 + 21 \\
 &= 416 \text{ คน}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{เมื่อ } n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \\
 N &= \text{ขนาดของประชากร} \\
 e &= \text{ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง}
 \end{aligned}$$

โดยการสุ่มตัวอย่างแบบมีขั้นตอน ดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543: 81) โดยผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภท ดังนี้

จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภท = จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด / ประเภทกลุ่มตัวอย่าง

$$= 416 / 4$$

$$= 104 \text{ คน}$$

นักเรียนม.ปลายโรงเรียนสาธิตมอหินแดง จำนวน 104 คน

นักเรียนม.ปลายโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ จำนวน 104 คน

นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 104 คน

คนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 104 คน

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Accident / Convenience Sampling) (ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543: 80) ในการเลือกสถานที่จัดเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะไม่ระบุสถานที่

ในการจัดเก็บกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต แต่จะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างในสถานที่ตามความสะดวกของผู้วิจัย ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการสุ่มตัวอย่างตามประเภทกลุ่มตัวอย่างจนครบจำนวน 416 คน ตามที่คำนวณได้จากสูตรของ Taro Yamane

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดย

แบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือกสองทาง (Dichotomous Questions) จำนวน 1 ข้อ

แบบสอบถามคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 4 ข้อ รวมคำถามในส่วนที่ 1 ทั้งหมด 5 ข้อ

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี
4. อื่นๆ(ระบุ).....

ข้อที่ 4 อาชีพ ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1. นักเรียน
2. นักศึกษา
3. ข้าราชการ
4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
5. พนักงานบริษัท
6. อื่นๆ(ระบุ)....

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท
2. 5,001 – 10,000 บาท
3. 10,001 – 15,000 บาท

4. 15,001 – 20,000 บาท

5. 20,001 – 25,000 บาท

6. 25,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions) ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ คือ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกห้องพัก

ระดับ 5 หมายถึง สำคัญมาก

ระดับ 4 หมายถึง ค่อนข้างสำคัญ

ระดับ 3 หมายถึง สำคัญปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่สำคัญ

ระดับ 1 หมายถึง ไม่สำคัญเลย

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลแบ่งระดับด้วยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาความกว้างจากสูตร (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. 2537: 78) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีคะแนนสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

สามารถตีความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกห้องพัก
4.21 - 5.00	สำคัญมาก
3.41 - 4.20	ค่อนข้างสำคัญ
2.61 - 3.40	สำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	ค่อนข้างไม่สำคัญ
1.00 - 1.80	ไม่สำคัญเลย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มีจำนวน 2 ข้อ

ข้อที่ 1 เลือกประเภทห้องที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ห้องแอร์ ห้องพัดลม แบบสอบถามคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) โดยระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Likert Scale Questions) ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ คือ

แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ระดับ 5 หมายถึง เช้าแน่นอน

ระดับ 4 หมายถึง เช้า

ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ระดับ 2 หมายถึง ไม่เช้า

ระดับ 1 หมายถึง ไม่เช้าแน่นอน

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลแบ่งระดับด้วยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาความกว้างจากสูตร (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. 2537: 78) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีคะแนนสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$5$$

$$= 0.8$$

สามารถตีความหมายได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก
4.21 - 5.00	เช้าแน่นอน
3.41 - 4.20	เช้า
2.61 - 3.40	ไม่แน่ใจ
1.81 - 2.60	ไม่เช้า
1.00 - 1.80	ไม่เช้าแน่นอน

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัยหรือแบบสอบถาม ตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหอพักจากตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดขอบเขตให้ครอบคลุมเนื้อหาด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเช่าหอพัก และแนวโน้มการเช่าหอพัก เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และข้อบกพร่องของคำถาม เพื่อความถูกต้องและเหมาะสมยิ่งขึ้น
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 ชุด
5. วิเคราะห์ผลแบบสอบถามที่ทำการทดลองใช้แล้ว โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) จากสูตรของ Cronbach (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 125) เพื่อทำปรับปรุงแก้ไขคำถามให้เหมาะสมต่อการใช้งานจริงกับกลุ่มตัวอย่าง
6. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 415 ชุดด้วยตัวเอง จากประชากรที่ศึกษาและทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนสาธิตมอดินแดง และสาธิตศึกษาศาสตร์

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูลจะประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาดนี้ ทำโดยการวิจัยโดยออกแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพักในปัจจุบัน และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะหอพักที่ต้องการ ที่ลงทุนบริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนดำเนินงานของโครงการ และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของหอพัก

2. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน

จะนำผลการวิจัยด้านการตลาดมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ โดยใช้งบการเงินและเครื่องมือทางการเงินต่างๆมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน

โดยประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการตลาด

เป็นการศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนโครงการหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1.1 การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ออก

1.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส

1.3 การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS for Windows

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้

1.4.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentages) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 40)

1.4.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกหอพัก และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลด้านต่างๆ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 40)

1.4.3 การวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test Sample) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 162) ทดสอบความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม (ชาย และหญิง) ที่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกหอพัก และแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก เนื่องจากเพศเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Data)

1.4.4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 168) ทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ, ระดับการศึกษาสูงสุด, อาชีพ, และรายได้ที่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกหอพัก เนื่องจากกลุ่มต่างๆ ดังกล่าวเป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Data) และแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก เป็นข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Data)

1.5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.5.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) โดยนำข้อมูลดิบซึ่งเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ โดยอาจจำแนกตามลักษณะต่างๆ หรือจัดให้ข้อมูลมีค่าใกล้เคียงกันหรือซ้ำกันอยู่ด้วยกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 35)

1.5.2 ร้อยละ (Percentages) โดยใช้สูตร (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. 2537: 110)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนที่ต้องการ}}{\text{จำนวนทั้งหมด}} \times 100$$

1.5.1.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 137)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	X_i	แทน	คะแนนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน

1.5.4 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

(พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. 2537: 142)

$$S.D. = \frac{\sqrt{\sum (X_i - \bar{X})^2}}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	X_i	แทน	คะแนนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน

1.5.5 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 449)

$$\alpha = \frac{\overline{k \text{ covariance} / \text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}$$

เมื่อ α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ทั้งฉบับ
k	แทน	จำนวนคำถาม
covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยแปรปรวนร่วมระหว่าง คำถามต่าง ๆ
variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1.5.6 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ (Independent t-test Sample) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 165)

- กรณีไม่ทราบค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่ม และสมมติว่าไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\overline{X}_1 - \overline{X}_2}{\sqrt{s_1^2/n_1 + s_2^2/n_2}}$$

$$df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)}{n_2 - 1}}$$

- กรณีไม่ทราบค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่ม แต่ทราบว่าประชากรทั้งสองกลุ่มมีความแปรปรวนเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	องศาอิสระ (Degree of freedom)

1.5.7 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 170)

$$S_T^2 = \frac{SS_T}{df_T} = \frac{\sum \sum X^2 - C}{df_T}$$

$$S_b^2 = \frac{SS_b}{df_b} = \frac{(T_j^2/n_j) - C}{df_b}$$

$$S_w^2 = \frac{SS_w}{df_w} = \frac{SS_T - SS_b}{df_w}$$

เมื่อ	SS_T	แทน	Sum Square Total
	SS_b	แทน	Sum Square Between Group
	SS_w	แทน	Sum Square Within Group
	$\sum \sum X^2$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของคะแนนแต่ละตัว
	T_j^2	แทน	กำลังสองของผลรวมของคะแนนแต่ละกลุ่มในแนวคอลัมน์
	n_j	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่ม
	df_T	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระของคะแนน N จำนวนซึ่งมีค่า = n - 1
	df_b	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระของจำนวนกลุ่ม ซึ่งมีค่า = k - 1
	df_w	แทน	องศาแห่งความเป็นอิสระของคะแนนภายในกลุ่ม ซึ่งมีค่า = n - k

1.5.8 กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้สูตร Least Significant Difference (LSD)
(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 161)

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE} + \sqrt{1/n_i + 1/n_j}$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

1.5.9 การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 313)

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r_{XY}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด X
$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y
$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนน X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของคะแนน Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X กับ Y
n	แทน	จำนวนคนหรือสิ่งที่ศึกษา

การพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่คำนวณได้เป็นดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 316)

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากกว่า 0.9 หมายถึง ปัจจัยในการเลือกหอพักมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักระดับสูงมาก
 - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากกว่า 0.7 ถึง 0.9 หมายถึง ปัจจัยในการเลือกหอพักมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักระดับสูง
 - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.3 ถึง 0.7 หมายถึง ปัจจัยในการเลือกหอพักมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักระดับปานกลาง
 - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ต่ำกว่า 0.3 หมายถึง ปัจจัยในการเลือกหอพักมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักระดับต่ำ
 - ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เป็น 0 หมายถึง ปัจจัยในการเลือกหอพักไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก
- โดยถ้าเครื่องหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าเครื่องหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เป็นลบ แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน

2. การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ด้านความเป็นไปได้ทางการเงินนี้ ประกอบด้วย การศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ แหล่งของเงินทุน การวิเคราะห์หีบการเงินและการประเมินค่าของโครงการลงทุน ซึ่งใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน เพื่อให้ทราบว่าโครงการคุ้มค่าควรแก่การลงทุนหรือไม่

2.1 การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ ประกอบด้วย

2.1.1 เงินลงทุนหรือค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรก ได้แก่

- ค่าเช่าที่ดิน
- ค่าพัฒนาที่ดิน
- ค่าออกแบบอาคาร
- ค่าก่อสร้างอาคาร
- ค่าอุปกรณ์ติดตั้งในอาคารและสำนักงานของโครงการ
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

2.1.2 ค่าใช้จ่ายเริ่มต้นในการดำเนินงานของโครงการ ประกอบด้วย

- ค่าไฟฟ้าของสำนักงาน
- ค่าประปาของสำนักงาน
- ค่าซ่อมแซมบำรุงอาคารและอุปกรณ์รายปี
- ค่าซ่อมแซมอาคาร
- ค่าประกันอัคคีภัย
- เงินเดือนพนักงาน
- ค่าภาษีโรงเรือนและที่ดิน
- ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด
- ค่าเสื่อมราคา
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

2.2 ผลตอบแทนของโครงการ

ผลตอบแทนของโครงการ หมายถึง รายได้จากค่าเช่าห้องพัก ซึ่งคิดจาก

รายได้ = จำนวนห้องพักที่มีผู้มาเช่า x อัตราค่าเช่ารายเดือน

2.3 แหล่งที่มาของเงินทุน ซึ่งมาจาก

2.3.1 ส่วนของเจ้าของ ประมาณร้อยละ 80 ของเงินลงทุนแรกเริ่มของกิจการ

2.3.2 การกู้ยืม ประมาณร้อยละ 20 ของเงินลงทุนแรกเริ่มของกิจการ

2.4 การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ

การวิเคราะห์งบการเงินของโครงการ เป็นการประมาณการงบการเงินต่างๆ ได้แก่ งบกำไรขาดทุน และงบดุลล่วงหน้า และการประมาณการกระแสเงินสด

2.4.1 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า (Performa Income Statement) เป็นงบแสดงรายได้และค่าใช้จ่ายของกิจการจัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการดำเนินงานของโครงการล่วงหน้าตลอดอายุของโครงการว่าแต่ละปีโครงการที่ทำคาดว่าจะได้กำไรหรือขาดทุนเท่าใด (สุภาพนา ฉินไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2542 : 7-14)

2.4.2 งบดุลล่วงหน้า (Performa Balance Sheet) จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้บริหารเห็นถึงฐานะทางการเงินตลอดอายุของโครงการ ซึ่งประกอบด้วย สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น รายงานที่แสดงถึงฐานะการเงินล่วงหน้าของธุรกิจว่ามีฐานะทางการเงินเป็นอย่างไร ถ้าดำเนินการตามแผนที่กำหนดไว้ (สุภาพนา ฉินไพศาล. 2543 : 128)

2.4.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด เป็นการแสดงกระแสเงินสดรับและจ่ายของโครงการ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถวางแผนจัดหาเงินสด และควบคุมการใช้เงินสดตลอดอายุโครงการ (สุภาพนา ฉินไพศาล และอัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. 2542 : 7-14)

2.5 เกณฑ์การตัดสินใจลงทุน

เกณฑ์การตัดสินใจในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้เครื่องมือทางการเงินต่างๆ ได้แก่ PB, B/C Ratio, NPV, IRR และในการวิเคราะห์ศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน ซึ่งจะมีเกณฑ์การตัดสินใจลงทุนดังนี้

2.5.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) เป็นการพิจารณาถึงจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุน ถ้าโครงการมีระยะเวลาคืนทุนเร็วถือว่าเป็นโครงการที่ดี เพราะมีความปลอดภัยจากความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น

2.5.2 อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio : B/C Ratio) เพื่อดูว่าโครงการนี้ให้ประโยชน์มากหรือน้อยกว่าค่าใช้จ่ายในโครงการ กล่าวคือ ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน

มากกว่าหนึ่ง แสดงว่าผลประโยชน์ที่ได้จากโครงการมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป โครงการนั้นมีความเหมาะสมที่จะลงทุน

2.5.3 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) โดยมีหลักเกณฑ์ว่าโครงการที่มีความเหมาะสมด้านการเงิน คือ NPV มากกว่าศูนย์หรือเป็นบวก แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะลงทุน กล่าวคือ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนรวมมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของต้นทุนรวม

2.5.4 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) โดยเกณฑ์ในการพิจารณาความเหมาะสมทางการเงิน คือ ถ้าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับเงินทุนที่ใช้ในโครงการ แสดงว่าเงินทุนที่ใช้ในโครงการมีความเหมาะสมที่จะลงทุน

2.5.5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis) จุดคุ้มทุน หมายถึง จุดที่รายได้เท่ากับต้นทุนรวม ณ จุดนี้เป็นจุดที่ไม่มีทั้งกำไรและขาดทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจะเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และกำไร ซึ่งจากการกำหนดจุดคุ้มทุน คือ จุดที่รายได้เท่ากับต้นทุนรวม ซึ่งไม่มีกำไรและขาดทุน จึงเป็นจุดที่เราสามารถวางแผนกำไรได้ (เพชร ชุมทรัพย์. 2528 : 297)

เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงิน

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB)

ระยะเวลาคืนทุน คือ ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินงานมีค่าเท่ากับการลงทุนของโครงการหลักเกณฑ์นี้พิจารณาจำนวนปีที่จะได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินลงทุน และใช้กันมากในธุรกิจโดยเฉพาะในกรณีที่การลงทุนมีความเสี่ยงสูง (ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ. 2544 : 123) หรือระยะเวลาที่ใช้ในการรอคอยให้ได้รับเงินลงทุนเริ่มแรกกลับคืนมา จึงเป็นอัตราส่วนของเงินลงทุนเริ่มแรกกับกระแสเงินสดรับสุทธิต่อปี (ชนะใจ เดชวิทยพร. 2539 : 218) โดยมีสูตรดังนี้

$$PB = \frac{\text{เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ}}{\text{เงินสดรับสุทธิต่อปี}}$$

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า PB	≤	อายุของโครงการ	จะยอมรับโครงการ (Accept)
PB	≥	อายุของโครงการ	จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดอายุโครงการไว้ 30 ปี

2. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio : B/C Ratio)

อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนกับมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุน (ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ. 2544 : 135) ซึ่งทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการใช้เงินทุนว่าจะก่อให้เกิดกำไรเป็นกี่เท่าของต้นทุน โดยมีสูตรดังนี้

$$B/C = \frac{PV \text{ of Benefits}}{PV \text{ of Costs}}$$

$$= \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

โดยที่ B_t = ผลตอบแทนในปีที่ t
 C_t = ต้นทุนในปีที่ t
 r = อัตราส่วนลดที่เหมาะสม
 n = จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า $B/C \text{ Ratio} \geq 1$ จะยอมรับโครงการ (Accept)

$B/C \text{ Ratio} < 1$ จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

มูลค่าปัจจุบัน คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับตลอดโครงการกับเงินลงทุนเริ่มแรก กระแสเงินสดสุทธิที่นำมาหามูลค่าปัจจุบันใช้อัตราส่วนลดเท่ากับอัตราผลตอบแทนขั้นต่ำที่ต้องการ หรืออัตราค่าของเงินทุน (ชนะใจ เดชวิทยพร. 2539 : 220) หรือการหามูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยการเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าปัจจุบันของเงินสดที่จะได้รับในอนาคตกับเงินลงทุนที่จ่ายในปัจจุบัน (สุพาดา สิริกฤตดา และคณะ. 2543 : 136) โดยมีสูตร ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{A_t}{(1+k)^t} - C$$

โดยที่	A_t	=	เงินสดรับในแต่ละปี
	k	=	อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ
	C	=	เงินลงทุนเริ่มแรก
	n	=	อายุโครงการ
	t	=	ระยะเวลาที่ได้รับผลตอบแทนเริ่มตั้งแต่ปีที่ 1 จนถึงปีที่ n

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า $NPV \geq 0$ จะยอมรับโครงการ (Accept)

$NPV < 0$ จะปฏิเสธโครงการ (Reject)

4. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

อัตราผลตอบแทนของโครงการ คือ อัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุน และเป็นอัตราที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตเท่ากับเงินลงทุนเริ่มแรกพอดี (ชนะใจ เดชวิทยพร. 2539 : 224) หรือมูลค่าปัจจุบันของเงินสดรับเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดจ่าย (สุพาดา สิริกุตตา และคณะ. 2543 : 135) หรืออัตราส่วนลดที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ (ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ. 2544 : 137) ดังนั้น IRR จึงเป็นอัตราผลตอบแทนที่ทำให้โครงการนั้นคุ้มทุนพอดี โดยมีสูตร ดังนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

โดยที่	B_t	=	ผลตอบแทนในปีที่ t
	C_t	=	ต้นทุนในปีที่ t
	r	=	อัตราส่วนลดที่เหมาะสม
	n	=	จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ

เกณฑ์การตัดสินใจยอมรับโครงการ

ถ้า $IRR \geq$ อัตราดอกเบี้ยที่ใช้ในการคิดลด (Discount Rate) จะยอมรับโครงการ

$IRR <$ อัตราดอกเบี้ยที่ใช้ในการคิดลด (Discount Rate) จะปฏิเสธโครงการ

5. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis) ใช้สูตร ดังนี้ (เพชรี ชุมทรัพย์. 2528 : 299)

$$\text{ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{กำไรผันแปรต่อหน่วย}}$$

$$\text{หรือ} \quad Q^* = \frac{F}{P - V}$$

โดยที่ Q^* = ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน (จำนวนห้องที่มีผู้มาเช่า)

F = ต้นทุนคงที่

P = ราคาต่อหน่วย (อัตราค่าเช่าต่อเดือน)

V = ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด
2. ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ทางการตลาด ประกอบด้วย

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-distribution)
F-Ratio	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบเอฟ (f-distribution)
F-Prob, p	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability) สำหรับแสดงนัยสำคัญทางสถิติ
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
df	แทน	ระดับขั้นความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นไปได้ทางการเงิน ประกอบด้วย

PB	แทน	ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
NPV	แทน	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)
IRR	แทน	อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return)
B/C	แทน	อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพัก
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

เป็นการนำเสนอข้อมูลของงานวิจัย ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยมีลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 416 ชุด โดยนำเสนอในรูปของความถี่ และร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	159	38.2
หญิง	257	61.8
รวม	416	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	218	52.4
20-29 ปี	147	35.3
30-39 ปี	36	8.7
40-49 ปี	15	3.6
รวม	416	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	237	57
ปริญญาตรี	144	34.6
สูงกว่าปริญญาตรี	35	8.4
รวม	416	100.0
4. อาชีพ		
นักเรียน	208	50
นักศึกษา	104	25
ข้าราชการ	45	10.8
อื่นๆ	59	14.2
รวม	416	100.0
5. อาชีพอื่นๆ		
เจ้าหน้าที่ของรัฐ	12	2.9
พนักงานมหาวิทยาลัย	24	5.8
ลูกจ้างชั่วคราว	23	5.5
รวม	59	14.2
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	224	53.8
5,001 – 10,000 บาท	115	27.6
10,001 – 15,000 บาท	32	7.7
15,001 – 20,000 บาท	25	6.0
20,001 – 25,000 บาท	18	4.3
25,001 บาทขึ้นไป	2	0.5
รวม	416	100.0

จากตาราง 2 แสดงถึง จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานและศึกษาภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 20-29 ปี ,30-39 ปี ,40-49 ปี จำนวน 147 คน ,36 คน และ15 คน โดย คิดเป็นร้อยละ 35.3 ,8.7 ,3.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 144 คน และ 35 คน โดย คิดเป็นร้อยละ 34.6 ,8.4 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ นักศึกษา,ข้าราชการ จำนวน 104 คน ,45 คน โดย คิดเป็นร้อยละ 25 และ10.8 ตามลำดับ และอาชีพอื่นๆ ดังนี้คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ,พนักงานมหาวิทยาลัย และลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 12คน ,24 คน และ 23 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.9 ,5.8 ,5.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ ช่วง 5,001 – 10,000 บาท , ช่วง 10,001 – 15,000 บาท ,ช่วง 15,001 – 20,000 บาท ,ช่วง 20,001 – 25,000 บาท และ 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 115 คน ,32 คน ,25 คน ,18 คน และ 2 คน โดย คิดเป็นร้อยละ 27.6 ,7.7 ,6.0 ,4.3 และ 0.5 ตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวน และร้อยละของรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดใหม่

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	218	52.4
20-29 ปี	147	35.3
30 ปี ขึ้นไป	51	12.3
รวม	416	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	224	53.8
5,001 – 10,000 บาท	115	27.6
10,001 – 15,000 บาท	32	7.7
15,001 บาท ขึ้นไป	45	5.4
รวม	416	100.0

จากตาราง 3 อายุที่จัดใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 20-29 ปี และ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 147 คน , 51 คน โดย คิดเป็นร้อยละ 35.3 , 12.3 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนที่จัดใหม่ พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 416 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ช่วง 5,001 – 10,000 บาท , ช่วง 10,001 – 15,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 115 คน , 32 คน , 45 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 , 7.7 และ 5.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก โดยแบ่งปัจจัยต่างๆ ออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ปรากฏผลดังตาราง 4

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.12	0.56	ค่อนข้างสำคัญ
2. ด้านราคา	3.78	0.61	ค่อนข้างสำคัญ
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.99	0.59	ค่อนข้างสำคัญ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.48	0.77	ค่อนข้างสำคัญ
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	4.18	0.65	ค่อนข้างสำคัญ
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.16	0.62	ค่อนข้างสำคัญ
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.96	0.64	ค่อนข้างสำคัญ
ความสำคัญโดยรวม			ค่อนข้างสำคัญ

จากตาราง 4 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพักทั้ง 7 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับค่อนข้างสำคัญ ($\bar{x} = 4.18, 4.16, 4.12, 3.99, 3.96, 3.78, 3.48$)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 เอกลักษณ์ภายในห้องพักตกแต่งสวยงาม	3.9	1.03	ค่อนข้างสำคัญ
1.2 ความกว้าง / การถ่ายเทอากาศของห้องพัก/ห้องน้ำ	4.4	0.7	สำคัญมาก
1.3 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกเสริม	3.9	0.9	ค่อนข้างสำคัญ
1.4 ความพร้อม/ความทันสมัยของเฟอร์นิเจอร์ห้องพัก	3.8	0.9	ค่อนข้างสำคัญ
1.5 ความพร้อมของระบบรักษาความปลอดภัย	4.6	0.6	สำคัญมาก

จากตาราง 5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพักในระดับสำคัญมากมีจำนวน 2 ข้อ คือ ความพร้อมของระบบรักษาความปลอดภัย เช่น ล็อคประตู, สัญญาณเตือนไฟไหม้ ยามรักษาความปลอดภัย ($\bar{x} = 4.6$) และความกว้างกับการถ่ายเทอากาศของห้องพักและห้องน้ำ ($\bar{x} = 4.4$)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับค่อนข้างสำคัญมีจำนวน 3 ข้อ คือ เอกลักษณ์ภายในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม เป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.9$) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกเสริม เช่น อินเทอร์เน็ต UBC ลิฟท์ คีย์การ์ด ($\bar{x} = 3.9$) และความพร้อมและความทันสมัยของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก เช่น เตียง โต๊ะเครื่องแป้ง ตู้เสื้อผ้า ($\bar{x} = 3.8$)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
2. ด้านราคา			
2.1 อัตราค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับห้องพักอื่น	4.29	0.76	สำคัญมาก
2.2 มีระยะเวลาผ่อนผันในการชำระค่าเช่า	3.64	0.94	ค่อนข้างสำคัญ
2.3 ห้องพักรมมีหลายระดับราคาให้เลือก	3.58	0.89	ค่อนข้างสำคัญ
2.4 ไม่มีค่าส่วนกลาง	3.94	1.04	ค่อนข้างสำคัญ

จากตาราง 6 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับสำคัญมากมีจำนวน 1 ข้อ คือ อัตราค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับห้องพักอื่น ($\bar{x} = 4.29$)

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับค่อนข้างสำคัญมีจำนวน 5 ข้อ คือ ไม่มีค่าส่วนกลาง ($\bar{x} = 3.94$) การทำสัญญาเช่าไม่จำเป็นต้องมีเงินประกัน ($\bar{x} = 3.7$) มีระยะเวลาผ่อนผันในการชำระค่าเช่า ($\bar{x} = 3.64$) ห้องพักรมมีหลายระดับราคาให้เลือก ($\bar{x} = 3.58$) และแยกชำระค่าใช้บริการอื่นๆจากค่าเช่า เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ($\bar{x} = 3.5$)

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกหอพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
3. ด้านทำเลที่ตั้ง			
3.1 สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	4.17	0.65	ค่อนข้างสำคัญ
3.2 การคมนาคมสะดวก	4.55	0.62	สำคัญมาก
3.3 ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	4.31	0.85	สำคัญมาก
3.4 มีป้ายชื่อแสดงที่พักโดดเด่นชัดเจน	3.29	1.15	สำคัญปานกลาง
3.5 มีจุดบริการติดต่อสอบถามชัดเจน ติดต่อสะดวก	3.43	1.16	ค่อนข้างสำคัญ
3.6 มีที่จอดรถเพียงพอ	4.21	0.87	สำคัญมาก

จากตาราง 7 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกหอพัก ในระดับสำคัญมากมีจำนวน 3 ข้อ คือ การคมนาคมสะดวก ($\bar{x} = 4.55$) ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา ($\bar{x} = 4.31$) มีที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{x} = 4.21$)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกหอพัก ในระดับค่อนข้างสำคัญมีจำนวน 2 ข้อ คือ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ($\bar{x} = 4.17$) และมีจุดบริการติดต่อสอบถามมองเห็นชัดเจน ติดต่อสะดวก ($\bar{x} = 3.43$)

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกหอพัก ในระดับสำคัญปานกลางมีจำนวน 1 ข้อ คือ มีป้ายชื่อแสดงที่พักโดดเด่นชัดเจน ($\bar{x} = 3.29$)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกหอพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 มีป้ายโฆษณาบริเวณจุดสำคัญของมหาวิทยาลัย	3.23	0.96	สำคัญปานกลาง
4.2 มีการแจ้งข่าวสารต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า	3.59	0.99	ค่อนข้างสำคัญ
4.3 มีส่วนลดในกรณีที่พักอาศัยนาน	3.85	0.98	ค่อนข้างสำคัญ
4.4 มีกิจกรรมพิเศษให้ผู้พักอาศัย เช่น งานสังสรรค์	3.24	1.13	สำคัญปานกลาง

จากตาราง 8 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับค่อนข้างสำคัญมีจำนวน 2 ข้อ คือ มีส่วนลดในกรณีที่พักอาศัยนาน ($\bar{x} = 3.85$) และมีการแจ้งข่าวสารต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าเป็นระยะ ($\bar{x} = 3.59$)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับสำคัญปานกลางมีจำนวน 2 ข้อ คือ มีกิจกรรมพิเศษให้ผู้พักอาศัย เช่น งานสังสรรค์ งานประเพณี เทศกาล ($\bar{x} = 3.24$) และมีป้ายโฆษณาบริเวณจุดสำคัญของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ($\bar{x} = 3.23$)

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
5. ด้านบุคลากร			
5.1 บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย	3.51	0.85	ค่อนข้างสำคัญ
5.2 พนักงานมีความรอบรู้, เข้าใจและเต็มใจในการให้บริการ	3.99	0.91	ค่อนข้างสำคัญ
5.3 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ	4.37	0.79	สำคัญมาก
5.4 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค	4.30	0.83	สำคัญมาก
5.5 เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลดี	4.44	0.78	สำคัญมาก
5.6 พนักงานคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง	4.27	0.82	สำคัญมาก
5.7 มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุกวัน	4.35	0.76	สำคัญมาก

จากตาราง 9 ปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับสำคัญมากมีจำนวน 5 ข้อ คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ ($\bar{x} = 4.73$) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลดี ($\bar{x} = 4.44$) มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุกวัน ($\bar{x} = 4.35$) พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค ($\bar{x} = 4.30$) และมีพนักงานคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{x} = 4.27$)

ปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับค่อนข้างสำคัญมีจำนวน 2 ข้อ คือ พนักงานมีความรอบรู้, เข้าใจและเต็มใจในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.99$) และบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย เหมาะสม ($\bar{x} = 3.51$)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
6. ด้านกระบวนการให้บริการ			
6.1 มีกระบวนการให้บริการรวดเร็วถูกต้อง	4.14	0.82	ค่อนข้างสำคัญ
6.2 มีการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน	4.21	0.78	สำคัญมาก
6.3 มีห้องตัวอย่างให้ชมก่อนตัดสินใจ	4.07	0.86	ค่อนข้างสำคัญ
6.4 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.54	0.66	สำคัญมาก
6.5 มีการใช้อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	3.74	0.92	ค่อนข้างสำคัญ
6.6 นำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการให้บริการ	4.28	0.79	สำคัญมาก

จากตาราง 10 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับสำคัญมาก มีจำนวน 3 ข้อ คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ($\bar{x} = 4.54$) นำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการให้บริการ เช่น กล้องวงจรปิด ($\bar{x} = 4.28$) และมีการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน ($\bar{x} = 4.21$)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับค่อนข้างสำคัญมีจำนวน 3 ข้อ คือ มีกระบวนการให้บริการรวดเร็วถูกต้อง ($\bar{x} = 4.14$) มีห้องตัวอย่างให้ชมก่อนตัดสินใจ ($\bar{x} = 4.07$) และมีการใช้อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ($\bar{x} = 3.74$)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญ
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ			
7.1 สภาพอาคารมีความคงทน	4.63	0.53	สำคัญมาก
7.2 อาคารที่พักเงียบสงบ ไม่มีเสียงดังรบกวน	4.49	0.61	สำคัญมาก
7.3 จัดสภาพแวดล้อมภายนอกหรือหรรษา มีรสนิยม	3.42	0.99	ค่อนข้างสำคัญ
7.4 มีการจัดบริเวณให้บริการส่วนรวม เป็นสัดส่วน	3.43	1.05	ค่อนข้างสำคัญ
7.5 อาคารมีความสวยงามสะอาดร่มรื่น เป็นเอกลักษณ์	3.86	1.02	ค่อนข้างสำคัญ

จากตาราง 11 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับสำคัญมาก มีจำนวน 2 ข้อ คือ สภาพอาคารมีความคงทน ($\bar{x} = 4.63$) และอาคารที่พักเงียบสงบ ไม่มีเสียงดังรบกวน ($\bar{x} = 4.49$)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ในระดับค่อนข้างสำคัญมีจำนวน 3 ข้อ คือ อาคารมีความสวยงาม สะอาดร่มรื่น ตกแต่งเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{x} = 3.86$) มีการจัดบริเวณให้บริการส่วนรวม เป็นสัดส่วน เช่น สวน, ห้องประชุม, ห้องรับแขก ($\bar{x} = 3.43$) และจัดสภาพแวดล้อมภายนอกหรูหรา มีรสนิยม ($\bar{x} = 3.42$)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก ซึ่งประกอบด้วย การเลือกประเภทห้องพักตรงตามความสนใจ และแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 12 จำนวน และร้อยละของประเภทห้องพักตรงตามความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทห้องพัก	จำนวน (ห้อง)	ร้อยละ
1. ห้องแอร์ ราคาเช่า 3,600 บาท/เดือน	289	69.5
2. ห้องพัดลม ราคาเช่า 3,000 บาท/เดือน	127	30.5
รวม	416	100.0

จากตาราง 12 ห้องพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด คือ ห้องแอร์ ราคาเช่า 3,600 บาท/เดือน จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือห้องพัดลม จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

	$\bar{x}$	S.D	ระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก
แนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก	3.57	0.85	เช่า

จากตาราง 13 พบว่าระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพักที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด คือ เช่า ($\bar{x} = 3.57$)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพักแตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานข้อนี้ จะใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้ามีการยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำข้อมูลมาทดสอบ Least Significant Difference (LSD) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ที่ 95%

ยกเว้นกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (เพศ) จะใช้ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test Sample) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยถ้าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพักแตกต่างกัน

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกห้องพัก จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.11	0.67	4.16	0.52	- 0.713	0.477
2. ด้านราคา	3.78	0.65	3.77	0.58	0.156	0.876
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	3.96	0.59	4.01	0.59	- 0.937	0.349
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.46	0.80	3.49	0.75	- 0.352	0.725
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	4.14	0.69	4.20	0.62	- 0.815	0.416
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.14	0.63	4.18	0.62	- 0.511	0.609
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.98	0.61	3.95	0.66	0.483	0.629

จากตาราง 14 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพัก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.830	0.915	2.787	0.063
	ภายในกลุ่ม	413	135.540	0.328		
	รวม	416	137.37			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	0.516	0.258	0.694	0.500
	ภายในกลุ่ม	413	153.590	0.372		
	รวม	416	154.106			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	2.290	1.145	3.329*	0.037
	ภายในกลุ่ม	413	142.081	0.344		
	รวม	416	144.371			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	8.972	4.486	7.870*	0.000
	ภายในกลุ่ม	413	235.413	0.570		
	รวม	416	244.385			
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.981	1.490	3.626*	0.027
	ภายในกลุ่ม	413	169.773	0.411		
	รวม	416	172.754			

ตาราง 15 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกหอพัก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.177	0.088	0.227	0.797
	ภายในกลุ่ม	413	160.541	0.389		
	รวม	416	160.718			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.071	0.036	0.087	0.916
	ภายในกลุ่ม	413	168.922	0.409		
	รวม	416	168.993			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพักด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน ให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ แต่ละปัจจัยมีความแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปราบกฎผลดังตาราง

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกหอพักเป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 29 ปี	30 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.0642	-	0.1515* (0.016)	0.1394 (0.127)
20 - 29 ปี	3.9127	-	-	- 0.0121 (0.899)
30 ปี ขึ้นไป	3.9248	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี อยู่ 0.1515

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 29 ปี	30 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.6158	-	0.2893* (0.000)	0.3070* (0.009)
20 - 29 ปี	3.3265	-	-	0.0177 (0.885)
30 ปี ขึ้นไป	3.3088	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี อยู่ 0.2893

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป อยู่ 0.3070

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 29 ปี	30 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.2569	-	0.1626* (0.018)	0.1869 (0.062)
20 - 29 ปี	4.0943	-	-	0.0242 (0.816)
30 ปี ขึ้นไป	4.0700	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี อยู่ 0.1626

1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพักแตกต่างกัน

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก **จำแนกตามระดับการศึกษา**

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพัก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.374	0.187	0.564	0.569
	ภายในกลุ่ม	413	136.995	0.332		
	รวม	416	137.369			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	2.662	1.331	3.630*	0.027
	ภายในกลุ่ม	413	151.445	0.367		
	รวม	416	154.107			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	0.530	0.265	0.761	0.468
	ภายในกลุ่ม	413	143.842	0.348		
	รวม	416	144.372			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	2.946	1.473	2.519	0.082
	ภายในกลุ่ม	413	241.439	0.585		
	รวม	416	244.385			
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.713	0.357	0.856	0.426
	ภายในกลุ่ม	413	172.753	0.417		
	รวม	416	172.754			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.787	0.394	1.016	0.363
	ภายในกลุ่ม	413	159.931	0.387		
	รวม	416	160.718			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.133	0.067	0.163	0.850
	ภายในกลุ่ม	413	168.860	0.409		
	รวม	416	168.993			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่

สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านราคาแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านราคา แต่ละปัจจัยมีความแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกหอพักเป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.7848	-	- 0.0393 (0.540)	0.2658* (0.016)
ปริญญาตรี	3.8241	-	-	0.3050* (0.008)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.5190	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ 0.2658

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ 0.3050

1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกหอพัก	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.826	0.275	0.831	0.478
	ภายในกลุ่ม	413	136.543	0.331		
	รวม	416	137.369			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	0.290	0.097	0.259	0.855
	ภายในกลุ่ม	413	153.817	0.373		
	รวม	416	154.107			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	3.401	1.134	3.313*	0.020
	ภายในกลุ่ม	413	140.971	0.342		
	รวม	416	144.372			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	8.525	2.842	4.964*	0.002
	ภายในกลุ่ม	413	235.860	0.572		
	รวม	416	244.385			
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.638	1.213	2.954*	0.032
	ภายในกลุ่ม	413	169.115	0.410		
	รวม	416	172.753			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.659	0.220	0.565	0.638
	ภายในกลุ่ม	413	160.059	0.388		
	รวม	416	160.718			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.458	0.153	0.373	0.772
	ภายในกลุ่ม	413	168.535	0.409		
	รวม	416	168.993			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก

ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการแต่ละปัจจัยมีความแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ	อื่นๆ
นักเรียน	4.0705	-	0.1891* (0.007)	0.2113* (0.029)	0.479 (0.579)
นักศึกษา	3.8814	-	-	0.0222 (0.832)	- 0.1412 (0.139)
ข้าราชการ	3.8593	-	-	-	- 0.1633 (0.159)
อื่นๆ	4.0226	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อยู่ 0.1891

และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ อยู่ 0.2113

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ	อื่นๆ
นักเรียน	3.6118	-	0.3041* (0.001)	0.3284* (0.009)	0.1711 (0.126)
นักศึกษา	3.3077	-	-	0.244 (0.857)	- 0.1330 (0.281)
ข้าราชการ	3.2833	-	-	-	- 0.1573 (0.294)
อื่นๆ	3.4407	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อยู่ 0.3041

และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ อยู่ 0.3284

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ	อื่นๆ
นักเรียน	4.2459	-	0.1854* (0.016)	0.2141* (0.043)	- 0.0011 (0.991)
นักศึกษา	4.0604	-	-	0.0287 (0.802)	- 0.1865 (0.075)
ข้าราชการ	4.0317	-	-	-	- 0.2152 (0.090)
อื่นๆ	4.2470	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อยู่ 0.1854

และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ อยู่ 0.2141

1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพัก	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.374	0.848	2.590	0.052
	ภายในกลุ่ม	413	136.995	0.327		
	รวม	416	137.369			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.381	0.460	1.242	0.294
	ภายในกลุ่ม	413	152.726	0.371		
	รวม	416	154.107			
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	1.540	0.513	1.480	0.219
	ภายในกลุ่ม	413	142.832	0.347		
	รวม	416	144.372			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	7.790	2.597	4.522*	0.004
	ภายในกลุ่ม	413	236.595	0.574		
	รวม	416	244.385			
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.926	0.642	1.549	0.201
	ภายในกลุ่ม	413	170.827	0.415		
	รวม	416	172.753			
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.357	0.119	0.305	0.821
	ภายในกลุ่ม	413	160.361	0.389		
	รวม	416	160.718			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.512	0.171	0.417	0.741
	ภายในกลุ่ม	413	168.482	0.409		
	รวม	416	168.993			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่ให้

ความสำคัญกับปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพักแตกต่างกัน ให้ความสำคัญของปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด แต่ละปัจจัยมีความแตกต่างกันใน รายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกหอพัก เป็นรายคู่โดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับรายได้

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท	3.5837	-	0.2881* (0.001)	- 0.0022 (0.988)	0.2615* (0.035)
5,001 – 10,000 บาท	3.2957	-	-	- 0.2903 (0.056)	- 0.0266 (0.842)
10,001 – 15,000 บาท	3.5859	-	-	-	0.2637 (0.133)
15,001 บาทขึ้นไป	3.3222	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท อยู่ 0.2881

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า/เท่ากับ 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปอยู่ 0.2615

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานข้อนี้ จะใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้ามีการยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำข้อมูลมาทดสอบ Least Significant Difference (LSD) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ที่ 95%

ยกเว้นกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (เพศ) จะใช้ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test Sample) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยถ้าค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามเพศ

	ชาย		หญิง		t	Sig.
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก	3.62	0.87	3.54	0.84	0.925	0.355

จากตาราง 27 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก ไม่แตกต่างกัน

2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามอายุ

	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระดับแนวโน้มการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	5.777	2.888	4.053*	0.018
เช่าหอพัก	ภายในกลุ่ม	413	294.338	0.713		
	รวม	416	300.115			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในรายค่าใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายค่า โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก เป็นรายค่าโดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามระดับอายุ

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 20 ปี	20 - 29 ปี	30 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	3.68	-	0.22* (0.014)	0.27* (0.043)
20 - 29 ปี	3.46	-	-	0.04 (0.748)
30 ปี ขึ้นไป	3.41	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี อยู่ 0.22

จากตาราง 29 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป อยู่ 0.27

2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

ตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	Sig.
ระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก	ระหว่างกลุ่ม	2	2.394	1.197	1.661	0.191
	ภายในกลุ่ม	413	297.721	0.721		
	รวม	416	300.115			

จากตาราง 30 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

ตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามอาชีพ

	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระดับแนวโน้มการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	6.073	2.024	2.836*	0.038
เช่าหอพัก	ภายในกลุ่ม	413	294.042	0.714		
	รวม	416	300.115			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในรายค่าใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายค่า โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก เป็นรายค่าโดยวิธีทดสอบแบบ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ	อื่นๆ
นักเรียน	3.68	-	0.20* (0.047)	0.33* (0.019)	0.21 (0.096)
นักศึกษา	3.48	-	-	0.13 (0.407)	0.01 (0.964)
ข้าราชการ	3.36	-	-	-	- 0.12 (0.477)
อื่นๆ	3.47	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน มีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อยู่ 0.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน มีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ อยู่ 0.33

2.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักแตกต่างกัน

ตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน		df	SS	MS	F	Sig.
ระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก	ระหว่างกลุ่ม	2	3.429	1.143	1.587	0.192
	ภายในกลุ่ม	413	296.686	0.720		
	รวม	416	300.115			

จากตาราง 33 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกหอพักสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05

3.1 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกห้องพักด้านผลิตภัณฑ์และบริการสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

H_0 : ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกห้องพักด้านผลิตภัณฑ์และบริการไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

H_1 : ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกห้องพักด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

ตาราง 34 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเลือกห้องพักกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

	แนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	- 0.048	0.327	-	-
2. ด้านราคา	0.099*	0.043	ต่ำ	เดียวกัน
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	- 0.014	0.783	-	-
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.056	0.254	-	-
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	0.036	0.464	-	-
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.091	0.062	-	-
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	- 0.177**	0.000	ต่ำ	ตรงข้าม

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 แสดงว่าการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.327 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านราคาโดยรวมกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.099 แสดงว่า ตัว

แปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโดยกับรวมแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.783 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยกับรวมแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.254 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการโดยกับรวมแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.464 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยกับรวมแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.062 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.177 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปได้ในทิศทางตรงกัน

ข้าม กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมากขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักลดลงในระดับต่ำ

2. ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

ลักษณะของโครงการ

เป็นหอพักสำหรับนักเรียน นักศึกษา และคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีพื้นที่ 200 ตารางวา มีรายละเอียดดังนี้

1. ขนาดความกว้างห้องพัก 3.50 เมตร และความยาว 6.00 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 21 ตารางเมตร จำนวน 65 ห้อง
2. พื้นที่สำนักงานและห้องรับรองขนาดความกว้างห้องพัก 4.50 เมตร และความยาว 7.00 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 31.5 ตารางเมตร จำนวน 2 ห้อง
3. ห้องอ่านหนังสือมีขนาดความกว้างห้อง 4.50 เมตร และความยาว 7 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 31.5 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง
4. พื้นที่นันทนาการส่วนกลางมีขนาดความกว้างห้อง 6 เมตร และความยาว 7 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 42 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง
5. ห้องน้ำส่วนกลางขนาดความกว้างห้อง 3.50 เมตร และความยาว 4.50 เมตร คิดเป็นพื้นที่ต่อหน่วยเท่ากับ 15.75 ตารางเมตร จำนวน 1 ห้อง

เงินลงทุนโครงการ

การกำหนดต้นทุนทางการเงินของโครงการ ตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงสิ้นสุดโครงการประมาณการตามต้นทุนจริง มีดังต่อไปนี้

1. ค่าที่ดิน ที่ตั้งโครงการมีขนาด 200 ตารางวา ตารางวาละ 25,000 บาท เป็นจำนวนเงิน 5,000,000 บาท (สำนักงานประเมินราคาทรัพย์สิน กรมธนารักษ์, 2550)
2. ค่าถมที่ดิน โดยคิดแบบเหมาจ่าย เป็นจำนวนเงิน 192,000 บาท
รวมต้นทุนที่ดิน 5,192,000 บาท
3. ค่าออกแบบอาคาร 5.5% ของค่าก่อสร้าง เป็นจำนวนเงิน 1,215,368 บาท
4. ค่าก่อสร้างอาคาร พื้นที่การก่อสร้างอาคารรวม 1,973 ตารางเมตร ประกอบด้วย

ประมาณค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างจากราคาประเมินค่าก่อสร้างอาคาร พ.ศ. 2549 ค่าก่อสร้าง 11,200 บาท/ตารางเมตร รวมราคาค่าก่อสร้าง 22,097,600 บาท (มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย, 2550)

รวมต้นทุนอาคาร 23,312,968 บาท

5. ค่าอุปกรณ์ติดตั้งในห้องพักและสำนักงาน รวม 1,283,200 บาท

ตาราง 35 ค่าอุปกรณ์ติดตั้งในสำนักงาน

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
ชุดโต๊ะพนักงาน	2 ชุด	1,500.00	3,000.00
ตู้เอกสาร	1 หลัง	2,700.00	2,700.00
คอมพิวเตอร์	1 เครื่อง	30,000.00	30,000.00
พัดลมติดผนัง	1 ตัว	2,690.00	2,690.00
เครื่องปรับอากาศ	1 เครื่อง	12,500.00	12,500.00
โทรศัพท์	2 เครื่อง	300.00	600.00
รวม			51,490.00

ตาราง 36 ค่าอุปกรณ์ติดตั้งในห้องพัก

รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
เตียง	118 เตียง	1,200.00	141,600.00
ที่นอน	118 อัน	1,200.00	141,600.00
ตู้เสื้อผ้า	118 หลัง	1,200.00	141,600.00
โต๊ะเขียนหนังสือ	118 ตัว	700.00	82,600.00
เก้าอี้	118 ตัว	400.00	47,200.00
พัดลมติดผนัง	20 ตัว	660.00	13,200.00
เครื่องปรับอากาศ	39 เครื่อง	12,500.00	487,500.00
เครื่องทำน้ำอุ่น	59 เครื่อง	2,690.00	158,710.00
โทรศัพท์	59 เครื่อง	300.00	17,700.00
รวม			1,231,710.00

7. แหล่งที่มาของเงินลงทุน เงินลงทุนของโครงการเท่ากับ 30,088,168 บาท มาจากส่วนของเจ้าของ 80% และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน 20% โดยมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ร้อยละ 7.35% ต่อปี

ส่วนของเจ้าของ	เท่ากับ 24,070,534.40 บาท	ประมาณ 24,070,534 บาท
กู้ยืม	เท่ากับ 6,017,634 บาท	
รวม	เท่ากับ 30,088,168 บาท	

ตาราง 37 แหล่งที่มาของเงินลงทุนของโครงการ

รายการ	ปี 2550 (ลงทุน)
1. ค่าที่ดิน	5,000,000.00
2. ค่าพัฒนาที่ดิน	192,000.00
3. ค่าออกแบบอาคาร	1,215,368.00
4. ค่าก่อสร้างอาคาร	22,097,600.00
5. ค่าอุปกรณ์ติดตั้งในห้องพักและสำนักงาน	1,283,200.00
6. เงินสดหมุนเวียน	300,000.00
รวม	30,088,168.00

8. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

8.1 เงินเดือนพนักงาน เพิ่มอัตรา 3% ทุก 10ปี ระยะเวลา 30 ปี ประกอบด้วย

พนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน	1 คน	อัตราเงินเดือน 8,000 บาท/เดือน
พนักงานทำความสะอาด	1 คน	อัตราเงินเดือน 5,000 บาท/เดือน
พนักงานรักษาความปลอดภัย	1 คน	อัตราเงินเดือน 5,000 บาท/เดือน

8.2 ค่าไฟฟ้าของสำนักงาน เพื่อความสะดวกในการคำนวณจึงกำหนดให้ราคาค่าไฟฟ้าเฉลี่ย 2 บาท/ยูนิต กำหนดปริมาณการใช้ไฟฟ้าของสำนักงาน 300 ยูนิต/เดือน ดังนั้นค่าไฟฟ้าของสำนักงานเป็นเงิน 600 บาท/เดือน 7,200 บาท/ปี และมีอัตราคงที่ตลอดอายุโครงการ

8.3 ค่าประปาของสำนักงาน เพื่อความสะดวกในการคำนวณจึงกำหนดให้ราคาค่าประปาเฉลี่ย 13 บาท/ยูนิต กำหนดปริมาณการใช้น้ำของสำนักงาน 15 ยูนิต/เดือน ดังนั้นค่าประปาของสำนักงานเป็นเงิน 195 บาท/เดือน 2,340 บาท/ปี และมีอัตราคงที่ตลอด

8.4 ค่าโทรศัพท์ของสำนักงาน เพื่อความสะดวกในการคำนวณจึงกำหนดให้ราคาค่าโทรศัพท์เฉลี่ย หน่วยละ 3 บาท กำหนดปริมาณการใช้โทรศัพท์ของสำนักงาน 20 หน่วย/เดือน ดังนั้นค่า

โทรศัพท์ของสำนักงานเป็นเงิน 60 บาท/เดือน รวมค่าเช่าหมายเลข 107 บาท เป็น 2,171 บาท/ปี และมีอัตราคงที่ตลอด

8.5 ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์รายปี คิดอัตราร้อยละ 1 ของมูลค่าอุปกรณ์ เป็นจำนวนเงิน 12,832 บาท/ปี

8.6 ค่าซ่อมแซมอาคาร คิดอัตราร้อยละ 1 ของมูลค่าอาคาร และมีอัตราคงที่ทุกปี เป็นจำนวนเงิน 233,130 บาท/ปี

8.7 ค่าประกันอัคคีภัย คิดเป็นร้อยละ 0.01ของค่าก่อสร้าง จำนวนเงิน 220,976 บาท/ปี (ธนารัตน์ พริยาศยางกูร. 2541 : บทคัดย่อ)

8.8 ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30%ต่อปี

8.9 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นจำนวนเงิน 10,000 บาท คงที่ทุกปี

8.10 ค่าเสื่อมราคาอาคาร คิดอัตรา 5%ต่อปี ใช้วิธีเส้นตรง

8.11 ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ คิดอัตรา 20%ต่อปี ใช้วิธีเส้นตรง

8.12 ดอกเบี้ยจ่ายและการชำระคืนเงินกู้ อัตราดอกเบี้ย 7.35%ต่อปี มีระยะเวลากู้ยืม 5 ปี มีการชำระเงินกู้ปีละเท่าๆกัน โดยเริ่มชำระในปีที่ 1 ของโครงการ

8.13 นำเงินฝากธนาคารแบบออมทรัพย์ทุกปี คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3%

ประมาณการรายรับของโครงการลงทุน

ประมาณการรายรับของโครงการลงทุนจากค่าเช่าห้อง และรายได้อื่นๆ เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่าโทรศัพท์ โดยการวิเคราะห์ผลตอบแทนตลอดระยะเวลาของโครงการ 30 ปี ซึ่งพิจารณาจากอายุการใช้งานของสินทรัพย์ถาวร

1. รายรับจากค่าเช่า จำนวนทั้งหมด 65 ห้องเพิ่มอัตราค่าเช่า 10% ทุก10ปี ระยะเวลา 30 ปี

ตาราง 38 อัตราการเข้าพักเฉลี่ย

ระยะเวลา	อัตราการเข้าพักเฉลี่ย	จำนวนห้องเช่าต่อปี		
		รวม	ห้องแอร์	ห้องพัดลม
ปีที่ 0	-	-	-	-
ปีที่ 1-10	98%	64	44	20
ปีที่ 11-20	95%	62	42	20
ปีที่ 21-30	90%	60	40	20

2. **รายรับจากการให้บริการค่าไฟฟ้า** โครงการมีต้นทุนค่าไฟฟ้าเฉลี่ยหน่วยละ 2 บาท และมีรายรับจากค่าไฟฟ้าหน่วยละ 7 บาท โดยให้ปริมาณการใช้ไฟฟ้าต่อห้องเฉลี่ย 58 หน่วยต่อเดือน ซึ่งโครงการมีกำไรจากการให้บริการไฟฟ้าห้องละ 290 บาทต่อเดือน 3,480 บาท/ปี คิดในอัตราคงที่ตลอดระยะเวลาโครงการ

3. **รายรับจากการให้บริการน้ำประปา** โครงการมีต้นทุนค่าน้ำประปาเฉลี่ยหน่วยละ 13 บาท และมีรายรับจากค่าน้ำประปาหน่วยละ 21 บาท โดยให้ปริมาณการใช้น้ำประปาต่อห้องเฉลี่ย 10 หน่วยต่อเดือน ซึ่งโครงการมีกำไรจากการให้บริการน้ำประปาห้องละ 80 บาทต่อเดือน 960บาท/ปี คิดในอัตราคงที่ตลอดระยะเวลาโครงการ

4. **รายรับจากการให้บริการโทรศัพท์** โครงการมีต้นทุนค่าโทรศัพท์เฉลี่ยหน่วยละ 3 บาท และมีรายรับจากค่าโทรศัพท์หน่วยละ 10 บาท โดยให้ปริมาณการใช้โทรศัพท์ต่อห้องเฉลี่ย 5 หน่วยต่อเดือน ซึ่งโครงการมีกำไรจากการให้บริการโทรศัพท์ห้องละ 50 บาทต่อเดือน 600 บาท/ปี คิดในอัตราคงที่ตลอดระยะเวลาโครงการ

ตาราง 39 รายรับรวมของโครงการ

ปีที่ ปี	1 - 10 ปี 2551 - 2560	ปีที่ ปี	11 - 20 ปี 2561 - 2570	ปีที่ ปี	21 - 30 ปี 2571 - 2580
จำนวนห้องพัก	64	จำนวนห้องพัก	62	จำนวนห้องพัก	60
รายรับห้องพัก		รายรับห้องพัก		รายรับห้องพัก	
- แอร์ 3,600 บ. @ 44	158,400.00	- แอร์ 3,960 บ. @ 42	166,320.00	- แอร์ 4,356 บ. @ 40	174,240.00
- พัดลม 3,000 บ. @ 20	60,000.00	- พัดลม 3,300 บ. @ 20	66,000.00	- พัดลม 3,630 บ. @ 20	72,600.00
รวม	218,400.00	รวม	232,320.00	รวม	246,840.00
ระยะเวลาการเข้าพัก (เดือน)	12	ระยะเวลาการเข้าพัก (เดือน)	12	ระยะเวลาการเข้าพัก (เดือน)	12
รวมรายรับค่าห้องพัก	2,620,800.00	รวมรายรับค่าห้องพัก	2,787,840.00	รวมรายรับค่าห้องพัก	2,962,080.00
รายรับอื่นๆ		รายรับอื่นๆ		รายรับอื่นๆ	
- ค่าไฟฟ้า	222,720.00	- ค่าไฟฟ้า	215,760.00	- ค่าไฟฟ้า	208,800.00
- ค่าน้ำประปา	61,440.00	- ค่าน้ำประปา	59,520.00	- ค่าน้ำประปา	57,600.00
- ค่าโทรศัพท์	38,400.00	- ค่าโทรศัพท์	37,200.00	- ค่าโทรศัพท์	36,000.00
รวมรายรับอื่นๆ	322,560.00	รวมรายรับอื่นๆ	312,480.00	รวมรายรับอื่นๆ	301,600.00
รวมรายรับ	2,943,360.00	รวมรายรับ	3,100,320.00	รวมรายรับ	3,263,680.00

หมายเหตุ : รายรับรวม ปีที่1 – 10 เท่ากันทุกปี, รายรับรวม ปีที่11 – 20 เท่ากันทุกปี, รายรับรวม ปีที่21 – 30 เท่ากันทุกปี

ตาราง 40 ประมาณการเงินเดือนพนักงาน / ปี

รายการ	อัตราเงินเดือน	ปีที่ 1 - 10 ปี 2551 - 2560	อัตราเงินเดือน	ปีที่ 11 - 20 ปี 2561 - 2570	อัตราเงินเดือน	ปีที่ 21 - 30 ปี 2571 - 2580
พนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน 1 คน	8,000.00	96,000.00	8,240.00	98,880.00	8,487.20	101,846.40
พนักงานทำความสะอาด 1 คน	5,000.00	60,000.00	5,150.00	61,800.00	5,304.50	63,654.00
พนักงานรักษาความปลอดภัย 1 คน	5,000.00	60,000.00	5,150.00	61,800.00	5,304.50	63,654.00
รวม		216,000.00		222,480.00		229,154.40

หมายเหตุ : เงินเดือนพนักงาน ปีที่1 – 10 เท่ากันทุกปี
 เงินเดือนพนักงาน ปีที่11 – 20 เท่ากันทุกปี
 เงินเดือนพนักงาน ปีที่21 – 30 เท่ากันทุกปี

ตาราง 41 ประมาณการชำระเงินกู้และจ่ายดอกเบี้ย

ปีที่ ปี	1 ปี 2551	2 ปี 2552	3 ปี 2553	4 ปี 2554	5 ปี 2555
เงินกู้	6,017,634.00	4,814,107.20	3,610,580.40	2,407,053.60	1,203,526.80
จ่ายชำระเงินกู้	1,203,526.80	1,203,526.80	1,203,526.80	1,203,526.80	1,203,526.80
เงินกู้ค้างชำระ	4,814,107.20	3,610,580.40	2,407,053.60	1,203,526.80	0.00
ดอกเบี้ย (MRR) 7.35%	353,836.88	265,377.66	176,918.44	88,459.22	0.00

ตาราง 42 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า

งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2551 – ปี พ.ศ. 2553

ปี ปี	1 ปี 2551	2 ปี 2552	3 ปี 2553
รายรับรวม	2,943,360.00	2,943,360.00	2,943,360.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน			
ค่าไฟฟ้า หอพัก	89,088.00	89,088.00	89,088.00
สำนักงาน	7,200.00	7,200.00	7,200.00
ค่าน้ำประปา หอพัก	99,840.00	99,840.00	99,840.00
สำนักงาน	2,340.00	2,340.00	2,340.00
ค่าโทรศัพท์ หอพัก	11,520.00	11,520.00	11,520.00
สำนักงาน	2,171.00	2,171.00	2,171.00
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์	12,832.00	12,832.00	12,832.00
ค่าซ่อมแซมอาคาร	233,130.00	233,130.00	233,130.00
ค่าประกันอัคคีภัย	220,976.00	220,976.00	220,976.00
เงินเดือน	216,000.00	216,000.00	216,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	10,000.00	10,000.00	10,000.00
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์	256,640.00	256,640.00	256,640.00
ค่าเสื่อมราคา - อาคาร	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40
รวมค่าใช้จ่าย	2,327,385.40	2,327,385.40	2,327,385.40
กำไรจากการดำเนินงาน	615,974.60	615,974.60	615,974.60
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	353,836.88	265,377.66	176,918.44
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	262,137.72	350,596.94	439,056.16
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	78,641.32	105,179.08	131,716.85
กำไรสุทธิ	183,496.40	245,417.86	307,339.31

ตาราง 42 (ต่อ)

งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2554 – ปี พ.ศ. 2556

ปีที่ ปี	4 ปี 2554	5 ปี 2555
รายรับรวม	2,943,360.00	2,943,360.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		
ค่าไฟฟ้า หอพัก	89,088.00	89,088.00
สำนักงาน	7,200.00	7,200.00
ค่าน้ำประปา หอพัก	99,840.00	99,840.00
สำนักงาน	2,340.00	2,340.00
ค่าโทรศัพท์ หอพัก	11,520.00	11,520.00
สำนักงาน	2,171.00	2,171.00
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์	12,832.00	12,832.00
ค่าซ่อมแซมอาคาร	233,130.00	233,130.00
ค่าประกันอัคคีภัย	220,976.00	220,976.00
เงินเดือน	216,000.00	216,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	10,000.00	10,000.00
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์	256,640.00	256,640.00
ค่าเสื่อมราคา - อาคาร	1,165,648.40	1,165,648.40
รวมค่าใช้จ่าย	2,327,385.40	2,327,385.40
กำไรจากการดำเนินงาน	615,974.60	615,974.60
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	88,459.22	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	527,515.38	615,974.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	158,254.61	184,792.38
กำไรสุทธิ	369,260.77	431,182.22

ตาราง 42 (ต่อ)

งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2557 – ปี พ.ศ. 2560

ปีที่ ปี	6 - 10 ปี 2556 - 2560
รายรับรวม	2,943,360.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
ค่าไฟฟ้า หอพัก	89,088.00
สำนักงาน	7,200.00
ค่าน้ำประปา หอพัก	99,840.00
สำนักงาน	2,340.00
ค่าโทรศัพท์ หอพัก	11,520.00
สำนักงาน	2,171.00
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์	12,832.00
ค่าซ่อมแซมอาคาร	233,130.00
ค่าประกันอัคคีภัย	220,976.00
เงินเดือน	216,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	10,000.00
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์	-
ค่าเสื่อมราคา - อาคาร	1,165,648.40
รวมค่าใช้จ่าย	2,070,745.40
กำไรจากการดำเนินงาน	872,614.60
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	872,614.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	261,784.38
กำไรสุทธิ	610,830.22

หมายเหตุ : รายรับรวม ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิตั้งแต่ปี 2565 – ปี 2570 เท่ากันทุกปี

ตาราง 42 (ต่อ)

งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2561 – ปี พ.ศ. 2570

ปีที่ ปี	11 - 20 ปี 2561 - 2570
รายรับรวม	3,100,320.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
ค่าไฟฟ้า หอพัก	86,304.00
สำนักงาน	7,200.00
ค่าน้ำประปา หอพัก	96,720.00
สำนักงาน	2,340.00
ค่าโทรศัพท์ หอพัก	11,160.00
สำนักงาน	2,171.00
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์	12,832.00
ค่าซ่อมแซมอาคาร	233,130.00
ค่าประกันอัคคีภัย	220,976.00
เงินเดือน	222,480.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	10,000.00
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์	-
ค่าเสื่อมราคา - อาคาร	1,165,648.40
รวมค่าใช้จ่าย	2,070,961.40
กำไรจากการดำเนินงาน	1,029,358.60
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,029,358.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	308,807.58
กำไรสุทธิ	720,551.02

หมายเหตุ : รายรับรวม ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิตั้งแต่ปี 2561 – ปี 2570 เท่ากันทุกปี

ตาราง 42 (ต่อ)

งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2571 – ปี พ.ศ. 2580

ปีที่ ปี	71 – 80 ปี 2571 –2580
รายรับรวม	3,263,680.00
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
ค่าไฟฟ้า หอพัก	83,820.00
สำนักงาน	7,200.00
ค่าน้ำประปา หอพัก	93,600.00
สำนักงาน	2,340.00
ค่าโทรศัพท์ หอพัก	10,800.00
สำนักงาน	2,171.00
ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์	12,832.00
ค่าซ่อมแซมอาคาร	233,130.00
ค่าประกันอัคคีภัย	220,976.00
เงินเดือน	229,154.40
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	10,000.00
ค่าเสื่อมราคา - อุปกรณ์	-
ค่าเสื่อมราคา - อาคาร	-
รวมค่าใช้จ่าย	906,023.40
กำไรจากการดำเนินงาน	2,357,656.60
หัก ดอกเบี้ยจ่าย	-
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	2,357,656.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	707,296.98
กำไรสุทธิ	1,650,359.62

หมายเหตุ : รายรับรวม ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิตั้งแต่ปี 2571 – ปี 2580 เท่ากันทุกปี

ตาราง 43 งบดุลล่วงหน้า

งบดุลล่วงหน้า

ปี พ.ศ. 2550

ปีที่ ปี	0 ปี 2550 (สิ้นปี)
สินทรัพย์	
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	300,000.00
อุปกรณ์หอพักและสำนักงาน (สุทธิ)	1,283,200.00
อาคารหอพักและสำนักงาน (สุทธิ)	23,312,968.00
ที่ดิน	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	30,088,168.00
หนี้สินและทุน	
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	-
เงินกู้	6,017,634.00
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534
กำไรสะสม	-
ยอดยกมา	-
บวกกำไรสุทธิ	-
รวมหนี้สินและทุน	30,088,168.00

ตาราง 43 (ต่อ)

งบดุลล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2551 – ปี พ.ศ. 2554

ปีที่ ปี	1 ปี 2551	2 ปี 2552	3 ปี 2553	4 ปี 2554
สินทรัพย์				
เงินสดและเงินฝาก				
ธนาคาร	1,056,094.88	1,431,815.12	1,869,456.81	2,369,019.96
อุปกรณ์หอบพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	1,026,560.00	769,920.00	513,280.00	256,640.00
อาคารหอบพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	22,147,319.60	20,981,671.20	19,816,022.80	18,650,374.40
ที่ดิน	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	29,421,974.48	28,375,406.32	27,390,759.61	26,468,034.36
หนี้สินและทุน				
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	353,836.88	265,377.66	176,918.44	88,459.22
เงินกู้	4,814,107.20	3,610,580.40	2,407,053.60	1,203,526.80
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534	24,070,534	24,070,534	24,070,534
กำไรสะสม				
ยอดยกมา	-	183,496.40	428,914.26	736,253.57
บวกกำไรสุทธิ	183,496.40	245,417.86	307,339.31	369,260.77
รวมหนี้สินและทุน	29,421,974.48	28,375,406.32	27,390,759.61	26,468,034.36

ตาราง 43 (ต่อ)

งบดุลล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2555 – ปี พ.ศ. 2558

ปีที่ ปี	5 ปี 2555	6 ปี 2556	7 ปี 2557	8 ปี 2558
สินทรัพย์				
เงินสดและเงินฝาก				
ธนาคาร	2,930,504.56	4,706,983.18	6,483,461.80	8,259,940.42
อุปกรณ์หอบพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	-	-	-	-
อาคารหอบพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	17,484,726.00	16,319,077.60	15,153,429.20	13,987,780.80
ที่ดิน	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	25,607,230.56	26,218,060.78	26,828,891.00	27,439,721.22
หนี้สินและทุน				
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	-	-	-	-
เงินกู้				
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534	24,070,534	24,070,534	24,070,534
กำไรสะสม				
ยอดยกมา	1,105,514.34	1,536,696.56	2,147,526.78	2,758,357.00
บวกกำไรสุทธิ	431,182.22	610,830.22	610,830.22	610,830.22
รวมหนี้สินและทุน	25,607,230.56	26,218,060.78	26,828,891.00	27,439,721.22

ตาราง 43 (ต่อ)

งบดุลล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2559 – ปี พ.ศ. 2562

ปีที่ ปี	9 ปี 2559	10 ปี 2560	11 ปี 2561	12 ปี 2562
สินทรัพย์				
เงินสดและเงินฝาก				
ธนาคาร	10,036,419.04	11,812,897.66	13,699,097.08	15,585,296.50
อุปกรณ์ห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	-	-	-	-
อาคารห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	12,822,132.40	11,656,484.00	10,490,835.60	9,325,187.20
ที่ดิน	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	28,050,551.44	28,661,381.66	29,381,932.68	30,102,483.70
หนี้สินและทุน				
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	-	-	-	-
เงินกู้	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534	24,070,534	24,070,534	24,070,534
กำไรสะสม				
ยอดยกมา	3,369,187.22	3,980,017.44	4,590,847.66	5,311,398.68
บวกกำไรสุทธิ	610,830.22	610,830.22	720,551.02	720,551.02
รวมหนี้สินและทุน	28,050,551.44	28,661,381.66	29,381,932.68	30,102,483.70

ตาราง 43 (ต่อ)

งบดุลล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2563 – ปี พ.ศ. 2566

ปีที่ ปี	13 ปี 2563	14 ปี 2564	15 ปี 2565	16 ปี 2566
สินทรัพย์				
เงินสดและเงินฝาก				
ธนาคาร	17,471,495.92	19,357,695.34	21,243,894.76	23,130,094.18
อุปกรณ์ห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	-	-	-	-
อาคารห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	8,159,538.80	6,993,890.40	5,828,242.00	4,662,593.60
ที่ดิน	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	30,823,034.72	31,543,585.74	32,264,136.76	32,984,687.78
หนี้สินและทุน				
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	-	-	-	-
เงินกู้	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534	24,070,534	24,070,534	24,070,534
กำไรสะสม				
ยอดยกมา	6,031,949.70	6,752,500.72	7,473,051.74	8,193,602.76
บวกกำไรสุทธิ	720,551.02	720,551.02	720,551.02	720,551.02
รวมหนี้สินและทุน	30,823,034.72	31,543,585.74	32,264,136.76	32,984,687.78

ตาราง 43 (ต่อ)

งบดุลล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2567 – ปี พ.ศ. 2570

ปีที่ ปี	17 ปี 2567	18 ปี 2568	19 ปี 2569	20 ปี 2570
สินทรัพย์				
เงินสดและเงินฝาก				
ธนาคาร	25,016,293.60	26,902,493.02	28,788,692.44	30,674,891.86
อุปกรณ์ห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	-	-	-	-
อาคารห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	3,496,945.20	2,331,296.80	1,165,648.40	-
ที่ดิน	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	33,705,238.80	34,425,789.82	35,146,340.84	35,866,891.86
หนี้สินและทุน				
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	-	-	-	-
เงินกู้	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534	24,070,534	24,070,534	24,070,534
กำไรสะสม				
ยอดยกมา	8,914,153.78	9,634,704.80	10,355,255.82	11,075,806.84
บวกกำไรสุทธิ	720,551.02	720,551.02	720,551.02	720,551.02
รวมหนี้สินและทุน	33,705,238.80	34,425,789.82	35,146,340.84	35,866,891.86

ตาราง 43 (ต่อ)

งบดุลล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2571 – ปี พ.ศ. 2574

ปีที่ ปี	21 ปี 2571	22 ปี 2572	23 ปี 2573	24 ปี 2574
สินทรัพย์				
เงินสดและเงินฝาก				
ธนาคาร	32,325,251.48	33,975,611.10	35,625,970.72	37,276,330.34
อุปกรณ์ห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	-	-	-	-
อาคารห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	-	-	-	-
ที่ดิน	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	37,517,251.48	39,167,611.10	40,817,970.72	42,468,330.34
หนี้สินและทุน				
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	-	-	-	-
เงินกู้	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534	24,070,534	24,070,534	24,070,534
กำไรสะสม				
ยอดยกมา	11,796,357.86	13,446,717.48	15,097,077.10	16,747,436.72
บวกกำไรสุทธิ	1,650,359.62	1,650,359.62	1,650,359.62	1,650,359.62
รวมหนี้สินและทุน	37,517,251.48	39,167,611.10	40,817,970.72	42,468,330.34

ตาราง 43 (ต่อ)

งบดุลล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2575 – ปี พ.ศ. 2578

ปีที่ ปี	25 ปี 2575	26 ปี 2576	27 ปี 2577	28 ปี 2578
สินทรัพย์				
เงินสดและเงินฝาก				
ธนาคาร	38,926,689.96	40,577,049.58	42,227,409.20	43,877,768.82
อุปกรณ์ห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	-	-	-	-
อาคารห่อพักและ				
สำนักงาน (สุทธิ)	-	-	-	-
ที่ดิน	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	44,118,689.96	45,769,049.58	47,419,409.20	49,069,768.82
หนี้สินและทุน				
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	-	-	-	-
เงินกู้	-	-	-	-
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534	24,070,534	24,070,534	24,070,534
กำไรสะสม				
ยอดยกมา	18,397,796.34	20,048,155.96	21,698,515.58	23,348,875.20
บวกกำไรสุทธิ	1,650,359.62	1,650,359.62	1,650,359.62	1,650,359.62
รวมหนี้สินและทุน	44,118,689.96	45,769,049.58	47,419,409.20	49,069,768.82

ตาราง 43 (ต่อ)

งบดุลล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2579 – ปี พ.ศ. 2580

ปีที่ ปี	29 ปี 2579	30 ปี 2580
สินทรัพย์		
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	45,528,128.44	47,178,488.06
อุปกรณ์ห่อพักและ สำนักงาน (สุทธิ)	-	-
อาคารห่อพักและ สำนักงาน (สุทธิ)	-	-
ที่ดิน	5,192,000.00	5,192,000.00
รวมสินทรัพย์	50,720,128.44	52,370,488.06
หนี้สินและทุน		
ดอกเบี้ยค้างจ่าย	-	-
เงินกู้	-	-
ส่วนของเจ้าของ	24,070,534	24,070,534
กำไรสะสม		
ยอดยกมา	24,999,234.82	26,649,594.44
บวกกำไรสุทธิ	1,650,359.62	1,650,359.62
รวมหนี้สินและทุน	50,720,128.44	52,370,488.06

ตาราง 44 งบกระแสเงินสดล่วงหน้า

งบกระแสเงินสดล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2551- ปี พ.ศ. 2555

ปีที่ ปี	1 ปี 2551	2 ปี 2552	3 ปี 2553	4 ปี 2554	5 ปี 2555
กำไรจากการดำเนินงาน	615,974.60	615,974.60	615,974.60	615,974.60	615,974.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	55,048.92	73,625.36	92,201.80	110,778.23	129,354.67
กำไรหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	560,925.68	542,349.24	523,772.81	505,196.37	486,619.93
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
บวก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	256,640.00	256,640.00	256,640.00	256,640.00	256,640.00
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,983,214.08	1,964,637.64	1,946,061.21	1,927,484.77	1,908,908.33
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน					
หัก เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	1,203,526.80	1,203,526.80	1,203,526.80	1,203,526.80	1,203,526.80
ดอกเบี้ยจ่าย	353,836.88	265,377.66	176,918.44	88,459.22	-
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน	1,557,363.68	1,468,904.46	1,380,445.24	1,291,986.02	1,203,526.80
เงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น (ลดลง)	425,850.40	495,733.18	565,615.97	635,498.75	705,381.53
เงินสดคงเหลือต้นปี	300,000.00	725,850.40	1,221,583.58	1,787,199.55	2,422,698.30
เงินสดคงเหลือปลายปี	725,850.40	1,221,583.58	1,787,199.55	2,422,698.30	3,128,079.83

ตาราง 44 (ต่อ)

งบกระแสเงินสดล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2556 - ปี พ.ศ. 2560

ปีที่ ปี	6 ปี 2556	7 ปี 2557	8 ปี 2558	9 ปี 2559	10 ปี 2560
กำไรจากการดำเนินงาน	872,614.60	872,614.60	872,614.60	872,614.60	872,614.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	183,249.07	183,249.07	183,249.07	183,249.07	183,249.07
กำไรหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	689,365.53	689,365.53	689,365.53	689,365.53	689,365.53
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
บวก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,855,013.93	1,855,013.93	1,855,013.93	1,855,013.93	1,855,013.93
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน					
หัก เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น (ลดลง)	1,855,013.93	1,855,013.93	1,855,013.93	1,855,013.93	1,855,013.93
เงินสดคงเหลือต้นปี	3,128,079.83	4,983,093.77	6,838,107.70	8,693,121.63	10,548,135.57
เงินสดคงเหลือปลายปี	4,983,093.77	6,838,107.70	8,693,121.63	10,548,135.57	12,403,149.50

ตาราง 44 (ต่อ)

งบกระแสเงินสดล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2561 - ปี พ.ศ. 2565

ปีที่ ปี	11 ปี 2561	12 ปี 2562	13 ปี 2563	14 ปี 2564	15 ปี 2565
กำไรจากการดำเนินงาน	1,029,358.60	1,029,358.60	1,029,358.60	1,029,358.60	1,029,358.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	216,165.31	216,165.31	216,165.31	216,165.31	216,165.31
กำไรหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	813,193.29	813,193.29	813,193.29	813,193.29	813,193.29
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
บวก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน					
หัก เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น (ลดลง)	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69
เงินสดคงเหลือต้นปี	12,403,149.50	14,381,991.20	16,360,832.89	18,339,674.58	20,318,516.28
เงินสดคงเหลือปลายปี	14,381,991.20	16,360,832.89	18,339,674.58	20,318,516.28	22,297,357.97

ตาราง 44 (ต่อ)

งบกระแสเงินสดล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2566 - ปี พ.ศ. 2570

ปีที่ ปี	16 ปี 2566	17 ปี 2567	18 ปี 2568	19 ปี 2569	20 ปี 2570
กำไรจากการดำเนินงาน	1,029,358.60	1,029,358.60	1,029,358.60	1,029,358.60	1,029,358.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	216,165.31	216,165.31	216,165.31	216,165.31	216,165.31
กำไรหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	813,193.29	813,193.29	813,193.29	813,193.29	813,193.29
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
บวก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40	1,165,648.40
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน					
หัก เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น (ลดลง)	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69	1,978,841.69
เงินสดคงเหลือต้นปี	22,297,357.97	24,276,199.67	26,255,041.36	28,233,883.05	30,212,724.75
เงินสดคงเหลือปลายปี	24,276,199.67	26,255,041.36	28,233,883.05	30,212,724.75	32,191,566.44

ตาราง 44 (ต่อ)

งบกระแสเงินสดล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2571 - ปี พ.ศ. 2575

ปีที่ ปี	21 ปี 2571	22 ปี 2572	23 ปี 2573	24 ปี 2574	25 ปี 2575
กำไรจากการดำเนินงาน	2,357,656.60	2,357,656.60	2,357,656.60	2,357,656.60	2,357,656.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	495,107.89	495,107.89	495,107.89	495,107.89	495,107.89
กำไรหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
บวก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน					
หัก เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น (ลดลง)	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71
เงินสดคงเหลือต้นปี	32,191,566.44	34,054,115.16	35,916,663.87	37,779,212.58	39,641,761.30
เงินสดคงเหลือปลายปี	34,054,115.16	35,916,663.87	37,779,212.58	39,641,761.30	41,504,310.01

ตาราง 44 (ต่อ)

งบกระแสเงินสดล่วงหน้า
ปี พ.ศ. 2576 - ปี พ.ศ. 2580

ปีที่ ปี	26 ปี 2576	27 ปี 2577	28 ปี 2578	29 ปี 2579	30 ปี 2580
กำไรจากการดำเนินงาน	2,357,656.60	2,357,656.60	2,357,656.60	2,357,656.60	2,357,656.60
หัก ภาษีเงินได้นิติบุคคล	495,107.89	495,107.89	495,107.89	495,107.89	495,107.89
กำไรหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน					
บวก ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์	-	-	-	-	-
ค่าเสื่อมราคาอาคาร	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน					
หัก เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้	-	-	-	-	-
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมการจัดหาเงิน	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิเพิ่มขึ้น (ลดลง)	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71	1,862,548.71
เงินสดคงเหลือต้นปี	41,504,310.01	43,366,858.73	45,229,407.44	47,091,956.15	48,954,504.87
เงินสดคงเหลือปลายปี	43,366,858.73	45,229,407.44	47,091,956.15	48,954,504.87	50,817,053.58

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการจะใช้เครื่องมือทางการเงินได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio : B/C Ratio) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis) เพื่อพิจารณาว่าควรลงทุนหรือไม่ โดยมีต้นทุนของเงินทุนเท่ากับผลตอบแทนที่ต้องการที่ 8% ต่อปี ระยะเวลาโครงการคือ 30 ปี ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

$$PB = \frac{\text{เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการ}}{\text{เงินสดรับสุทธิต่อปี}}$$

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น } PB &= 18 + (1,261,099.38 / 31,349,267.38) \\ &= 18.04 \text{ ปี หรือ 18 ปี 5 เดือน} \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน พบว่า โครงการมีระยะเวลาคืนทุน น้อยกว่า 30 ปี ซึ่งน้อยกว่าอายุของโครงการ สรุปว่า โครงการลงทุนหอพักบริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นโครงการเหมาะสมที่จะลงทุน

2. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{A_t}{(1+k)^t} - C$$

โดยที่	A_t	=	เงินสดรับในแต่ละปี
	k	=	อัตราผลตอบแทนที่ต้องการ
	C	=	เงินลงทุนเริ่มแรก
	n	=	อายุโครงการ
	t	=	ระยะเวลาที่ได้รับผลตอบแทนเริ่มตั้งแต่ปีที่ 1 จนถึงปีที่ n

$$\begin{aligned}\text{ดังนั้น NPV} &= 43,054,009.14 - 30,088,168.00 \\ &= 12,965,841.14 \text{ บาท}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ พบว่า โครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ เท่ากับ 12,965,841.14 บาท สรุปว่า โครงการลงทุนหอพักบริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นโครงการเหมาะสมที่จะลงทุน

3. อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

$$\text{NPV} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t - C_t}{(1+r)^t} = 0$$

$$\begin{aligned}\text{โดยที่ } B_t &= \text{ผลตอบแทนในปีที่ } t \\ C_t &= \text{ต้นทุนในปีที่ } t \\ r &= \text{อัตราส่วนลดที่เหมาะสม} \\ n &= \text{จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์พบว่าอัตราผลตอบแทนของโครงการ มีค่าเท่ากับ 14.18 % ซึ่งมีค่ามากกว่าผลตอบแทนที่ต้องการคือ 8% สรุปว่า โครงการนี้เหมาะสมที่จะลงทุน เพราะให้ผลลัพธ์ที่น่าพอใจ

4. อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio : B/C Ratio)

$$\text{B/C} = \frac{\text{PV of Benefits}}{\text{PV of Costs}}$$

$$= \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

$$\begin{aligned}\text{โดยที่ } B_t &= \text{ผลตอบแทนในปีที่ } t \\ C_t &= \text{ต้นทุนในปีที่ } t \\ r &= \text{อัตราส่วนลดที่เหมาะสม} \\ n &= \text{จำนวนปีทั้งสิ้นของโครงการ}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{ดังนั้น B/C Ratio} &= 43,054,009.14 / 30,088,168.00 \\ &= 1.43 \text{ เท่า}\end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์พบว่าอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของโครงการ มีค่าเท่ากับ 1.43 เท่า ซึ่งมากกว่า 1 แสดงว่า โครงการนี้มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน เป็นโครงการเหมาะสมที่จะลงทุน

5. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Analysis)

$$Q^* = \frac{F}{P - V}$$

โดยที่	Q^*	=	ปริมาณขาย ณ จุดคุ้มทุน (จำนวนห้องที่มีผู้มาเช่า)
	F	=	ต้นทุนคงที่
	P	=	ราคาต่อหน่วย (อัตราค่าเช่าต่อเดือน)
	V	=	ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของโครงการ พบว่า

ปีที่ 1-10 ต้องให้เช่าห้องพักจำนวน 60 ห้องต่อปีจึงจะคุ้มทุน ซึ่งในปีที่ 1-10 จะมีจำนวนผู้เช่าห้องพักทั้งหมด 64 ห้อง เพราะฉะนั้นในปีที่ 1-10 จึงมีกำไรจากการเช่าห้อง

ปีที่ 11-20 ต้องให้เช่าห้องพักจำนวน 54 ห้องต่อปีจึงจะคุ้มทุน ซึ่งในปีที่ 11-20 จะมีจำนวนผู้เช่าห้องพักทั้งหมด 62 ห้อง เพราะฉะนั้นในปีที่ 11-20 จึงมีกำไรจากการเช่าห้อง

ปีที่ 21-30 ต้องให้เช่าห้องพักจำนวน 54 ห้องต่อปีจึงจะคุ้มทุน ซึ่งในปีที่ 11-20 จะมีจำนวนผู้เช่าห้องพักทั้งหมด 62 ห้อง เพราะฉะนั้นในปีที่ 11-20 จึงมีกำไรจากการเช่าห้อง

ตาราง 45 แสดงการคำนวณระยะเวลาคืนทุน

ปีที่	ปี	กระแสเงินสดรับ	ยอดสะสม
0	2550	-30,088,168.00	
1	2551	559,540.64	559,540.64
2	2552	595,896.30	1,155,436.94
3	2553	684,355.53	1,839,792.47
4	2554	772,814.74	2,612,607.21
5	2555	861,273.97	3,473,881.18
6	2556	2,115,255.00	5,589,136.18
7	2557	2,038,263.00	7,627,399.18
8	2558	2,038,263.00	9,665,662.18
9	2559	2,038,263.00	11,703,925.18
10	2560	2,038,263.00	13,742,188.18
11	2561	2,242,030.20	15,984,218.38
12	2562	2,195,007.00	18,179,225.38
13	2563	2,195,007.00	20,374,232.38
14	2564	2,195,007.00	22,569,239.38
15	2565	2,195,007.00	24,764,246.38
16	2566	2,195,007.00	26,959,253.38
17	2567	2,195,007.00	29,154,260.38
18	2568	2,195,007.00	31,349,267.38

$$PB = 18 + (1,261,099.38 / 31,349,267.38)$$

$$= 18.04 \text{ ปี หรือ } 18 \text{ ปี } 5 \text{ เดือน}$$

ตาราง 46 แสดงข้อมูลจุดคุ้มทุนของโครงการ

ปีที่	ปี	จุดคุ้มทุน (BEP)
0	2550	-
1 - 10	2551 - 2560	ปีละ 59.28
11 - 20	2561 - 2570	ปีละ 53.66
21 - 30	2571 - 2580	ปีละ 48.63

ตาราง 47 สรุปผลการประเมินโครงการด้านการเงิน

ระยะเวลาคืนทุน	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	อัตราผลตอบแทน ของโครงการ	อัตราผลตอบแทนต่อ ต้นทุน
PB	NPV	IRR	B/C Ratio
18ปี 5 เดือน	12,965,841.14 บาท	14.18%	1.43 เท่า

จากตาราง 47 พบว่า โครงการลงทุนหอพักบริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีระยะเวลาคืนทุน 18ปี 5 เดือน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก ให้อัตราผลตอบแทนภายในโครงการมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ และมีอัตราผลตอบแทนต่อทุนมีค่ามากกว่า 1 ดังนั้นโครงการนี้จึงเหมาะสมที่จะลงทุน เนื่องจากมีค่าประเมินทางการเงินในทางบวก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อจะเป็นแนวทางในการพิจารณาความเหมาะสมในการดำเนินโครงการลงทุนหอพักให้เช่า และเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการหรือผู้สนใจทั่วไป โดยข้อมูลจากการวิจัยทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ของโครงการทางด้านการตลาด และด้านการเงิน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกหอพักของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษา และคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่โรงเรียนสาธิตมอดินแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

- 1.1 พบว่ามีจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งหมด 331 คน (โรงเรียนสาธิตมอดินแดง จังหวัดขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)
- 1.2 พบว่ามีจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งหมด 628 คน (โรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ จังหวัดขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)
- 1.3 พบว่ามีจำนวนนักศึกษาทั้งปริญญาตรีและปริญญาโททั้งหมด 25,989 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผล : ฝ่ายรับเข้านักศึกษา , มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)
- 1.4 พบว่ามีจำนวนเจ้าหน้าที่และลูกจ้างทั้งหมด 1,556 คน (สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ : กองการเจ้าหน้าที่ , มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 7 มีนาคม 2550)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่เรียนอยู่โรงเรียนสาธิตมอดินแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีจำนวนรวม 28,504 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากร (Taro Tamane, 1976 อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543) โดยใช้ความเชื่อมั่น 95% (ความผิดพลาดไม่เกิน 5%) สุ่ม 21 คน จะได้ตัวอย่างจำนวน 416 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จำนวนกลุ่มตัวอย่างละ 104 ชุด จากนั้นจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ข้างต้น

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการตลาด

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยในการเลือกห้องพัก ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก ที่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยในการเลือกห้องพักสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก

สมมติฐานการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

1. หอพักจะจัดหาแหล่งเงินทุนจาก 2 แหล่ง คือ
 - 1.1 ส่วนของเจ้าของ ประมาณร้อยละ 80 ของเงินลงทุนแรกเริ่มของกิจการ
 - 1.2 การกู้ยืมระยะยาว ประมาณร้อยละ 20 ของเงินลงทุนแรกเริ่มของกิจการ
2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ใช้ MRR ร้อยละ 7.35% ต่อปี มีระยะเวลากู้ยืม 10 ปี มีการชำระเงินกู้ปีละเท่าๆกัน โดยเริ่มชำระในปีที่ 1 ของโครงการ
3. เงินเดือนพนักงาน 3 คน ปรับเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 3 ทุก 10 ปี
4. ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์รายปี คิดอัตราร้อยละ 1 ของมูลค่าอุปกรณ์
5. ค่าซ่อมแซมอาคาร คิดอัตราร้อยละ 1 ของมูลค่าอาคาร และมีอัตราคงที่ทุกปี
6. ค่าประกันอัคคีภัย คิดเป็นร้อยละ 0.01 ของค่าก่อสร้าง
7. ภาษีเงินได้นิติบุคคล 30% ต่อปี
8. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นจำนวนเงิน 10,000 บาท คงที่ทุกปี
9. ค่าเสื่อมราคาอาคาร คิดอัตรา 5% ต่อปี ใช้วิธีเส้นตรง

10. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ คิดอัตรา 20%ต่อปี ใช้วิธีเส้นตรง
11. นำเงินฝากธนาคารแบบออมทรัพย์ทุกปี คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3%
12. อัตราเงินเฟ้อไม่มีผลกระทบต่อราคาและการเปลี่ยนแปลงด้านการเงินของโครงการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพัก จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก มีจำนวน 2 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 416 ชุดด้วยตัวเอง จากประชากรที่ศึกษาและทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนสาธิตมอดินแดง และสาธิตศึกษาศาสตร์

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. รวบรวมแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนด แล้วผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. ลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistical Package of Social Science) for Windows Version 11.5
3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลค่าทางสถิติของข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน
 - 3.1 วิเคราะห์ค่าทางสถิติของข้อมูลความเป็นไปได้ทางการตลาดและทดสอบสมมติฐาน
 - 3.2 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

เป็นการวิเคราะห์และพิจารณาเรื่องต่างๆ ดังนี้

 - 3.2.1 แหล่งที่มาของเงินทุน
 - 3.2.2 การวิเคราะห์หีบการเงินล่วงหน้าของโครงการ ได้แก่ งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า งบดุลล่วงหน้า ประมาณการงบกระแสเงินสด
 - 3.3 การประเมินค่าโครงการลงทุน เป็นการศึกษาว่าโครงการที่จะดำเนินการนั้นให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ โดยใช้วิธี
 - 3.3.3.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period :PB)

3.3.3.2 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

3.3.3.3 อัตราผลตอบแทนของโครงการ (Internal rate of return : IRR)

3.3.3.4 อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit/Cost Ratio : B/C Ratio)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 และเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 20-29 ปี และ 30 ปีขึ้นไป จำนวน 147 คน , 51 คน โดย คิดเป็นร้อยละ 35.3 , 12.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 144 คน และ 35 คน โดย คิดเป็นร้อยละ 34.6 , 8.4 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ นักศึกษา ,ข้าราชการ จำนวน 104 คน , 45 คน โดย คิดเป็นร้อยละ 25 และ 10.8 ตามลำดับ และอาชีพอื่นๆ ดังนี้คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ,พนักงานมหาวิทยาลัย และลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 12คน , 24 คน และ 23 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.9 , 5.8 , 5.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ช่วง 5,001 – 10,000 บาท , ช่วง 10,001 – 15,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 115 คน , 32 คน , 45 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 , 7.7 และ 5.4 ตามลำดับ

2. ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกความพร้อมของระบบรักษาความปลอดภัย เช่น ล็อคประตู, สัญญาณเตือนไฟไหม้ ยามรักษาความปลอดภัย และความกว้างกับการถ่ายเทอากาศของห้องพักและห้องน้ำ ในระดับสำคัญมาก

เอกลักษณ์ภายในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม เป็นระเบียบ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกเสริม เช่น อินเทอร์เน็ต UBC ลิฟท์ คีย์การ์ด และความพร้อม ความทันสมัยของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก เช่น เตียง โต๊ะเครื่องแป้ง ตู้เสื้อผ้า ในระดับค่อนข้างสำคัญ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักด้านราคาโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักที่มีอัตราค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับห้องพักอื่น ในระดับสำคัญมาก

ส่วนไม่มีค่าส่วนกลาง การทำสัญญาเช่าไม่จำเป็นต้องมีเงินประกัน มีระยะเวลาผ่อนผันในการชำระค่าเช่า ห้องพักรับหลายระดับราคาให้เลือก และแยกชำระค่าใช้บริการอื่นๆจากค่าเช่า เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ในระดับค่อนข้างสำคัญ

ด้านทำเลที่ตั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักที่มีการคมนาคมสะดวก ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา มีที่จอดรถเพียงพอ ในระดับสำคัญมาก

สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน และมีจุดบริการติดต่อสอบถามมองเห็นชัดเจน ติดต่อสะดวกในระดับค่อนข้างสำคัญ และมีป้ายชี้แสดงที่ปักโดดเด่นชัดเจน ในระดับสำคัญปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักที่มีส่วนลดในกรณีที่พักอาศัยนาน และมีการแจ้งข่าวสารต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าเป็นระยะ ในระดับค่อนข้างสำคัญ

ส่วนมีกิจกรรมพิเศษให้ผู้พักอาศัย เช่น งานสังสรรค์ งานประเพณี เทศกาล และมีป้ายโฆษณาบริเวณจุดสำคัญของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในระดับสำคัญปานกลาง

ด้านบุคลากรให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักด้านบุคลากรให้บริการโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกห้องพักที่มีพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดี มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุกวัน พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค และมีพนักงานคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ในระดับสำคัญมาก

ส่วนพนักงานมีความรอบรู้, เข้าใจและเต็มใจในการให้บริการ บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย เหมาะสม ในระดับค่อนข้างสำคัญ

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหอพักด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหอพักที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี นำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการให้บริการ เช่น กล้องวงจรปิด และมีการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน ในระดับสำคัญมาก

ส่วนมีกระบวนการให้บริการรวดเร็วถูกต้อง มีห้องตัวอย่างให้ชมก่อนตัดสินใจ และมีการใช้อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย ในระดับค่อนข้างสำคัญ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหอพักด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหอพักที่มีสภาพอาคารมีความคงทน และอาคารที่พักเงียบสงบ ไม่มีเสียงดังรบกวน ในระดับสำคัญมาก

ส่วนอาคารมีความสวยงาม สะอาดร่มรื่น ตกแต่งเป็นเอกลักษณ์ มีการจัดบริเวณให้บริการส่วนรวม เป็นสัดส่วน เช่น สวน, ห้องประชุม, ห้องรับแขก และจัดสภาพแวดล้อมภายนอก หรรษา มีรสนิยม ในระดับค่อนข้างสำคัญ

3. ข้อมูลแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการห้องแอร์ และมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจที่จะ “เช่า” หอพักมากที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพักที่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านราคาแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกหอพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก ที่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก ไม่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแนวโน้มการเช่าหอพัก แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มการเช่าหอพักแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยในการเลือกหอพักสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักเพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมากขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักลดลงในระดับต่ำ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

1.ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยในการเลือกหอพักที่แตกต่างกัน

ตาราง 48 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับปัจจัยในการเลือกหอพัก

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. เพศ	1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	2. ด้านราคา	ปฏิเสธสมมติฐาน
	3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ปฏิเสธสมมติฐาน
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปฏิเสธสมมติฐาน
	5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. อายุ	1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	2. ด้านราคา	ปฏิเสธสมมติฐาน
	3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ยอมรับสมมติฐาน
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอมรับสมมติฐาน
	5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน
	6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตาราง 48 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3. ระดับการศึกษา	1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	2. ด้านราคา	ยอมรับสมมติฐาน
	3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ปฏิเสธสมมติฐาน
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปฏิเสธสมมติฐาน
	5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. อาชีพ	1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	2. ด้านราคา	ปฏิเสธสมมติฐาน
	3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ยอมรับสมมติฐาน
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอมรับสมมติฐาน
	5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน
	6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ปฏิเสธสมมติฐาน
5. รายได้ต่อเดือน	1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	2. ด้านราคา	ปฏิเสธสมมติฐาน
	3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ยอมรับสมมติฐาน
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ยอมรับสมมติฐาน
	5. ด้านบุคลากรให้บริการ	ยอมรับสมมติฐาน
	6. ด้านกระบวนการให้บริการ	ปฏิเสธสมมติฐาน
	7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ปฏิเสธสมมติฐาน

2. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก ที่แตกต่างกัน

ตาราง 49 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. เพศ	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. อายุ	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ยอมรับสมมติฐาน
3. ระดับการศึกษา	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. อาชีพ	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ยอมรับสมมติฐาน
5. รายได้ต่อเดือน	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ปฏิเสธสมมติฐาน

3. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกหอพักสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ตาราง 50 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยในการตัดสินใจเลือกหอพักกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. ด้านราคา	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ยอมรับสมมติฐาน
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ปฏิเสธสมมติฐาน
5. ด้านบุคลากรให้บริการ	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ปฏิเสธสมมติฐาน
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ปฏิเสธสมมติฐาน
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	แนวโน้มการเช่าหอพัก	ยอมรับสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

1. เงินลงทุนเริ่มแรกของโครงการลงทุนหอพักบริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประกอบด้วย

1.1 ดันทุนที่ดิน	5,192,000 บาท
1.2 ดันทุนอาคาร	23,312,968 บาท
1.3 ดันทุนอุปกรณ์ติดตั้งในห้องพักและสำนักงาน	1,283,200 บาท
1.4 เงินสดหมุนเวียน	300,000 บาท
รวม	30,088,168 บาท

โดยมาจาก ส่วนของเจ้าของ 80% 24,070,534 บาท

กู้ยืมจากสถาบันการเงิน 20% 6,017,634 บาท

มีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ร้อยละ 7.35 ต่อปี และมีอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ 8% ต่อปี

2. การวิเคราะห์ทางการเงินของโครงการ

2.1 งบกำไรขาดทุนล่วงหน้า พบว่าโครงการหอพักมีรายได้และกำไรหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2551 – ปี 2555 และคงที่ในช่วงปี 2556 – ปี 2560 ,ปี 2511 – ปี 2570, ปี 2511 – ปี 2570

2.2 งบดุลล่วงหน้า พบว่า โครงการสามารถสร้างกำไรจากการดำเนินงานได้ ทำให้กำไรสะสมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี

2.3 ประมาณการงบกระแสเงินสด พบว่ากระแสเงินสดตลอดทั้งโครงการมีค่าเป็นบวก และเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้กิจการต้องให้ความสำคัญกับการลงทุนเพิ่มขึ้น อาจเป็นส่วนหนึ่งของโครงการที่สามารถสร้างรายได้ให้กับโครงการได้หากมีรายได้เป็นไปตามประมาณการที่คำนวณได้ โดยการลงทุนเพิ่มเติมจะต้องไม่กระทบสภาพคล่องของกิจการ

3. การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

ผลจากการวิเคราะห์โครงการโดยใช้เครื่องมือทางการเงินพบว่า โครงการลงทุนหอพักบริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีระยะเวลาคืนทุน 18ปี 5 เดือน ซึ่งเร็วกว่าอายุโครงการ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 12,965,841.14 บาท ให้อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 14.18 % ซึ่งมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ต้องการ 8% และมีอัตราผลตอบแทนต่อทุนเท่ากับ 1.43 เท่า

ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ดังนั้นโครงการนี้จึงเหมาะสมที่จะลงทุน เนื่องจากมีค่าประเมินทางการเงินในทางบวก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยในการเลือกห้องพักที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพัก ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งชายและหญิงมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของอารีย์ อักโข (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่า นักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการใจเลือกห้องพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี พิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง และด้านบุคลากร มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี และพิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี และอายุ 30 ปีขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพัก ด้านราคาแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี พิจารณาด้านราคามากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพัก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน พิจารณาด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา และข้าราชการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการเลือกห้องพัก ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท พิจารณาด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป

จากปัจจัยการเลือกห้องพักของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือนต่างกัน จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีการพิจารณาปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรให้บริการ และด้านราคามากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอื่นๆ อาจเพราะเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่ยังไม่ได้ทำงาน ไม่มีรายได้ และพิจารณาถึงความสะดวกสบาย ความปลอดภัยของที่พัก การเดินทางที่สะดวก และสภาพแวดล้อมที่ดีมากกว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของวราพร กริเทพ (2544 : บทคัดย่อ) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ ของประชากรในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ ในระดับสำคัญมากที่สุด คือปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์แตกต่างกัน ผู้เช่าอพาร์ทเมนต์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์แตกต่างกัน

2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพักแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนทุกกลุ่มมีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพักใกล้เคียงกัน ซึ่งจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มว่าจะเช่าห้องพักของโครงการลงทุน อาจเพราะผู้ตอบแบบส่วนใหญ่ศึกษาและทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น และคุ้นเคยกับพื้นที่ของโครงการ อีกทั้งจำนวนห้องพักภายในของมหาวิทยาลัยและห้องพักภายนอกของเอกชนยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักเรียนและนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อาชีพแตกต่างกันมีแนวโน้มการเช่าห้องพักแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพัก มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 29 ปี และอายุ 30 ปี ขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน มีระดับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าห้องพักมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาและข้าราชการ อาจเพราะผู้ตอบแบบส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และเป็นนักเรียนโรงเรียนสาธิตมอดินแดงและโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ ซึ่งอาจมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

เนื่องจากจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางของการศึกษาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นักเรียนกลุ่มนี้อาจมีความต้องการเช่าหอพักใกล้สถานศึกษา และเดินทางสะดวก รวมถึงมีความปลอดภัยในการพักอาศัยมากกว่านักศึกษาและข้าราชการที่มีหอพักของมหาวิทยาลัยไว้รองรับความต้องการเช่าพัก และมีภูมิสำเนาภายในจังหวัดขอนแก่น อีกทั้งกลุ่มนักศึกษาและข้าราชการอาจมีพาหนะเดินทางส่วนตัว ทำให้สะดวกในการเดินทางมาศึกษาและทำงาน

สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ASSAEL (1995 : 311-400) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของประชากรกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ว่า คุณลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคที่เป็นบุคคลและครัวเรือน ประกอบด้วย อายุ รายได้ ขนาดของครอบครัวและสถานภาพการทำงาน คุณลักษณะประชากรทั้งหมดจะส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไป

3. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกหอพักสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวม ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโดยรวม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ปัจจัยด้านบุคลากรให้บริการโดยรวม ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพงศ์ พงษ์เผ่าทอง (2544 : บทคัดย่อ) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักเรียน/นักศึกษาภายในเขตเทศบาลเมืองเลย พบว่า ผู้เช่าหอพักเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ด้านราคา อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษายังไม่มีรายได้ และในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีความไม่แน่นอนทำให้ผู้ปกครองมีส่วนในการตัดสินใจเลือกหอพักที่มีอัตราค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ที่ได้รับจากหอพัก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก กล่าวคือ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมากขึ้น จะทำให้แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักลดลงในระดับต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิมิต โออุไร (2538 : บทคัดย่อ) การศึกษาที่พักอาศัยของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในแขวงหัวหมาก กรุงเทพมหานคร พบว่านักศึกษาเกือบทั้งหมดต้องประสบกับปัญหาเสียงรบกวน โดยมีสาเหตุจากเพื่อนห้องใกล้เคียงมากที่สุด นักศึกษา 3 ใน 4 ต้องประสบปัญหากลิ่นรบกวน โดยมีสาเหตุจากขยะมูลฝอยมากที่สุด

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

จากผลการวิเคราะห์โครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่นไม่เป็นไปตามสมมติฐานทางการเงิน และเป็นโครงการไม่เหมาะสมที่จะลงทุน เนื่องจากมีค่าประเมินทางการเงินในทางลบ อาจเป็นเพราะโครงการลงทุนดังกล่าวเป็นโครงการขนาดใหญ่และต้องใช้งบลงทุนค่อนข้างสูง อีกทั้งมีระยะเวลาคืนทุนนาน ทำให้การประมาณการรายรับและรายจ่ายอาจคลาดเคลื่อน และเกิดความไม่แน่นอนขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนหอพัก บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะทางด้านการตลาด

1. ผู้ลงทุนควรให้ความสำคัญกับบุคลากรให้บริการที่มีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ มีความพร้อมของระบบรักษาความปลอดภัย มีการคมนาคมสะดวก สภาพอาคารมีความคงทน และมีส่วนลดในกรณีที่พักอาศัยนาน ซึ่งจะสามารถดึงดูดใจผู้ที่ตัดสินใจเช่าพักอาศัย
2. เนื่องจากผู้ที่มีแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพักส่วนใหญ่เป็น นักเรียน นักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้ ดังนั้นการกำหนดอัตราค่าเช่าและค่าสาธารณูปโภคอื่นๆ ควรกำหนดจากหอพัก อพาร์ทเมนต์ บริเวณใกล้เคียง ประกอบกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางโครงการมี

ข้อเสนอแนะทางด้านการเงิน

การศึกษความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการ ได้ทำการศึกษาในปี 2549 ข้อมูลทางการเงินอาจต้องมีการศึกษาข้อมูลให้เป็นปัจจุบันประกอบด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพื่อให้ข้อมูลมีความทันสมัยมากขึ้น
2. ควรศึกษาคู่แข่งชั้นด้านการตลาดในเขตที่ทำการศึกษ เพื่อสร้างความความแตกต่างในส่วนประสมทางการตลาดของโครงการ และสามารถดึงดูดใจผู้เช่าได้ง่าย
3. ศึกษากลยุทธ์การบริการหอพักเพื่อปรับปรุงบริการให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้เช่าอาศัย
4. ควรศึกษาปัญหาและสภาพการอยู่หอพักที่ไม่พึงประสงค์ของผู้เช่าอาศัย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2545). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: หจก. ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ
- _____. (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทนา จันทโร และศิริจันทร์ ทองประเสริฐ. (2536). *การศึกษาความเป็นไปได้โครงการด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- ชัยยศ สันตวงษ์. (2533). *การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตรการพิมพ์
- ฐาปนา ฉื่นไพศาล; และอัจฉรา ชีวะตระกูล. (2542). *การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้*. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- ณัฐพงศ์ เผ่าพงษ์ทอง. (2544). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักเรียน/นักศึกษาภายในเขตเทศบาลเมืองเลย*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร
- ณัฐพล กกกำแหง. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการเลือกเข้าหอพักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร
- ดารา ทีปะปาน. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์
- ทวีเกียรติ พิตรปริชา. (2538). *การศึกษาอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในเขตห้วยขวาง*. วิทยานิพนธ์ คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต (สาขาเคหการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- นฤมล จิตรเอื้อ. (2547). *ปัจจัยในการตัดสินใจและความพึงพอใจในการเช่าห้องพักรายเดือนของผู้เช่าในตำบลเมืองรังสิต*. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- นันทนีย์ งามรุ่งนรินทร์; และคณะ. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อค่าเช่าของอพาร์ทเมนต์ในย่านสุขุมวิท*. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

- นิมิต โออุไร. (2538). การศึกษาที่พึงอาศัยของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในแขวงหัวหมาก กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต (สาขาเคหการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- ประสิทธิ์ ตงยงศิริ. (2542). การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- _____. (2544). การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. (2537). สถิติเบื้องต้นสำหรับการวิจัยทางการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เอส แอนด์ จี กราฟฟิค
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เพชร ชุมทรัพย์. (2528). การวิเคราะห์งบการเงิน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ไพบุลย์ อ่อนมั่ง. (2541). การศึกษาความเป็นไปได้ในการเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสุขศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. วิทยานิพนธ์ การศึกษาดุษฎีบัณฑิต (สาขาการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- มยุรี อนุมานราชธน. (2543). การบริหารโครงการ. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ดาว
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2549). สำนักทะเบียนและประมวลผล พ.ศ. 2549. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- _____. (2549). กองการเจ้าหน้าที่ พ.ศ. 2549. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2542). สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ. หน่วยที่ 1-8 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). พื้นฐานการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- เรีงรัก จำปาเงิน. (2543). การจัดการการเงิน. กรุงเทพฯ : บุ๊คเน็ต
- โรงเรียนสาธิตมอดินแดง. (2549). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- โรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์. (2549). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- วราพร กริเทพ. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พำอาศัยประเภทอพาร์ทเมนต์ ของประชากรในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาบริหารธุรกิจ). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร
- วีรพล เรืองวิทยานุสรณ์. (2547). ความเป็นไปได้ทางการตลาดในการตั้ง อพาร์ทเมนต์ ในจังหวัดมหาสารคาม. รายงานการค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ขอนแก่น : วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร

- แวนดาว ยัมแย้ม. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลแหลมฉบัง. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น. (2547). สมุดรายงานสถิติจังหวัด พ.ศ.2547. ขอนแก่น : สำนักงานสำนักงานสถิติจังหวัดขอนแก่น, 2547
- สิรินธร วงษ์วีระนิมิตร. (2547). ความเป็นไปได้ทางการตลาดของโครงการสินิอพาร์ทเมนต์ ที่จังหวัดขอนแก่น. รายงานการค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ขอนแก่น : วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร
- สุพาดา สิริกุตตา; และคณะ. (2543). การวางแผนและการบริหารโครงการ. กรุงเทพฯ : ธนัชการพิมพ์.
- สุนา อยู่โพธิ์. (2544). การบริหารการเงิน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล; และดลยา จาตุรงค์กุล.. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. ฉบับปรับปรุงแก้ไขครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. (2543). การศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ปรินญานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต (สาขารัฐกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- อารีย์ อักโข. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขารัฐกิจ). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร
- อุดม สายะพันธุ์. (2548). การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าลาดพร้าว 71. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 5th ed. New York : South-Western College Publishing.
- Engel, James F; Roger D. Blackwell; & Paul W. Miniard (1995). *Consumer Behavior*. 8th ed. Florida : The Dryden Press.

Schiffman, Leon G; & Liesle Lazer Kanuk. (1994). *Consumer Behavior*. 5th ed.
Englewoodcliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม
เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้โครงการลงทุนหอพัก
บริเวณรอบนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนสาธิตศึกษาศาสตร์ โรงเรียน
 สาธิตมอดินแดง นักศึกษาและคนทำงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ท่านเลือกตอบ

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 20 ปี

() 4. 40-49 ปี

() 2. 20-29 ปี

() 5. 50-59 ปี

() 3. 30-39 ปี

() 6. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา (ที่เคยได้รับมาแล้ว)

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 3. สูงกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี

() 4. อื่นๆ(ระบุ).....

4. อาชีพ

() 1. นักเรียน

() 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() 2. นักศึกษา

() 5. พนักงานบริษัท

() 3. ข้าราชการ

() 6. อื่นๆ(ระบุ)....

5. รายได้ต่อเดือน

() 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

() 4. 15,001 – 20,000 บาท

() 2. 5,001 – 10,000 บาท

() 5. 20,001 – 25,000 บาท

() 3. 10,001 – 15,000 บาท

() 6. 25,001 บาทขึ้นไป

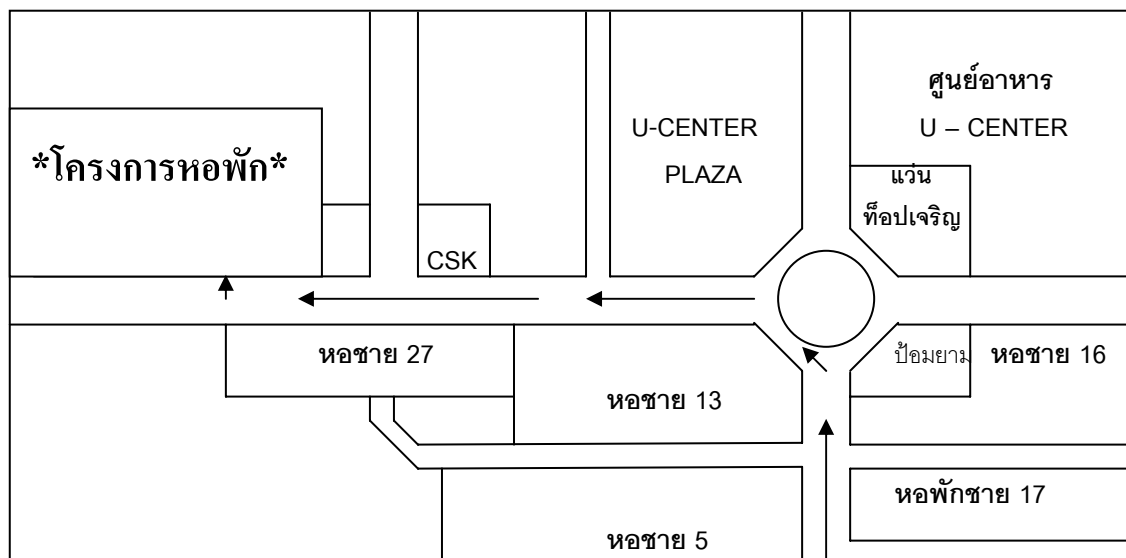
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงหน้าข้อความที่ท่านเลือกตอบ ตามระดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่าห้องพัก ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆต่อไปนี้อย่างไร (นอกจากปัจจัยพื้นฐาน เช่น โต๊ะ, ตู้, เตียง, ที่นอน, พัดลม, แอร์, เครื่องทำน้ำอุ่น) กรุณาตอบทุกข้อ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มาก (5)	ค่อนข้าง สำคัญ (4)	สำคัญปาน กลาง (3)	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ (2)	ไม่สำคัญ เลย (1)
<u>ผลิตภัณฑ์และบริการ</u>					
1. เอกลักษณ์ภายในห้องพักมีการตกแต่งอย่างสวยงาม เป็นระเบียบ					
2. ความกว้าง และการถ่ายเทอากาศของห้องพักและห้องน้ำ					
3. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกเสริม เช่น อินเทอร์เน็ต UBC ลิฟท์ คีย์การ์ด เป็นต้น					
4. ความพร้อมและทันสมัยของเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก เช่น เตียง โต๊ะเครื่องแป้ง ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น					
5. ความพร้อมของระบบรักษาความปลอดภัย เช่น ล็อคประตู, สัญญาณเตือนไฟไหม้ ยามรักษาความปลอดภัย เป็นต้น					
6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....					
<u>ด้านราคา</u>					
1. อัตราค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับห้องพักอื่น					
2. มีระยะเวลาผ่อนผันในการชำระค่าเช่า					
3. ห้องพักรับหลายระดับราคาให้เลือก					
4. ไม่มีค่าส่วนกลาง					
5. การทำสัญญาเช่าไม่จำเป็นต้องมีเงินประกัน					
6. แยกชำระค่าใช้บริการอื่นๆจากค่าเช่า เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์					
7. อื่นๆ(โปรดระบุ).....					

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกหอพัก	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มาก (5)	ค่อนข้าง สำคัญ (4)	สำคัญปาน กลาง (3)	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ (2)	ไม่สำคัญ เลย (1)
<u>ด้านทำเลที่ตั้ง</u>					
1. สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน					
2. การคมนาคมสะดวก					
3. ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา					
4. มีป้ายชื่อแสดงที่พักโดดเด่นชัดเจน					
5. มีจุดบริการติดต่อสอบถามมองเห็นชัดเจน ติดต่อ สะดวก					
6. มีที่จอดรถเพียงพอ					
7. อื่นๆ(โปรดระบุ).....					
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาด</u>					
1. มีป้ายโฆษณาบริเวณจุดสำคัญของมหาวิทยาลัย					
2. มีการแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าเป็น ระยะ					
3. มีส่วนลดในกรณีที่พักอาศัยนาน					
4. มีกิจกรรมพิเศษให้ผู้พักอาศัย เช่น งานสังสรรค์ งานประเพณี เทศกาล เป็นต้น					
5. อื่นๆ(โปรดระบุ).....					
<u>ด้านบุคลากรให้บริการ</u>					
1. บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานเรียบร้อย เหมาะสม					
2. พนักงานมีความรอบรู้, เข้าใจและเต็มใจในการ ให้บริการ					
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และพูดจาสุภาพ					
4. พนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค					
5. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลดี					

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกห้องพัก	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มาก (5)	ค่อนข้าง สำคัญ (4)	สำคัญปาน กลาง (3)	ค่อนข้าง ไม่สำคัญ (2)	ไม่สำคัญ เลย (1)
6. พนักงานคอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง					
7. มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดทุกวัน					
8. อื่นๆ(โปรดระบุ).....					
<u>ด้านกระบวนการให้บริการ</u>					
1. มีกระบวนการให้บริการรวดเร็วถูกต้อง					
2. มีการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน					
3. มีห้องตัวอย่างให้ชมก่อนตัดสินใจ					
4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี					
5. มีการใช้อุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย					
6. นำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการให้บริการ เช่น กล้องวงจรปิด					
7. อื่นๆ(โปรดระบุ).....					
<u>ด้านลักษณะทางกายภาพ</u>					
1. สภาพอาคารมีความคงทน					
2. อาคารที่พักเงียบสงบ ไม่มีเสียงดังรบกวน					
3. จัดสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร หอหรร่า มีรสนิยม					
4. มีการจัดบริเวณให้บริการส่วนรวม เป็นสัดส่วน เช่น สวน, ห้องประชุม, ห้องรับแขก เป็นต้น					
5. อาคารมีความสวยงาม สะอาดร่มรื่น ตกแต่งเป็น เอกลักษณ์					
6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....					



ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก

คำชี้แจง จากแผนที่ตั้งโครงการและราคาที่ดิน ท่านมีความสนใจหรือแนวโน้มการเช่าหอพักโครงการดังกล่าวหรือไม่

1.1 โปรดเลือกประเภทห้องที่ตรงตามความต้องการของท่าน เพียง 1 ประเภท

() ห้องแอร์ ราคาเช่าต่อเดือน 3,600 บาท

ประกอบด้วย เตียงเดี่ยว 2 เตียง โต๊ะอ่านหนังสือ 2 ชุด ตู้เสื้อผ้า 2 หลัง (สามารถเคลื่อนย้ายออกได้ หากพักคนเดียว) โต๊ะเครื่องแป้ง 1 ชุด เครื่องทำน้ำอุ่น แอร์

() ห้องพัดลม ราคาเช่าต่อเดือน 3,000 บาท

ประกอบด้วย เตียงเดี่ยว 2 เตียง โต๊ะอ่านหนังสือ 2 ชุด ตู้เสื้อผ้า 2 หลัง (สามารถเคลื่อนย้ายออกได้ หากพักคนเดียว) โต๊ะเครื่องแป้ง 1 ชุด เครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม

1.2 แนวโน้มการตัดสินใจเช่าหอพัก โปรดทำเครื่องหมาย / ลงช่องที่ท่านเลือกตอบ ตามระดับความสำคัญ

เช่าแน่นอน (5)	เช่า (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เช่า (2)	ไม่เช่าแน่นอน (1)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะข้อคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับหอพัก

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย	นางสาวอัมรินทร์ เดชอุดมทรัพย์
วันเดือนปีเกิด	13 สิงหาคม 2526
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	123/56 หมู่บ้านชาลิสา ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10250
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2543	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนสุนรรวิทยา
พ.ศ. 2549	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงิน) จาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น
พ.ศ. 2550	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรต